



# **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS**

**Tesis presentada como requisito para optar el grado de  
Magíster en Tributación y Finanzas**

**“El efecto sustitución en la Industria de calzado y textiles  
con la aplicación de los incentivos tributarios  
promulgados en el Ecuador en el año 2010”**

**Autora:**

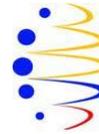
Ing. Gina Consuelo Delgado Madrid

**Tutor:**

Econ. Kléber Niza Troya, Msc.

Agosto 2014

Guayaquil – Ecuador



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> EL EFECTO SUSTITUTIVO EN LA INDUSTRIA DE CALZADO Y TEXTILES CON LA APLICACIÓN DE LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS Y PROMULGADOS EN EL ECUADOR EN EL AÑO 2010		
<b>AUTOR/ ES:</b> ING. GINA CONSUELO DELGADO MADRID		<b>TUTOR:</b> ECON. KLÉBER NIZZA, Msc.
		<b>REVISORES:</b>
<b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		<b>FACULTAD:</b> CIENCIAS ECONÓMICAS
<b>CARRERA:</b> MAESTRÍA EN ECONOMÍA CON MENCIÓN EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS		
<b>FECHA DE PUBLICACION:</b> AÑO 2014		<b>Nº DE PÁGS:</b> 93
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b> MAGISTER EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS		
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> TRIBUTACIÓN Y FINANZAS		
<b>PALABRAS CLAVES:</b> MEDIDAS ARANCELARIAS, INCENTIVOS TRIBUTARIOS, NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GLOBALIZACIÓN DE MERCADOS.		
<b>RESUMEN:</b> En el desarrollo de la investigación se muestra que el gobierno del Ecuador da incentivos para aumentar la producción nacional de textiles y calzados, para subir la oferta, bajando los costos y dar trabajo a los artesanos calificados. Adicionalmente, la implementación de medidas arancelarias, ha permitido disminuir las importaciones, estos incentivos sectoriales se aplican únicamente en las inversiones que se realizan para las jurisdicciones urbanas, al recurrir un producto importado muchas veces no es por gustos o preferencias sino más bien, por no existir más opciones locales al momento de comprar.		
<b>Nº DE REGISTRO (en base de datos):</b>		<b>Nº DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 2278007	<b>E-mail:</b> gina_delgadam@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> ECON. NATALIA ANDRADE M.	
	<b>Teléfono:</b> 042293082	
	<b>E-mail:</b> nandramo@hotmail.com	

## **INFORME DEL TUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de investigación primeramente me gustaría agradecerte a ti Dios, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi director de tesis, Econ. Kléber Niza por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha logrado en mí que pueda terminar esta maestría con éxito.

## DEDICATORIA

Con infinita gratitud dedico esta tesis a Dios: quien supo guiarme por el camino del bien, me dio fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas que se presentaban, enseñándome a luchar contra las adversidades, sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en mis propósitos de superación.

Agradezco con amor a mis padres: Jorge Delgado y Antonieta de Delgado, por vuestro permanente apoyo, consejos y desvelos en mis momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Ellos me han dado todo lo que soy como persona: mis valores, mis principios, mi empeño, mi perseverancia y el coraje para conseguir mis objetivos, a mis hermanos Paky, Hugo, Mónica y Jorge por estar siempre presentes y darme vuestro cariño.

A mi esposo: Segundo Vera, por acompañarme siempre con la bondad, el afecto y la comprensión que él siempre ha tenido para conmigo.

A mis sobrinos quienes han ocupado el lugar de hijos. Ellos han constituido para mí en una fuente de inspiración y felicidad.

La autora

“La dicha de la vida consiste en tener algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. **Thomas Chalmers**

## INDICE GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA .....	II
INFORME DEL TUTOR .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
Introducción .....	1
CAPÍTULO I.....	4
COMERCIO INTERNACIONAL .....	4
1.1. FUNDAMENTOS CLÁSICOS .....	4
1.1.1 El modelo de Adam Smith .....	4
1.1.2 David Ricardo y las ventajas comparativas .....	5
1.1.3 OTRAS EVIDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	7
1.1.3.1 Modelo de Heckscher-Ohlin (h-o) .....	7
1.1.3.2 El comercio intraindustrial y entre países similares .....	8
1.1.3.3 Modelos que incorporan las economías de escala y la diferenciación de productos.....	9
1.2 PANORAMA ACTUAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL .....	10
1.2.1 Globalización de mercados .....	10
1.2.1.1 Organización mundial del comercio y otros organismos reguladores .....	12
1.2.1.2 Negociaciones internacionales .....	15
1.2.1.3 Las negociaciones actuales.....	15
CAPÍTULO II.....	18
ANÁLISIS DEL MERCADO .....	18
2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE ZAPATOS Y TEXTILES .....	18

2.1.1 Sector textil .....	18
2.1.2 Sector calzado.....	18
2.2 ANÁLISIS GENERAL DEL MERCADO DE ZAPATOS Y TEXTILES EN EL ECUADOR. ....	18
2.2.1 Canales de distribución .....	20
2.2.2 Esquema de la distribución .....	21
2.2.3 Principales distribuidores.....	24
2.2.4 Estrategias de canal .....	25
2.2.5 Estrategias para el contacto comercial .....	26
2.2.6 Condiciones de acceso .....	27
2.2.7 Condiciones de suministro .....	27
2.2.8 Promoción y publicidad .....	28
2.2.9 Tendencias de la distribución .....	29
2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	29
2.3.1Tamaño de la oferta .....	29
2.3.2 Análisis de los componentes de la oferta .....	33
2.3.3 Producción .....	35
2.4 IMPACTO EN LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ZAPATOS Y TEXTILES .....	45
2.4.1 Medidas Arancelarias .....	45
2.4.2 Incentivos Tributarios. ....	52
2.4.3 Modelo de sustitución por importación .....	53
2.4.5 Impacto de medidas proteccionistas aplicadas en el consumo de productos extranjeros .....	54
2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	57
2.5.1 Factores socio-demográficos.....	58
2.5.2 Factores económicos .....	59

2.5.3 Distribución de la renta disponible .....	61
2.5.4 Tendencias sociopolíticas .....	62
2.5.5 Tendencias culturales.....	63
2.5.6 Tendencias legislativas .....	64
2.5.7 Hábitos de consumo.....	65
2.5.8 Hábitos de compra. ....	66
2.5.9 Costes indirectos que soporta el consumidor .....	68
2.5.10 Percepción del producto extranjero .....	69
CAPÍTULO III.....	71
LA EVIDENCIA EMPÍRICA.....	71
3.1 Presentación de la metodología a diseñar .....	71
3.2 Los datos y el modelo a emplear para determinar el impacto en la oferta de productos nacionales con incentivos tributarios .....	72
3.2.1 Estimación de modelo de regresión lineal aplicado a variaciones en el Impuesto a la Renta.....	74
➤ Estructuración del modelo .....	75
➤ Clasificación de las variables.....	75
➤ Prueba global .....	76
➤ Pruebas individuales.....	76
3.3 El modelo a emplear para determinar el impacto en la demanda de productos nacionales o extranjeros .....	78
3.3.1 Estimación del Modelo de Armington .....	78
➤ Verificación de estacionariedad.....	79
➤ Análisis de cointegración .....	80
➤ Conclusiones del modelo.....	81
Conclusiones: .....	84
Recomendaciones: .....	86

Bibliografía.....	88
-------------------	----

- **INDICE DE CUADROS**

<b>Cuadro No. 1:</b> Distribución de empresas por actividad .....	19
<b>Cuadro No. 2:</b> Canales de distribución .....	20
<b>Cuadro No. 3:</b> Ranking Superintendencia de Compañías 2013 .....	24
<b>Cuadro No. 4:</b> Estrategias de Canal .....	25
<b>Cuadro No. 5:</b> Exportaciones anuales de bienes textiles por tipo de producto (Valor FOB).....	31
<b>Cuadro No. 6:</b> Número de compañías según actividad. Periodo 2004-2008 .....	33
<b>Cuadro No. 7:</b> Empresas productoras de calzado destacadas en el Ecuador año 2010 .....	34
<b>Cuadro No. 8:</b> Exportaciones de bienes textiles por tipo de producto .....	37
<b>Cuadro No. 9:</b> Importaciones de bienes textiles por tipo de producto .....	39
<b>Cuadro No. 10:</b> Crecimiento promedio de las importaciones de bienes textiles por tipo de producto .....	41
<b>Cuadro No. 11:</b> Importaciones de bienes textiles por tipo de producto. Periodo 2008-2011 .....	42
<b>Cuadro No. 12:</b> Medidas arancelarias para el calzado.....	46
<b>Cuadro No. 13:</b> Medidas arancelarias para textiles.....	49
<b>Cuadro No. 14:</b> Lugar de residencia .....	58
<b>Cuadro No. 15:</b> Ingresos promedios mensuales .....	59
<b>Cuadro No. 16:</b> Orden de importancia en que gasta sus ingresos .....	61
<b>Cuadro No. 17:</b> Tendencia de vestir de acuerdo a personajes públicos o políticos .....	62
<b>Cuadro No. 18:</b> Preferencia de tipo de ropa y/o calzado.....	63
<b>Cuadro No. 19:</b> Apoyo a políticas que fomenten la producción nacional.....	64
<b>Cuadro No. 20:</b> Lugar de preferencia para hacer compras .....	65
<b>Cuadro No. 21:</b> Ingresos que se destinan a comprar calzado y/o ropa .....	66

<b>Cuadro No. 22:</b> Personas que compran tela para elaborar su vestimenta .....	67
<b>Cuadro No. 23:</b> Personas que piensan en una relación buena entre precio y calidad.....	68
<b>Cuadro No. 24:</b> Percepción del producto extranjero .....	69
<b>Cuadro No. 25:</b> Datos a analizar para elaboración del Modelo de Armington .....	73
<b>Cuadro No. 26:</b> Estadísticas de la regresión.....	74
<b>Cuadro No. 27:</b> Análisis de la regresión.....	75
<b>Cuadro No. 28:</b> Test de estacionariedad .....	80
<b>Cuadro No. 29:</b> Test de cointegración .....	81

- **INDICE DE GRÁFICOS**

<b>Gráfico No. 1:</b> Distribucion de empresas por actividad .....	19
<b>Gráfico No. 2:</b> Canales de distribución .....	21
<b>Gráfico No. 3:</b> Canales de distribución de acuerdo a su esquema.....	23
<b>Gráfico No. 4:</b> Estrategias de canal .....	26
<b>Gráfico No. 5:</b> Demanda insastifecha .....	30
<b>Gráfico No. 6:</b> Evolución de la exportaciones FOB de bienes textiles por tipo de producto.....	32
<b>Gráfico No. 7:</b> Evolución de las importaciones de bienes textiles por tipo de producto (Valor FOB) .....	40
<b>Gráfico No. 8:</b> Importaciones totales-Sector Calzado. Periodo 2000-2008 .....	43
<b>Gráfico No. 9:</b> Lugar de residencia .....	59
<b>Gráfico No. 10:</b> Ingresos promedios mensuales .....	60
<b>Gráfico No. 11:</b> Orden de importancia en que gasta sus ingresos .....	61
<b>Gráfico No. 12:</b> Tendencia de vestir de acuerdo a personajes públicos o políticos .....	62
<b>Gráfico No. 13:</b> Preferencia de tipo de ropa y/o calzado.....	63
<b>Gráfico No. 14:</b> Apoyo a políticas que fomenten la producción nacional.	64

<b>Gráfico No. 15:</b> Lugar de preferencia para hacer compras .....	65
<b>Gráfico No. 16:</b> Ingresos que se destinan a comprar calzado y/o ropa ...	66
<b>Gráfico No. 17:</b> Personas que compran tela para elaborar su vestimenta .....	67
<b>Gráfico No. 18:</b> Personas que piensan en una relación buena entre precio y calidad.....	68
<b>Gráfico No. 19:</b> Percepción del producto extranjero .....	69

- **INDICE DE ILUSTRACIONES**

<b>Ilustración No. 1:</b> Esquema de distribución según los canales.....	22
<b>Ilustración No. 2:</b> Importaciones calzado: Calzado deportivo y con suela de cuero natural .....	44

## INTRODUCCIÓN

A partir del año 2000, como medida para enfrentar la difícil crisis bancaria de Ecuador suscitada en ese entonces, el gobierno en curso implementó la dolarización, razón por la cual, el país limitó su soberanía monetaria, y generó un nivel de estabilización a corto plazo.

Desde que el país adoptó la dolarización, la economía mundial, la balanza de pagos ha sido positiva, gracias al aumento en el precio del petróleo, la depreciación del dólar y el incremento de la remesas.

El crecimiento de la oferta monetaria, no fue contrabalanceado por una política fiscal restrictiva, al contrario la misma ha sido expansiva. Es por esto que el aumento del consumo del sector público, financiado por el petróleo, se refleja en un aumento del consumo del sector privado sostenido por las remesas de los emigrantes. Pero ese crecimiento de la economía guiado por los consumos provocó un aumento de los costos internos, de los servicios y de los salarios reales.

Los efectos de la pérdida de competitividad no han sido percibidos por el sector petrolero y de la materia prima, gracias a la depreciación del dólar y al alza de los precios de la materia prima. Al contrario, impactó a la industria local porque sus productos se hicieron menos competitivos y sustituidos en el mercado doméstico por los bienes importados.

Las crisis financieras como el boom inmobiliario, que ha generado un fuerte nivel de desempleo a nivel internacional, afectando directamente nuestra balanza de pagos, debido a que han disminuido en gran proporción las remesas de los ecuatorianos por pérdida de sus empleos y sumado al detrimento del precio del barril de petróleo en estos últimos años, el Ecuador no puede implementar políticas monetarias como otros

países vecinos quienes han recurrido a la devaluación de sus monedas para solucionar estos niveles negativos en su balanza de pagos.

Ante lo expuesto, el Gobierno actual liderado por el Economista Rafael Correa, a inicios del 2009 implementó medidas arancelarias que consisten en establecer salvaguardias por balanza de pagos a importaciones de ciertos productos (627 subpartidas arancelarias). Las restricciones son de tres tipos:

- Aplicación de un recargo arancelario adicional al vigente a los productos que constan en el Anexo 1 de la resolución 466 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), el recargo arancelario adicional es de 30% a 35% dependiendo del producto.
- Aplicación de un recargo arancelario específico, adicional al vigente, a los productos que constan en el Anexo 2 de la resolución 466 del COMEXI (calzado, cerámica y textiles)
- Aplicación de restricción cuantitativa del valor (cupos), a los productos que constan en el anexo 3 de la resolución 466 del COMEXI.

Estas medidas se aplicaron a partir del 23 de enero de 2009, en este año se modificaron y se mantuvieron exclusivamente a las importaciones de los grupos más representativos de productos como prendas de vestir y calzado, los muebles y artículos para el hogar, los transportes y bienes diversos, donde están productos como champús, desodorantes, pañales, papel higiénico, pasta dental, maquillaje y perfumes, siendo estos los productos que podrían influir en la inflación en los primeros meses luego de tomadas las medidas.

Estas políticas proteccionistas van enmarcadas dentro del plan de Gobierno del E. Rafael Correa, quien entre otros objetivos, tiene el crecimiento de la producción nacional, enmarcados dentro del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, y los incentivos tributarios en debate. En el presente trabajo se analiza de manera objetiva la eficiencia de esas políticas comerciales y su impacto en el desarrollo nacional de mercados productores de zapatos y textiles.

# **CAPÍTULO I**

## **COMERCIO INTERNACIONAL**

### **1.1. FUNDAMENTOS CLÁSICOS**

#### **1.1.1 El modelo de Adam Smith**

En una primera aproximación, el comercio entre países surge por los distintos niveles de productividad del trabajo, la tierra y el capital. Además ninguna nación, ni individuo, es completamente capaz de producir todos los bienes y servicios que se requieren para sobrevivir. Si los norteamericanos requieren de 8 unidades de trabajo para producir una unidad de alimento y los mexicanos requieren 10, entonces a los mexicanos les resulta más barato (en términos de unidades de trabajo) importar el alimento de Estados Unidos que producirlo internamente; pero si, por el contrario, los mexicanos requieren dos unidades de trabajo para producir una unidad de tela mientras que los norteamericanos requieren 4, entonces a los norteamericanos les resulta más barato (en términos de trabajo) importar la tela de México que producirían ellos mismos. O como bien lo expresa Adam Smith en la Riqueza de las Naciones: “Siempre será máxima constante de cualquier prudente padre de familia no hacer en casa lo que cuesta más caro que comprarlo (Ramales s.f.).

El sastre, por esta razón, no hace zapatos para sí y para su familia, sino que los compra del zapatero; y éste no cose sus vestidos, sino que los encomienda al sastre; el labrador no hace en su casa ni lo uno ni lo otro, pero da trabajo a esos artesanos. Interesa a todos emplear su industria siguiendo el camino que les proporciona más ventajas, comprando con una parte del producto de la propia, o con su precio, que es lo mismo, lo que la industria de otro produce y ellos necesitan” (Ramales s.f.)

De esa manera y en un primer momento, para Adam Smith, los países exportan aquellos bienes, cuya producción requiere menos trabajo en otro u otros países, e importan aquellos bienes, cuya producción requiere más trabajo en otra u otras naciones. Así pues, de lo anterior se desprende el modelo de la ventaja absoluta del comercio internacional expuesto por Adam Smith en 1776 en la Riqueza de las Naciones: “Interesa a todos emplear su industria siguiendo el camino que les proporciona más ventajas” (Ramales s.f.)

El mismo ámbito lo podemos plantear desde la perspectiva siguiente: en ausencia de comercio internacional Estados Unidos y México incurrirían en costos de oportunidad, esto es, si los mexicanos desearan en un momento determinado producir y consumir más alimentos tendrían que renunciar forzosamente a algo de la producción de telas para poder hacerlo; de manera similar, si los norteamericanos desearan en algún momento producir y consumir más telas tendrían que renunciar por fuerza a algo de la producción de alimentos para poder lograrlo. Sin embargo, el libre comercio internacional entre ambos países evitaría lo anterior:

Si los mexicanos quisieran, en cualquier momento, consumir más alimentos podrían importarlos (y más baratos) de los Estados Unidos y sin tener que renunciar a nada de la producción doméstica de telas; de igual forma, si los norteamericanos quisieran consumir más telas podrían importarlas (y más baratas) de México y sin tener que renunciar a nada de su producción de alimentos. Luego entonces, y desde la perspectiva de Adam Smith, el libre comercio internacional es mutuamente benéfico para los países participantes (Ramales s.f.).

### **1.1.2 David Ricardo y las ventajas comparativas**

El modelo de la ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y muestra que los países

tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un costo de oportunidad relativamente más bajo respecto al resto del mundo y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costos comparativamente más altos que el resto del mundo.

Esta teoría fue desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX, y su postulado básico es que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, es decir aunque fabrique todos sus productos de forma más cara que en el resto del mundo, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor. Esta teoría supone una evolución respecto a la teoría de Adam Smith. Para Ricardo, lo decisivo en el comercio internacional no serían los costos absolutos de producción en cada país, sino los costos relativos.

Los supuestos básicos que subyacen en el modelo de Ricardo, aunque él nunca los dio a conocer con la claridad del caso, son los siguientes:

Desde el punto de vista de la producción:

- Cada país produce dos bienes mediante el empleo de un solo factor de producción que es totalmente homogéneo del que hay una dotación fija: el trabajo.
- La tecnología se representa mediante una función de producción de coeficientes fijos, lo que tiene como consecuencia que las productividades marginales y medias del trabajo van a ser iguales entre sí.

Desde el punto de vista de la demanda:

- No se cumple la Ley de Say, todo lo que se produce es vendido y no se puede gastar más de lo que se produce.

Respecto al comercio internacional:

- El mundo sólo tiene dos países
- El comercio es libre. No existen restricciones al comercio.
- No hay costos de transporte.
- El trabajo es inmóvil internacionalmente.

Supuestos institucionales:

- Existe competencia perfecta en todos los mercados y en todos los países.
- El valor de un bien se determina por el número de horas que incorpora el trabajador.
- Los gustos están dados.
- La estructura y distribución de la renta está dada y es conocida.

### **1.1.3 OTRAS EVIDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **1.1.3.1 Modelo de Heckscher-Ohlin (h-o)**

La teoría de la ventaja comparativa no explica por qué los costos relativos difieren entre los países. Esto se soluciona con el aporte de dos economistas suecos, Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933.

Heckscher afirmaba que «... para que se inicie el comercio internacional se requiere: distintos precios relativos en los factores de producción de los países que comercian, y diferentes proporciones de factores productivos para bienes distintos». Ohlin vuelve a insistir, que es la distinta dotación factorial la causa de las diferencias de costos comparativos y, por lo tanto, del intercambio.

El teorema se formaliza empleando un modelo 2-2-2, dos países, dos factores y dos productos, que requiere adoptar también los siguientes supuestos: competencia perfecta en los mercados de factores y productos; no hay inversión factorial, es decir, la diferente intensidad factorial de los bienes no cambia de un país a otro; la cantidad total de factores de producción es fija para cada país; las dotaciones factoriales son distintas y los factores tienen movilidad entre ramas de la producción pero no entre países.

El teorema de H-O postula que un país exportará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante, e importará el bien que utiliza intensivamente el factor relativamente escaso.

### **1.1.3.2 El comercio intraindustrial y entre países similares**

Uno de los primeros estudios y el más conocido, sobre la importancia del Comercio Intraindustrial (CI), fue realizado por Bela Balassa (1966) sobre la creación de la Comunidad Económica Europea (CEE), desatando una importante investigación, tanto teórica como empírica. Grubell definió el comercio intraindustrial como: «los bienes comercializados son sustitutos en su consumo, en su producción o en ambos».

Al mismo tiempo, dentro de la literatura sobre este tema, se planteó la cuestión de si este comercio no es un fenómeno puramente estadístico. Es decir, que la existencia de comercio intraindustrial no significa un cambio en el patrón de especialización, sino una mera consecuencia del insuficiente grado de desagregación de las estadísticas utilizadas, de modo que si la desagregación fuera mayor desaparecería el CI. Sin embargo, estudios con un elevado grado de desagregación, como el realizado por Abd-El Rahman (1986), reflejan que el porcentaje de este tipo de intercambios sigue siendo importante.

### **1.1.3.3 Modelos que incorporan las economías de escala y la diferenciación de productos**

La necesidad por explicar la importancia y el dinamismo del comercio intraindustrial, hizo que se creen unos modelos que incorporen la diferenciación de productos y las economías de escala, en un marco de competencia imperfecta, generando dos tipos de modelos fundamentales:

#### **a) Modelos de competencia monopolística**

El modelo de competencia monopolística desarrollado por Paul Krugman (1979) es considerado el primero y más conocido de este nuevo enfoque, dando lugar a un importante desarrollo de modelos bajo competencia imperfecta y economías de escala, para explicar el comercio intraindustrial.

En este modelo son fundamentales dos supuestos básicos que se observan fácilmente en la realidad: 1) la existencia de economías de escala internas a la empresa, y 2) la preferencia del consumidor por la variedad.

#### **b) Modelos de mercados oligopolísticos (Modelos de dumping recíproco)**

En la competencia imperfecta, las empresas pueden fijar un precio diferente entre los productos exportados y los vendidos en el mercado nacional, a dicha práctica se la conoce como discriminación de precios, o sea una empresa establece un precio inferior para los bienes que vende en el exterior y uno más alto para los mismos bienes que vende en el mercado local.

J. A. Brander y P. Krugman (1983) desarrollaron un modelo en el que la rivalidad de firmas oligopolistas es una causa alternativa del comercio internacional.

Se supone la existencia de dos monopolios, uno en cada país, cada uno de los cuales produce el mismo bien, con los mismos costos y con consumidores iguales en sus preferencias. Hay costos de transportes entre los dos mercados, de forma que si las dos empresas establecen el mismo precio no habría comercio. La posibilidad del dumping puede hacer surgir el comercio. La empresa monopolista de cada país limitará la cantidad a vender en su mercado nacional si sabe que al intentar vender más es a costa de reducir el precio de su venta nacional y el efecto sería reducir los beneficios.

En cambio, si la empresa monopolista de cada país vende su unidad adicional en el otro mercado a un precio menor, que en el mercado doméstico, tendrá un ingreso que se sumará al que obtiene en el propio. Por tanto, cada empresa tiene un incentivo en exportar vendiendo unidades nuevas a un precio menor que en el mercado nacional, siendo causa de un comercio internacional del mismo producto, conociéndose esta situación como «dumping recíproco».

## **1.2 PANORAMA ACTUAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

### **1.2.1 Globalización de mercados**

La globalización se refiere a una sociedad más allá de fronteras, barreras arancelarias, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socioeconómicas o culturales (Castrillon 2009).

La globalización surgió como un hecho trascendental de la historia, como un proceso de apertura de los mercados nacionales, como un conjunto de

comportamientos, gustos y valores que son compartidos por millones de personas que pertenecen a culturas muy diferentes. Los medios de comunicación han ayudado a reducir las distancias físicas (Castrillon 2009).

La autonomía de los estados parece debilitarse, hay mayor movilidad humana y de capitales, las organizaciones internacionales ven incrementada de forma notable su importancia. Este fenómeno afecta a la estructura de las sociedades y de los gobiernos (Castrillon 2009).

La caída del Muro de Berlín y la desaparición del bloque comunista ha generado una lluvia de nuevas ideologías políticas, que superan a la tradicional "izquierda-derecha" (Castrillon 2009).

La globalización es más precisa en el mundo de la economía. Supone una absoluta libertad de intercambio. Con ella, la producción de mercancías sólo se encuentra limitada por ventajas físicas o geográficas; las empresas se encuentran organizadas de un modo muy flexible para que tengan mejor acceso a los mercados globales; al tiempo que el mercado financiero se halla descentralizado, tiene un carácter instantáneo y escapa a la influencia de los gobiernos. (Castrillon 2009)

Existen dos factores para que se acelere la globalización. El primero es la caída de las barreras para un libre flujo de bienes, servicios y capital, que ocurrió luego del fin de la segunda guerra mundial. El segundo factor es el cambio tecnológico que desde 1990, tuvo un repunte impresionante (Castrillon 2009).

### **1.2.1.1 Organización mundial del comercio y otros organismos reguladores**

**OMC:** Organización Mundial de Comercio, con sede en Ginebra (Suiza). Se trata del principal organismo internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países, y cuenta con 144 miembros. Estos representan el 98% de los flujos de comercio a nivel mundial.

**ALADI:** Asociación Latino Americana de Integración, organismo de integración económica de América Latina que sustituyó a la Asociación Latino Americana de Libre Comercio (ALALC). ALADI fue creada el 12 de agosto de 1980 en Montevideo Uruguay con el Tratado de Montevideo de 1980, Chile ratificó el Tratado de Montevideo el 22 de marzo de 1981. Su principal objetivo es lograr un Mercado Común de América del Sur.

**GATT:** General Agreement on Tariffs and Trade (por sus siglas en inglés). Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, es el organismo que regula el comercio internacional desde su creación en 1947. Sin embargo, el ámbito de la OMC es mucho más amplio. El GATT es aplicable al comercio de mercancías; en cambio, la OMC regula el comercio de bienes y servicios y la propiedad intelectual.

**UNCTAD:** Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Coordina el tratamiento integrado del desarrollo y otras cuestiones afines en los sectores de comercio, finanzas, tecnología, inversión y desarrollo sostenible. Asimismo, busca ampliar las oportunidades de comercio, inversión y desarrollo en los países en desarrollo, además de ayudarlos a resolver los problemas derivados de la mundialización y a integrarse en la economía global en igualdad de condiciones.

**Cámara de Comercio Internacional:** es una organización que se encarga de brindar protección a las empresas de los diferentes países del mundo en lo que confiere a las operaciones comerciales, ya que hoy en día existe mayor interdependencia de naciones, es decir, lo que sucede en una economía, repercute en las demás. Esta Cámara se creó en 1919 en Francia.

**APEC:** Foro de Cooperación Económica del Asia-Pacífico, es un foro consultivo intergubernamental de carácter no institucional, en el cual se discuten temas de cooperación regional económica. APEC fue creado en 1989 a instancias de Australia y Japón, celebrando una primera reunión ese año en Canberra con algunas de las naciones representativas del Asia-Pacífico.

**ALCA:** Área de Libre Comercio de las Américas, es un proceso de negociaciones comerciales, que involucra a 34 naciones democráticas del continente americano, y que buscó instaurar una zona de libre comercio e inversión a partir del año 2005.

**OCDE:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, es una organización internacional intergubernamental que, en sus inicios, reunió a los países más industrializados con economía de mercado. Fundada en 1961 por 20 países de los países más desarrollados del mundo, hoy cuenta con 30 países miembros. Chile es miembro observador y, en esa condición, participa en diversos órganos de la OCDE y ha suscrito importantes Decisiones de la Organización Internacional.

**UNCITRAL:** United Nations Commission for the Unification of International Trade Law (por sus siglas en inglés). Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, fue establecida por la Asamblea General en 1966 (resolución 2205 XXI, del 17 diciembre de 1966), con la

labor general de fomentar la armonización y la unificación progresiva del derecho mercantil internacional.

**FMI:** Fondo Monetario Internacional, se planteó en julio de 1944 en una conferencia de las Naciones Unidas celebrada en Bretton Woods, New Hampshire (Estados Unidos), cuando los representantes de 45 gobiernos acordaron establecer un marco de cooperación económica destinado a evitar que se repitieran las desastrosas políticas económicas que contribuyeron a provocar la Gran Depresión de los años treinta.

**OMA:** Organización Mundial de Aduanas, es una organización intergubernamental que es reconocida internacionalmente como un centro global de prácticas aduaneras y juega un rol de liderazgo en la discusión, desarrollo, promoción e implementación de un sistema moderno y seguro de procedimiento aduanero.

**MERCOSUR:** Mercado Común del Sur, es un bloque subregional integrado por Argentina, Brasil, Paraguay. Tiene como países asociados a Bolivia, Chile, Colombia, Perú, y Ecuador. Fue creado el 26 de marzo de 1991 con la firma del Tratado de Asunción, que estableció: La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre países, el establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común, la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados partes y la armonización de las legislaciones para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

**CFI:** Corporación Financiera Internacional, cuyo objetivo fundamental es apoyar los esfuerzos de desarrollo, potenciando la expansión del sector privado. Además de financiar, moviliza recursos de terceros con destino al sector privado de países en desarrollo. Trabaja en condiciones de mercado. Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (OMGI), tiene como objetivo no financiar directamente sino estimular la inversión

extranjera cubriendo los riesgos no comerciales y ayudando a crear el clima adecuado para atraer la inversión directa extranjera.

**BM:** Banco Mundial, es uno de los organismos especializados de las Naciones Unidas, que se define como una fuente de asistencia financiera y técnica para los llamados países en desarrollo. Su propósito declarado es reducir la pobreza mediante préstamos de bajo interés, créditos sin intereses a nivel bancario y apoyos económicos a las naciones en desarrollo. Está integrado por 186 países miembros. Fue creado en 1944 y tiene su sede en la ciudad de Washington, Estados Unidos.

### **1.2.1.2 Negociaciones internacionales**

Hoy en día, los países se ven obligados a participar en diferentes negociaciones tanto local, regional o global. La complejidad de las relaciones internacionales, fuerza que los países deban prepararse para enfrentar con éxito dichas negociaciones. Por lo tanto las Negociaciones Internacionales (NI) son un aspecto crítico para el desarrollo de una sociedad (Blogspot s.f.).

En los países desarrollados, se trabaja en la producción de conocimiento asociado a las NI. Sin embargo, en el caso de los países de Latinoamérica, dicha dimensión no ha sido un tema primordial. Una evidencia significativa es la casi inexistencia de centros de investigación orientados hacia este tema (Blogspot s.f.).

### **1.2.1.3 Las negociaciones actuales**

Las negociaciones internacionales de inicio de siglo XXI, difieren significativamente de aquellas que se llevaron a cabo en el siglo XX. Los procesos y las temáticas son más complejos. Bajo esta lógica, el

comienzo de la negociación es determinado por una planificación estratégica previa (Blogspot s.f.).

Otra diferencia significativa es la permanencia de la negociación a lo largo de un período de tiempo que puede exceder ampliamente el proceso formal en sí. Es decir, son dinámicas que comienzan pero que se desconoce su duración y, a su vez, están compuestas por eslabones de sub-negociaciones específicas que se suceden a lo largo del proceso y pueden ser redefinidas a cada momento (Blogspot s.f.).

Por lo expuesto, es vital que los gobiernos elaboren estrategias flexibles, previendo consecuencias a corto y largo plazo, reformulando a cada momento el proceso de negociación. (Blogspot s.f.)

En el proceso de negociación se puede diferenciar dos etapas: una interna y una externa (Blogspot s.f.).

**Etapas Internas:** Aquí se elabora una estrategia de negociación en base a un rango de objetivos a alcanzar. En el caso de un acuerdo comercial, deben plantearse qué objetivos se buscan alcanzar y cuáles son las contrapartidas que el Estado está dispuesto a ceder. (Blogspot s.f.)

En esta parte del proceso, participan, o deberían participar, la totalidad de los actores internos que podrían verse afectados, es importante considerar que el proceso posiblemente no finalice con un solo encuentro (Blogspot s.f.).

**Etapas externas:** Son encuentros formales y/o informales entre las partes y en el conocimiento de las posiciones de las mismas. Cabe señalar, que en la etapa externa, muchos encuentros previos a la negociación en sí, se dan durante el proceso de conformación de las agendas dentro de cada parte, es decir, durante la etapa interna. (Blogspot s.f.)

Durante la etapa externa, se trabaja sobre los documentos técnicos y jurídicos del acuerdo, si se trata de un acuerdo bilateral, el proceso puede ser más simple que en un acuerdo multilateral, debido al número de participantes y sus diferentes intereses. (Blogspot s.f.)

Un vez celebrado un acuerdo, en muchos casos es necesario un procedimiento de ratificación interno a los estados para que el mismo entre en vigencia. Cabe detenerse en este punto ya que es el complemento de la etapa interna. (Blogspot s.f.)

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS DEL MERCADO**

#### **2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE ZAPATOS Y TEXTILES**

##### **2.1.1 Sector textil**

Agrupar las actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado, tejido, tintado, y finalmente el acabado, confección y comercialización de las distintas prendas.

##### **2.1.2 Sector calzado**

El calzado es la parte de la indumentaria utilizada para proteger los pies. Adquiere muchas formas, como zapatos, sandalias, alpargatas, botas o deportivas.

El calzado es utilizado para la protección del pie, la higiene o la moda de turno. A menudo se utilizan medias o calcetines al vestir calzado.

#### **2.2 ANÁLISIS GENERAL DEL MERCADO DE ZAPATOS Y TEXTILES EN EL ECUADOR.**

En el mercado de la ciudad de Guayaquil tenemos como referencias varias tiendas de ropa y de calzado sean éstas en centros comerciales o locales particulares en el perímetro de la ciudad como el centro o la bahía.

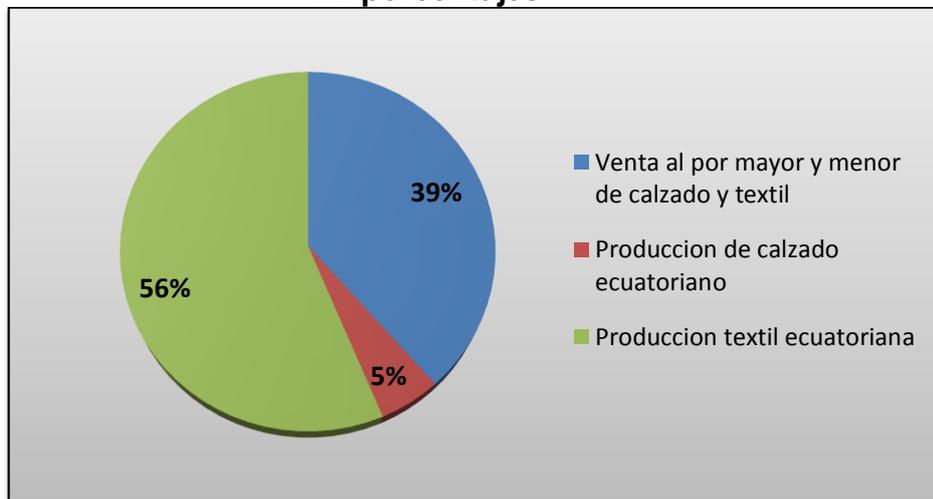
Según (Revista Ekos 2013) en su ranking anual de las medianas y pequeñas empresas tenemos 135 empresas que se dedican al campo de calzado y textil en nuestro país.

**Cuadro No. 1**  
**Distribución de empresas por actividad**  
**Año 2013**

<b>Empresas</b>	
Venta al por mayor y menor de calzado o textil	52
Producción de calzado ecuatoriano	7
Producción textil ecuatoriana	76
<b>Total</b>	<b>135</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Revista Ekos, 2013, Guayaquil, Ecuador  
**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 1**  
**Distribución de empresas por actividad**  
**En porcentajes**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Revista Ekos, 2013, Guayaquil, Ecuador  
**Elaboración:** La autora

El mercado textil de acuerdo con la revista (Revista Ekos 2013) está representado por el 56% del total de 76 empresas que se dedican a este sector de la economía, mientras que solo el 5% que representan a 7 empresas (cabe recalcar que no están considerados los artesanos) se dedica a la producción de calzado, por otro lado las empresas que se dedican a la venta al por mayor o menor de artículos textiles o calzado ya

sean éstos importados o nacionales representa 39%, es decir 52 empresas.

El estudio realizado de las empresas tienen sucursales en la ciudad de Guayaquil pero las de mayor movimiento son las que se dedican a la venta al por mayor y menor de calzado y textil.

### 2.2.1 Canales de distribución

Los canales de distribución es el recorrido de la mercadería luego de ser fabricada por un productor hasta llegar al consumidor.

En el mercado de calzado y textil los canales de distribución más utilizados son:

- **Directo:** el productor hace llegar el producto de manera directa al consumidor.
- **Corto:** el productor a través de un intermediario llamado minorista hace llegar el producto al consumidor.
- **Largo:** el productor a través de intermediarios como el mayorista luego el minorista, en ese orden hacen llegar el producto al consumidor
- **Vertical:** el productor distribuye indiferentemente a los intermediarios el producto sea éste mayorista o minorista para que le hagan llegar al consumidor.

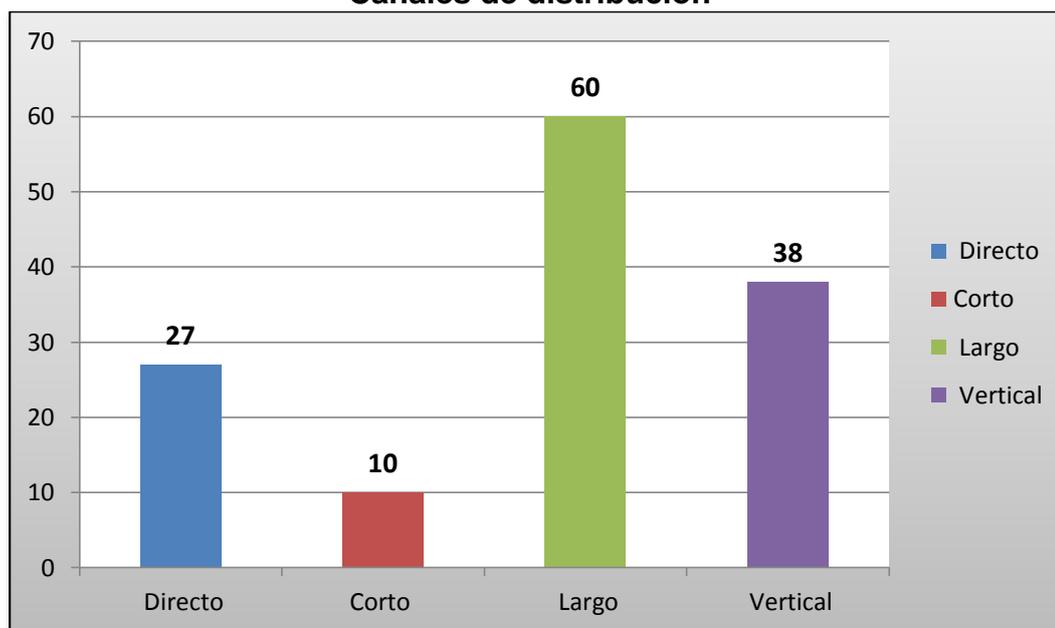
**Cuadro No. 2**  
**Canales de distribución**

Directo	27
Corto	10
Largo	60
Vertical	38
<b>Total</b>	<b>135</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Revista Ekos, 2013, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 2**  
**Canales de distribución**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Revista Ekos, 2013, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

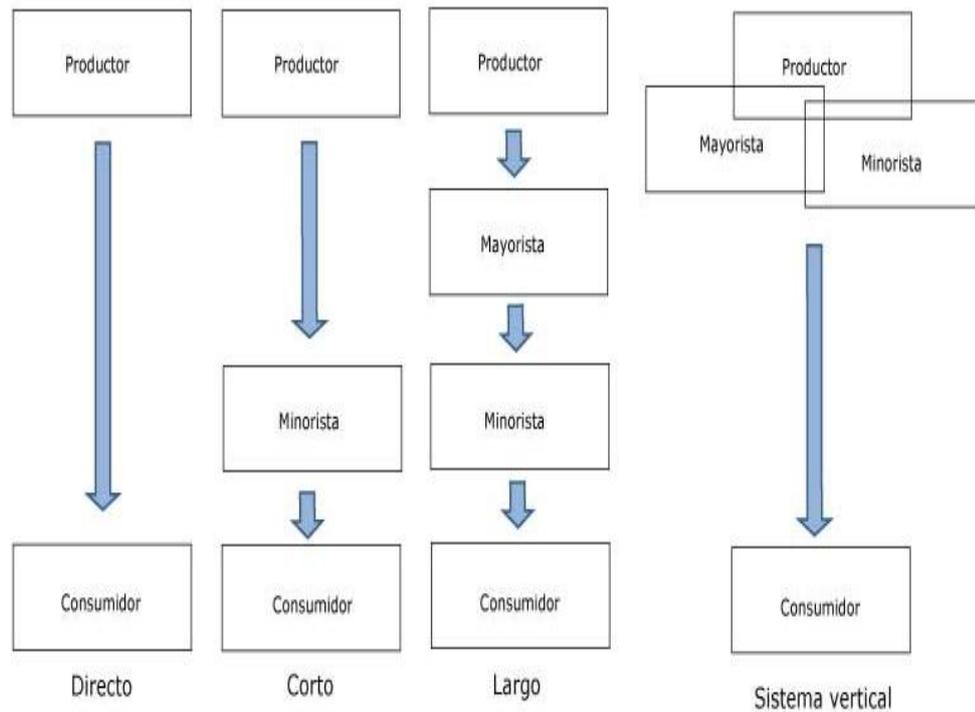
En la gráfica No. 2 se observa que de las 135 empresas estudiadas, para el mercado de calzado y textil pertenecen 60 de ellas, lo hacen de una manera larga es decir primero venden a intermediarios como el mayorista luego ellos se encargan de vender al minorista para que al final del proceso llegue el producto al consumidor.

Esto también nos muestra que el mercado se mueve a través de los intermediarios que compran al productor.

### **2.2.2 Esquema de la distribución**

La distribución de los productos terminados puede ser de diferentes maneras a lo largo del mercado, pero la forma más común de hacerla es a través de los canales de distribución.

### Ilustración No. 1 Esquema de distribución según los canales

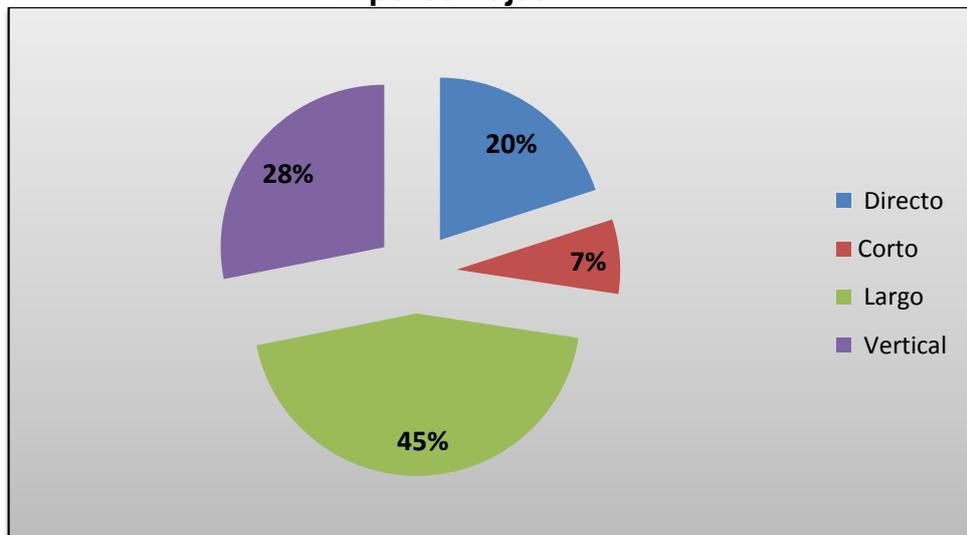


**Fuente y Elaboración:** José Sande, Compartiendo conocimientos

El minorista también llamado detallista, es el intermediario que se dedica a las actividades de venta directa a los consumidores, el mayorista es el intermediario dedicado a las actividades de venta al minorista o a consumidores industriales.

En la ilustración No. 1 se aprecia el esquema de los diferentes tipos de distribución utilizado por las empresas, la ciudad de Guayaquil no es la excepción ya que las empresas de calzado y textil los usan de una forma diferente, cada una según su posición y envergadura dentro del mercado local. Los canales de distribución se establecen por tanto en cualquier tipo de actividad comercial de bienes e inclusive de algunos servicios.

**Gráfico No. 3**  
**Canales de distribución de acuerdo a su esquema**  
**En porcentajes**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Revista Ekos, 2013, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

De la información obtenida de la Superintendencia de Compañías se pudo realizar un estudio de las empresas según los esquemas de los canales de distribución.

El 45 % de las empresas utilizan el canal de distribución largo, es decir que las empresas del mercado de calzado y textil hacen llegar la mercadería a los consumidores a través de un proceso por intermediarios como lo son los mayoristas y luego los minoristas. El 28 % de las empresas se basan en el canal vertical donde los intermediarios actúan directamente con el productor. En el esquema del canal directo tenemos al 20 % de las empresas, donde estas tienen sus propias tiendas y filiales que se dedican a la producción y distribución de los productos. Mientras que tan solo el 7 % de las empresas utilizan el esquema del canal de distribución corta.

Las empresas no utilizan un solo esquema ya que empresas como la marca Pinto utilizan hasta dos esquemas a la vez que tienen sus propias tiendas pero también provee a otras tiendas que venden sus productos.

### 2.2.3 Principales distribuidores

Según (Superintendencia de Compañías 2014) los datos obtenidos del ranking que publican anualmente, tenemos como principales distribuidores del mercado de calzado y textil a empresas que se sitúan en la región interandina del país, pero que aún por su posición geográfica sus productos llegan a la ciudad de Guayaquil, siendo estos sus principales distribuidores.

**Cuadro No. 3**  
**Ranking Superintendencia de Compañías 2013**  
**En millones de dólares**

Posición (ingresos)	Empresas	Ingresos
123	SUPERDEPORTE S. A.	129.659.697,00
383	PAYLESS SHOESOURCE ECUADOR CIA. LTDA.	44.918.558,00
444	EQUINOX S. A.	39.912.560,00
457	PAT PRIMO ECUADOR COMERCIALIZADORA S. A.	38.217.479,00
665	LILE S. A.	26.064.984,00
856	TRIYIT S. A.	19.801.713,00
1096	FABRIDOR FABRICATO DEL ECUADOR S. A.	14.357.919,00
1265	DISTRIBUIDORA TEXTIL DEL ECUADOR DISTRITEX S. A.	12.249.272,00
1374	PHRIDDA S. A.	11.084.563,00
1448	GLOBAL ATLASPORT CIA. LTDA.	10.416.650,00
1632	DISTRIBUIDORA DEPORTIVA DIDE S. A.	8.987.277,00
1715	TELESHOP CIA. LTDA.	8.440.607,00
1811	MUKHI S. A.	7.896.698,00
1836	EL BARATA S. A.	7.770.745,00
2010	DEPORTES Y RECREACIÓN FICCHUR CIA. LTDA.	6.790.474,00
2104	IMPORTADORA CASA ANDRÉS IBT S. A.	6.422.009,00
2141	DAFITSA S. A.	6.285.375,00
2280	BISNESSPAXI CIA. LTDA	5.845.304,00
2282	IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA TEXTIL IDTEX CIA. LTDA.	5.835.094,00
2294	ALMACENES BUENHOGAR E.W. CIA. LTDA.	5.807.139,00

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Ranking Superintendencia de Compañías, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

En el cuadro No. 3 se observa a las 20 empresas con mayor movimiento comercial a nivel de la ciudad de Guayaquil ordenadas por sus ingresos, según informe de la Superintendencia de Compañías.

Estas empresas en su mayoría no tienen sede en la ciudad pero son las principales distribuidoras de calzado o textil, ya sea éste importado o producido en el país. En su mayoría se dedican a la venta al por mayor a las tiendas y éstas a su vez venden al consumidor final.

#### 2.2.4 Estrategias de canal

Una vez establecido, los canales de distribución, las empresas deben establecer estrategias para dichos canales. Las estrategias más utilizadas en nuestro entorno (mercado local) son las siguientes:

- **Distribución Intensiva:** las empresas destinan parte de su capital para intensificar algún canal o zona geográfica.
- **Distribución Extensiva:** las empresas abarcan el mayor campo posible del mercado.
- **Distribución Selectiva:** las empresas elijen a los intermediarios a los cuales distribuyan su mercadería.
- **Distribución Exclusiva:** cuando las empresas establecen filiales, sucursales y franquicias.

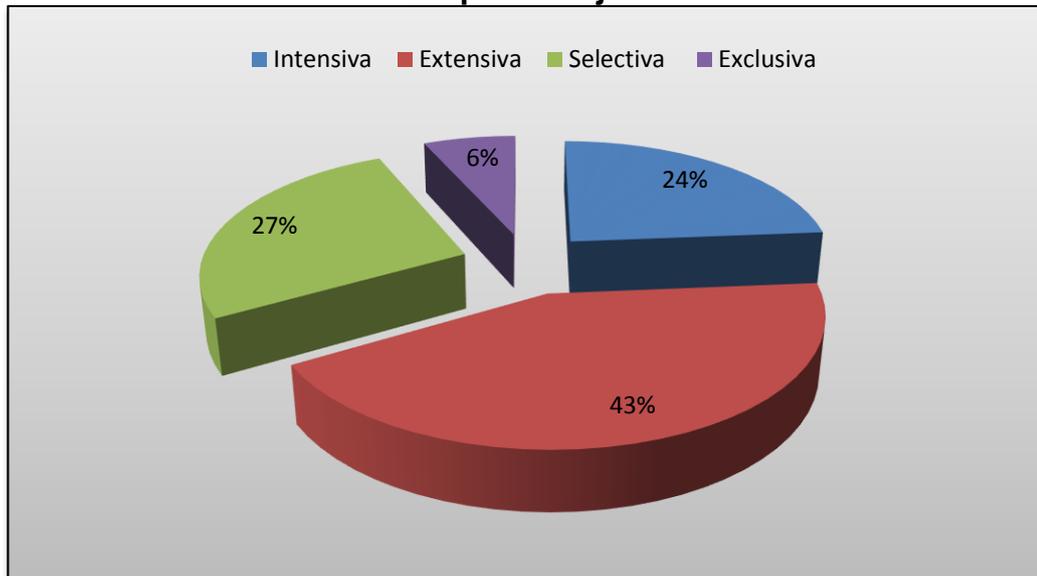
**Cuadro No. 4  
Estrategias de Canal**

Intensiva	32
Extensiva	58
Selectiva	36
Exclusiva	9
<b>Total</b>	<b>135</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Ranking Superintendencia de Compañías, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 4**  
**Estrategias de canal**  
**En porcentajes**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Ranking Superintendencia de Compañías, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

El 43 % de las 135 empresas utiliza como estrategia principal extender sus productos en el mercado, un 27 % es selectivo, en su mayoría las empresas escogen locales dentro de centros comerciales para hacer llegar su mercadería, el 24 % lo hacen de una manera intensiva, es decir se enfocan en un sector del mercado para dar un mayor impacto de sus productos, mientras que solo el 6 % lo hacen a través de franquicias, filiales o sucursales como lo son Pinto, Payless, El Barata, Bassil, etc.

### **2.2.5 Estrategias para el contacto comercial**

En su mayoría las empresas para obtener un contacto comercial con los intermediarios y consumidores de su producto sea de calzado o textil, elaboran estrategias para ser atractivos al momento de negociar y promocionar la mercadería.

Como principales estrategias comerciales dentro del mercado de calzado y textil tenemos:

- Investigación del mercado.
- Relaciones públicas y de marketing.
- Presentación de precios atractivos para el consumidor.
- Exposición de calidad al momento de hacer una venta a los intermediarios.
- Promociones y descuentos para los intermediarios y a su vez a los consumidores.
- Elaboración de programas de créditos para hacer más llamativos a los intermediarios.

### **2.2.6 Condiciones de acceso**

Como condiciones para acceso en nuestro mercado no se establecen muchas, según estudio realizado en el análisis de cada una de las empresas, en su mayoría ponen como condición la protección de la marca y su preferencia a base de la confianza del consumidor.

Todos pueden acceder a la mercadería según como lo establezcan los intermediarios que compran a las empresas directamente, estos definen sus políticas de venta para que los consumidores finales, es decir el público en general puedan acceder a la mercadería.

### **2.2.7 Condiciones de suministro**

Las condiciones para los suministros de las mercaderías depende de las políticas de las empresas, pero la más común tiene que ver con el pago de la mercadería.

Muchas empresas establecen políticas crediticias donde señalan el pago de la mercadería otorgada a los intermediarios, estas tienen un tiempo límite y cláusulas para su cumplimiento.

### **2.2.8 Promoción y publicidad**

La publicidad es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios. La publicidad es tan antigua como la misma civilización y el comercio, siempre ha sido necesaria para reunir a compradores y vendedores. Los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio vital en sí mismo<sup>1</sup>.

Una de las formas de hacer publicidad es a través de la publicación en medios de comunicación las promociones (ofertas o paquetes llamativos), ya sean estos televisivos, radiales o periódicos. Hoy en día, son muy utilizadas las redes sociales, donde dan a conocer de una manera un poco más informal los productos.

Como promoción y publicidad la mayoría de las empresas a nivel del mercado de calzado y textil elaboran campañas de publicidad basada en las estaciones del año y eventos a gran escala de atención.

Eventos como las celebraciones deportivas del mundial de futbol, las olimpiadas, el cambio de estaciones climáticas, temporadas de playa, la aproximación de festividades como la navidad y fin de año, donde el mercado se mueve de una manera muy activa por las diferentes tendencias que existen alrededor de la moda implantada por los diferentes entes dentro del mercado.

---

<sup>1</sup>Russell y Lane, Publicidad y Marketing, Prentice Hall, 1994, México D.F., México, pp. 3

## **2.2.9 Tendencias de la distribución**

En el mercado de calzado y textil de la ciudad de Guayaquil, tenemos que la mayor parte de la mercadería llega del exterior por importadoras y el resto de mercadería por las empresas locales, donde la tendencia de distribución en un 50 % es por canales de distribución largo, es decir que la mercadería pasa por intermediarios como los mayoristas y los minoristas antes de llegar al consumidor final.

Con las políticas actuales se busca que se importe menos para dar crecimiento hasta de un 22 % al mercado de calzado y disminuir hasta un 15 % la importación de textiles para dar más cabida al producto nacional<sup>2</sup>.

## **2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

### **2.3.1 Tamaño de la oferta**

Por regla general, las empresas de calzado y textil del Ecuador centran la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora.

En el año 2000, momento que el Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante la primera década de este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones de textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997) 82 millones de dólares exportados, en el 2009 se volvió a contraer principalmente por los efectos de la crisis internacional, y el aumento de

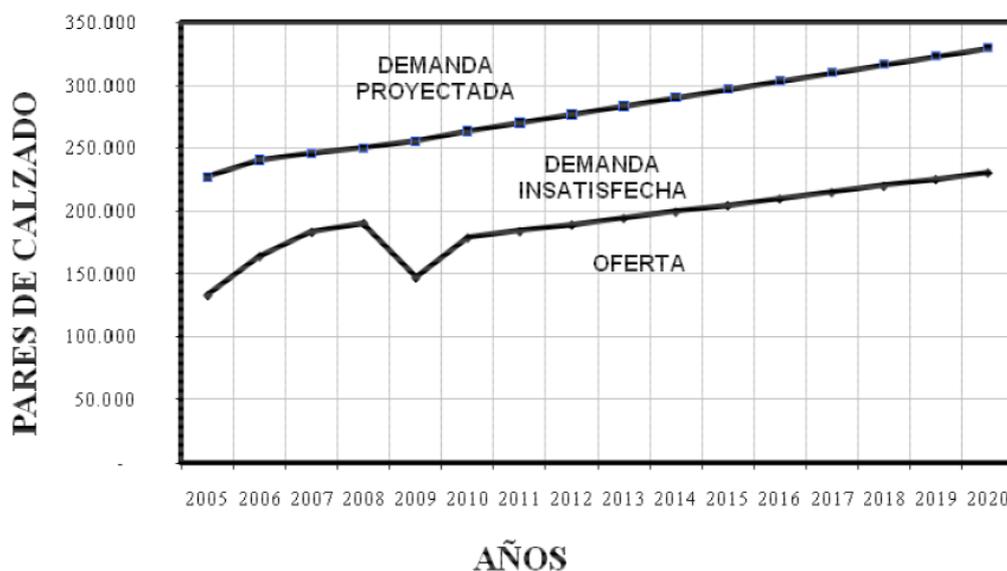
---

<sup>2</sup> Banco Central del Ecuador, abril 2014, obtenido de [www.bancocentral.com.ec](http://www.bancocentral.com.ec)

los costes de producción derivados de la salvaguardia general a las importaciones que provocó el encarecimiento de algunas materias primas que no son producidas en Ecuador; en el 2010 el sector se volvió a recuperar aunque de manera leve, y para el 2011 las exportaciones textiles de productos textiles disminuyeron (Embajada de España s.f.).

En el gráfico No. 5, se aprecia que la oferta nacional de calzado es ineficiente con respecto a la demanda, por lo cual son necesarias las importaciones de calzado para satisfacer la demanda local insatisfecha, problema que persistirá en el tiempo.

**Gráfico No. 5**  
**Demanda insatisfecha**



**Fuente y elaboración:** <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2708/1/tm4435.pdf>

Existen dos zonas en Ecuador que son polos de producción textil: Pelileo y Atuntaqui. En el caso de Pelileo, la producción está dedicada a los jeans. Mientras, en Atuntaqui se ha desarrollado una industria textil dedicada al procesamiento de algodón, para producir camisetas, ropa de cama, y ropa interior.

Las principales ciudades donde se produce calzado son Ambato, Cuenca, Guayaquil, Quito y Guaranda; en orden de volúmenes de producción, entre las otras ciudades que se dedican a la producción y comercialización de calzado están Tulcán, Ibarra, Manta, El Oro, entre otras que tienen volúmenes de producción pequeños.

Si hacemos una división dentro del sector textil y profundizamos más detalladamente, separando por tipo de producto sería el siguiente:

- Prendas de Vestir
- Manufacturas
- Tejidos
- Hilados
- Materias Primas
- Productos Especiales

**Cuadro No. 5**  
**Exportaciones anuales de bienes textiles por tipo de producto (FOB)**  
**(en miles de dólares)**

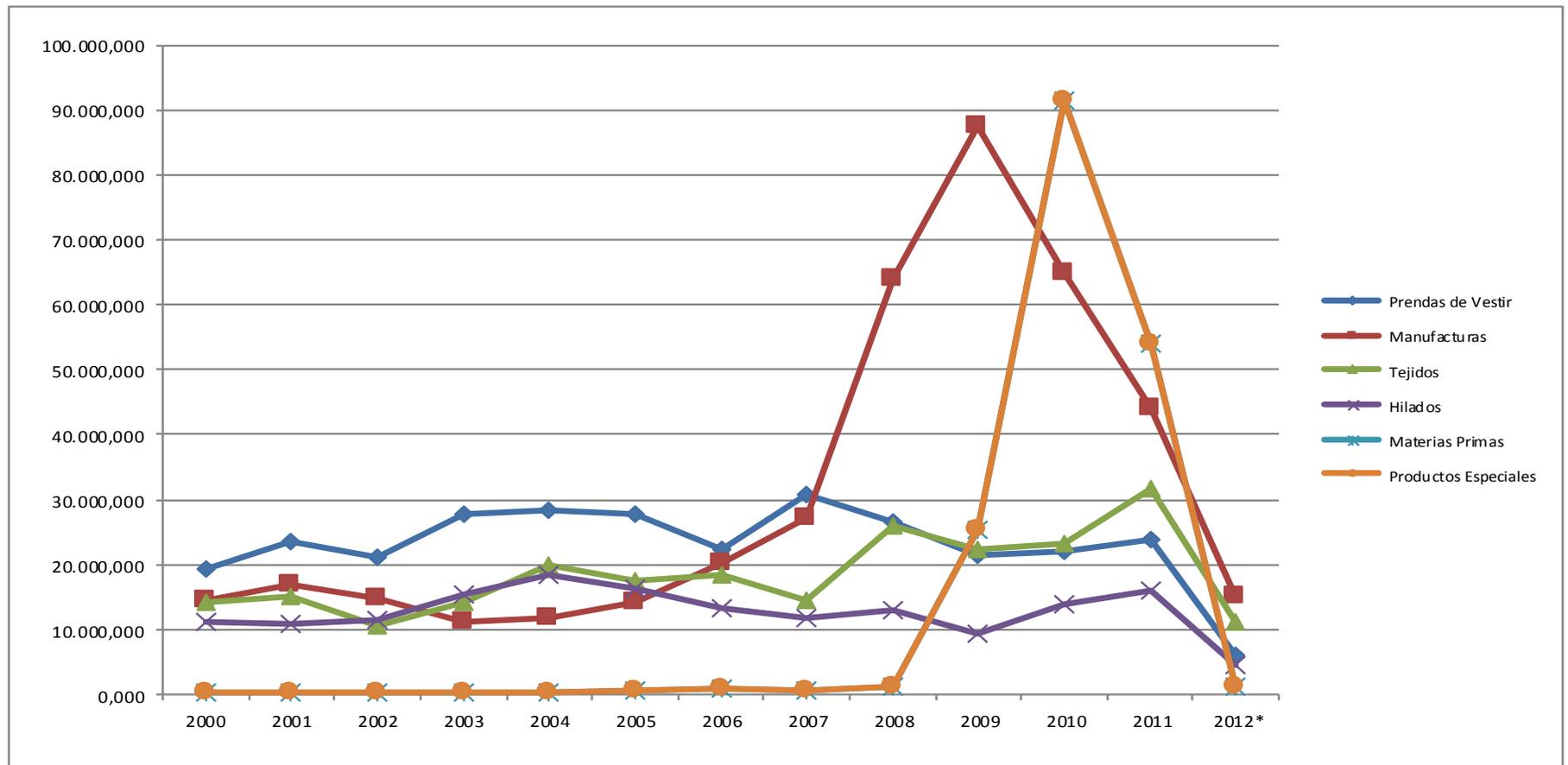
Año	Prendas de Vestir	Manufacturas	Tejidos	Hilados	Materias primas	Productos especiales	Total General
2000	19.376,789	14.438,187	14.195,507	11.076,143	8.499,553	215,909	67.802,088
2001	23.547,650	16.763,484	14.962,759	10.668,236	7.360,870	265,033	73.568,032
2002	20.984,945	14.759,550	10.617,372	11.377,358	8.225,284	70,175	66.034,684
2003	27.681,053	11.062,508	14.153,483	15.428,610	9.279,406	273,028	77.878,088
2004	28.238,658	11.777,448	19.964,609	18.489,585	9.792,282	340,483	88.603,065
2005	27.761,086	14.260,265	17.535,884	16.259,632	7.853,181	580,665	84.250,713
2006	22.209,160	20.241,100	18.437,637	13.073,168	8.004,427	845,954	82.811,446
2007	30.810,181	27.012,059	14.412,703	11.807,227	9.329,552	617,653	93.989,375
2008	26.651,498	63.991,052	25.937,211	12.777,212	14.407,485	1.220,002	144.984,460
2009	21.385,527	87.640,039	22.431,432	9.395,579	12.975,846	25.432,272	179.260,695
2010	21.953,899	64.992,317	23.317,785	13.784,295	13.284,186	91.648,320	228.980,802
2011	23.870,802	44.041,000	31.789,463	15.902,856	11.584,031	54.145,108	181.333,260
2012*	5.964,17	15.162,28	11.039,27	4.440,58	6.292,88	1.215,31	44.114,48

*\* hasta Abril de 2012*

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Exportaciones anuales de bienes textiles por tipo de producto, 2012, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 6**  
**Evolución de las exportaciones FOB de bienes textiles por tipo de producto**  
**(en miles de dólares)**



Fuente y elaboración: Banco Central del Ecuador

### 2.3.2 Análisis de los componentes de la oferta

Como se observa en el Cuadro No. 5, la tendencia global ha sido el incremento del número de compañías hasta el año 2008 que comienza a decrecer, también se aprecia que el mayor número de empresas son las que se dedican a la producción de prendas de vestir.

**Cuadro No. 6**  
**Número de compañías según actividad 2004-2008**

Actividad	2004	2005	2006	2007	2008
Preparación e hilatura de fibras textiles; tejedura de productos textiles	96	98	72	74	84
Acabado de productos textiles por cuenta de terceros	n.d.	n.d.	4	6	6
Fabricación de artículos confeccionados con materias textiles, excepto prendas de vestir	8	14	24	28	28
Fabricación de tapices y alfombras para suelos	8	8	8	6	4
Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo	16	18	10	12	12
Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	132	114	170	174	160
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>252</b>	<b>288</b>	<b>300</b>	<b>294</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Número de compañías según actividad, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

La industria se encuentra principalmente situada en las provincias de Pichincha, Guayas, Imbabura y Tungurahua. Tanto en Guayas, Pichincha y Tungurahua las empresas desarrollan actividades de confección de prendas de vestir, así como de hilado industrial. Por el contrario, en la provincia de Imbabura se concentran empresas de corte artesanal, donde la mayoría de los productos son realizados tejiendo a mano.

**Cuadro No. 7**  
**Empresas productoras de calzado destacadas en el Ecuador 2010**

REGIÓN	CIUDAD	NOMBRE DE LA EMPRESA	CAPACIDAD DE PRODUCCION MENSUAL(Ton) 2009-2010
Sierra	Guaranda	Zazi	5000
	Ambato	Exses	2500
	Ambato	Armandiny	6000
	Ambato	Luigi Valdini	5200
	Ambato	Kole Han	5000
	Cuenca-Gualaceo	Litargmode	7000
	Cuenca-Gualaceo	Sherinas Factory	5000
	Quito	Asodina	2000
	Quito	Doucas	3500
Costa	Guayaquil	Mandarina	4500
	Guayaquil	Elisa Martinez	3000
	Guayaquil	Lleana Miranda	2500
	Guayaquil	Milu Espinoza	2500
	Guayaquil	Ile Miranda	8000
	Manabí	Asociación de Productores de calzado	10000

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Empresas productoras de calzado en el Ecuador, 2010, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora.

Los datos del cuadro No. 7, reflejan la información en las ferias de calzado a nivel nacional, que son proporcionados por el Servicio de Rentas Internas, las Cámaras de calzado y los propietarios de estas fábricas de calzado; adicionalmente se presenta una muestra de las fábricas y negocios más importantes dentro del país, como influye su producción en cada una de sus respectivas ciudades y provincias.

### 2.3.3 Producción

A nivel global, durante el periodo 2000-2008, el comercio mundial del sector textil registró un crecimiento medio del 5,97%, llegando a alcanzar en el año 2008 los 250.000 millones de dólares. En lo referente a las prendas de vestir, en el periodo 2000-2008, el crecimiento del mercado mundial fue del 7,84% con un valor cercano a los 362.000 millones de dólares (Embajada de España s.f.).

En el año 2008, en términos de valor de mercado global, los textiles representaron el 2,39% de las exportaciones mundiales, sin embargo, las exportaciones de prendas de vestir representaron el 3,46% de las exportaciones mundiales. Si se atiende a la cuota de mercado de las exportaciones mundiales, en los textiles, Asia ocupa el 49,53% de estas; Europa el 39,79%; América del Norte obtuvo el 6,59% y América Latina tan sólo un 1,53%. Si se atiende a las prendas de vestir, Asia obtuvo una cuota de mercado del 52,02%, seguido por Europa con una cuota del 36,07% y América del Norte con una cuota del 2,95% (Embajada de España s.f.)

La industria del calzado es uno de los sectores industriales que muestra mayores cambios en las últimas décadas.- Actualmente se producen en el mundo unos 12 mil millones de pares, con un promedio de 2 pares por persona. Un dato interesante es el hecho que un 60% de esa producción es exportada. China produce 9.500 millones de pares por año y exporta 7.000 millones, India produce 700 millones; ambos países son los que registraron el crecimiento más espectacular de esta industria, desplazando de la escena a naciones que históricamente fueron los grandes productores, como Italia, cuya producción hoy se ha reducido a 400 millones de pares por año.

Por otro lado, el gran importador mundial sigue siendo EEUU con 1.800 millones de pares por año, seguido de Japón y Alemania.- Estos 3 países concentran casi la mitad de las importaciones totales netas, excluyendo a Hong Kong, que opera como país de tránsito.-

El mundo muestra dos modelos contrapuestos que compiten en el mercado internacional:

Asiático o económico: cuyo liderazgo ejerce China, que aprovecha el bajísimo costo de mano de obra

Europeo: representado por Italia y seguido por España y Portugal, más caro pero con diseño y elaboración de mayor calidad

Si se observa el comportamiento de las exportaciones ecuatorianas durante el periodo 2008-2011, las de textil y las prendas de vestir, tanto de punto como no, han crecido a una tasa del 4,43%; de medio para el mismo periodo de 20,56 millones de dólares en el año 2000 a 28,76 millones en el año 2008, un 1,54% menos que a nivel mundial.

Después de exponer la situación general de los últimos años, se analizan los datos más recientes, de forma más detallada.

**Cuadro No. 8**  
**Exportaciones de bienes textiles por tipo de producto**  
**(en miles de dólares)**

Año		Prendas de Vestir	Manufacturas	Tejidos	Hilados	Materias Primas	Productos Especiales	Total General
2008	Miles US \$	26.651,498	63.991,052	25.937,211	12.777,212	14.407,485	1.220,002	144.984,460
	Cuota	18,38%	44,14%	17,89%	8,81%	9,94%	0,84%	100,00%
	Variación	-13,50%	136,90%	79,96%	8,22%	54,43%	97,52%	54,26%
2009	Miles US \$	21.385,527	87.640,039	22.431,432	9.395,579	12.975,846	25.432,272	179.260,695
	Cuota	11,93%	48,89%	12,51%	5,24%	7,24%	14,19%	100,00%
	Variación	-19,76%	36,96%	-13,52%	-26,47%	-9,94%	1984,61%	23,64%
2010	Miles US \$	21.953,899	64.992,317	23.317,785	13.784,295	13.284,186	91.648,320	228.980,802
	Cuota	9,59%	28,38%	10,18%	6,02%	5,80%	40,02%	100,00%
	Variación	2,66%	-25,84%	3,95%	46,71%	2,38%	260,36%	27,74%
2011	Miles US \$	23.870,802	44.041,000	31.789,463	15.902,856	11.584,031	54.145,108	181.333,260
	Cuota	13,16%	24,29%	17,53%	8,77%	6,39%	29,86%	100,00%
	Variación	8,73%	-32,24%	36,33%	15,37%	-12,80%	-40,92%	-20,81%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Exportaciones de bienes textiles por tipo de producto, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

Según cifras del cuadro No. 8, si observa que en el año 2008, las exportaciones del sector textil, alcanzaron el máximo valor de la historia de Ecuador, obteniendo 144,98 millones de dólares, debido principalmente por el gran incremento de las manufacturas, que crecieron el 136,90% respecto a los valores del 2007. Sin duda este crecimiento junto al mantenimiento de los valores del 2008 tan elevados pueden ser debido a la depreciación que tuvo el dólar desde mediados de 2007 hasta mediados de 2008, cuando el valor del euro respecto al dólar alcanzó su máximo histórico e hizo que los productos ecuatorianos se volvieran más competitivos por el efecto tipo de cambio.

Las exportaciones textiles para el año 2009 se han reducido mes a mes, esto a consecuencia de la crisis económica mundial, la crisis también generó una reducción de los precios en el mercado mundial, sin embargo se generó un crecimiento, principalmente dado por las manufacturas, que crecieron un 36,99% respecto a los valores del 2008.

Si se atiende al destino de las exportaciones ecuatorianas, los principales mercados a los que se dirigen son la Comunidad Andina con un 37% del total, seguido por Venezuela con un 36% y EE.UU. y la Unión Europea con un 7% en ambos casos, más atrás se encuentra Asia con un 5% y Chile con un 3% del total (Embajada de España s.f.).

Aunque pese al detrimento de las exportaciones de productos al exterior, la producción ecuatoriana no se ha visto tan afectada en el año 2009 para este tipo de productos, de enero de 2009 a diciembre de 2009 la producción local de tejidos de fibras textiles, hilados y afelpados, es la única partida que ha aumentado con un valor del 18,89 %, sin embargo si se observa a los artículos textiles (excepto las prendas de vestir) la disminución ha sido del 28,22%; y los tejidos de punto y las prendas de vestir han disminuido en el 3,37% (Embajada de España s.f.).

Para el 2010 se ejecuta un crecimiento del sector textil en un 27,74%, significando esto 228,98 millones de dólares, especialmente por el incremento en la exportación de los productos especiales, tipo de producto que creció en el 260,36% con respecto al 2009, aportando con 91.64 millones de dólares al sector textil.

Una explicación para un incremento del mercado local, es que el gobierno de Rafael Correa ha implementado salvaguardas a los productos importados, para que el consumo de productos locales aumente en detrimento de los bienes exportados.

Por lo que respecta a las importaciones, el principal origen es la Comunidad Andina con un 36%, seguido por Asia con un 31%, a mayor distancia encontramos EE.UU. y Panamá con un 10% y un 9%, respectivamente. De la Unión Europea en cambio se importa el 5% del total de los bienes textiles (Embajada de España s.f.).

**Cuadro No. 9**  
**Importaciones de bienes textiles por tipo de producto**  
**(en miles de dólares)**

<b>Año</b>	<b>Prendas de Vestir</b>	<b>Manufacturas</b>	<b>Tejidos</b>	<b>Hilados</b>	<b>Materias Primas</b>	<b>Productos Especiales</b>	<b>Total General</b>
<b>2000</b>	19.137,768	11.066,379	56.765,226	18.089,257	57.591,383	21.347,910	183.997,923
<b>2001</b>	40.487,086	17.924,394	69.535,812	17.771,836	55.693,109	22.592,487	224.004,724
<b>2002</b>	55.250,491	22.554,036	54.248,216	17.539,188	41.988,136	24.038,251	215.618,318
<b>2003</b>	71.066,435	21.847,731	57.412,962	13.292,058	45.957,833	21.959,452	231.536,471
<b>2004</b>	108.023,142	29.505,802	74.863,541	18.492,740	50.965,048	24.378,548	306.228,821
<b>2005</b>	117.787,432	34.375,330	91.894,907	22.154,677	55.556,933	29.174,807	350.944,086
<b>2006</b>	134.904,679	39.576,256	87.491,595	24.744,310	55.375,544	31.008,742	373.101,126
<b>2007</b>	165.576,717	49.792,168	104.468,218	30.173,296	65.176,597	33.719,249	448.906,245
<b>2008</b>	197.616,932	64.617,887	126.147,561	42.409,932	80.752,280	42.668,680	554.213,272
<b>2009</b>	67.724,253	57.479,095	140.365,598	38.121,386	61.257,928	50.059,567	415.007,827
<b>2010</b>	112.779,320	51.309,158	189.556,790	56.522,984	80.923,972	70.602,866	561.695,090
<b>2011</b>	185.184,158	63.503,474	216.750,966	65.984,928	127.386,397	77.794,915	736.604,838
2012*	50.010,338	20.402,569	63.282,746	16.167,009	35.047,515	28.340,386	213.250,563

\* **Con datos hasta Abril 2012**

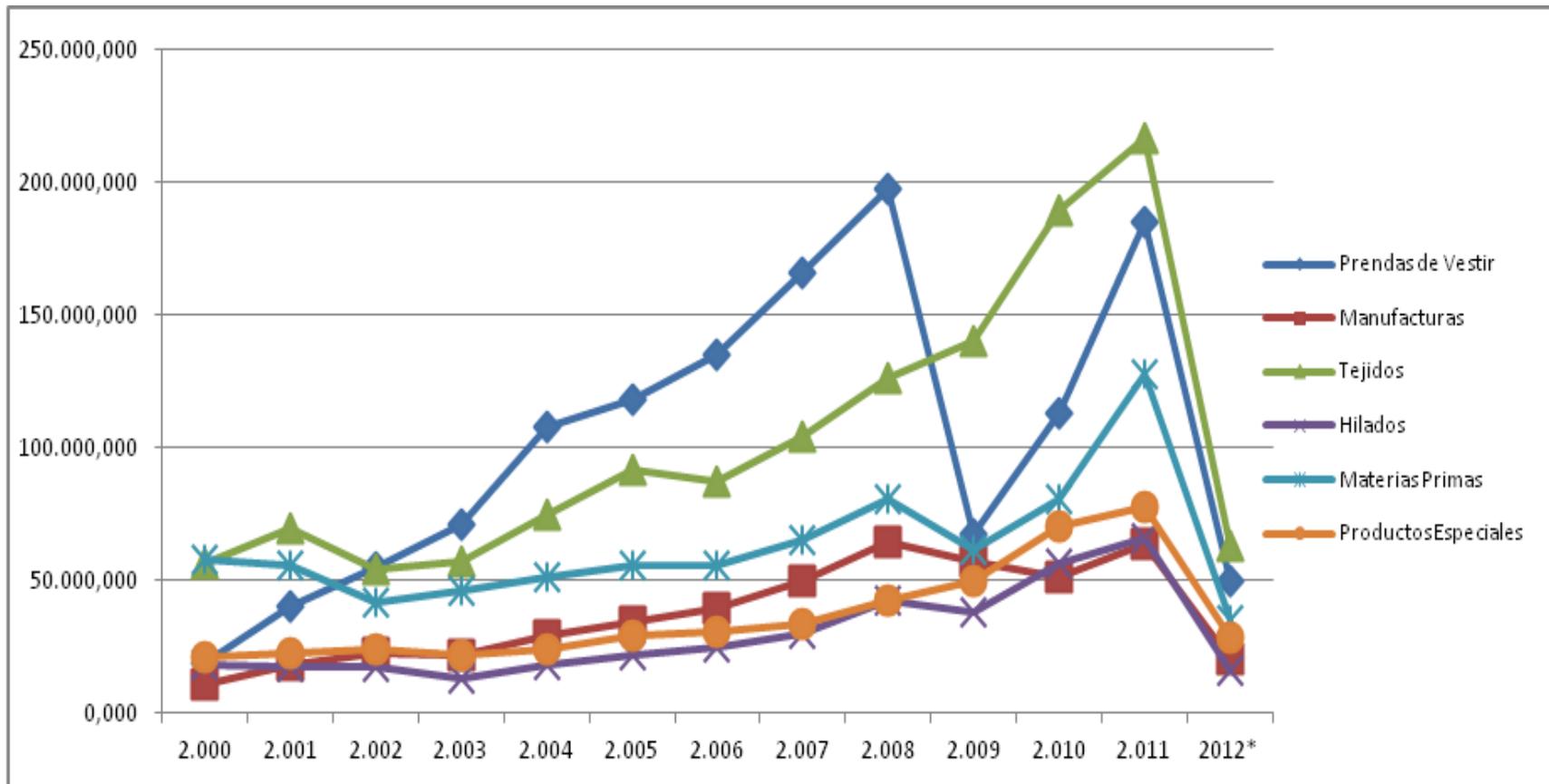
**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Importaciones de bienes textiles por tipo de producto, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

Como se puede observar en el cuadro No. 9 el valor de las importaciones ha tenido un comportamiento muy desigual en el periodo 2000-2012, cabe destacar el fuerte detrimento de las importaciones principalmente, por el establecimiento de la salvaguardia a las importaciones para equilibrar la balanza de pagos, que fue aprobada el 22 de enero de 2009, estableciendo un arancel específico para la importación de tejidos y prendas de vestir de un 30% ad-valorem más 12 USD por kilo.

El comportamiento es muy diferente si se observan los años 2006, 2007 y 2008, donde se muestra un crecimiento de las importaciones del 20,25% del 2006 al 2007 y del 24,01% del 2007 al 2008.

**Gráfico No. 7**  
**Evolución de las importaciones de bienes textiles por tipo de producto 2000-2012 (Valor FOB)**  
**(en miles de dólares)**



Fuente y Elaboración: Banco Central del Ecuador.

Si se analizan los datos del periodo 2000-2011, pero con respecto al crecimiento promedio, se obtienen los siguientes datos:

**Cuadro No. 10**  
**Crecimiento promedio de las importaciones de bienes textiles por**  
**tipo de producto**  
**(en miles de dólares)**

Año	Prendas de Vestir	Manufacturas	Tejidos	Hilados	Materias Primas	Productos Especiales	Total General
2002	55.250,491	22.554,03	54.248,21	17.539,18	41.988,13	24.038,25	215.618,31
2005	117.787,43	34.375,33	91.894,90	22.154,67	55.556,93	29.174,80	350.944,08
2008	197.616,93	64.617,88	126.147,56	42.409,93	80.752,28	42.668,68	554.213,27
2011	185.184,15	63.503,47	216.750,96	65.984,92	127.386,39	77.794,91	736.604,83
<b>Crecimiento medio</b>	32,66%	18,99%	14,14%	14,61%	9,83%	13,13%	14,88%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Crecimiento promedio de las importaciones de bienes textiles por tipo de producto, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

Con estos datos, se puede observar la gran dependencia del sector textil ecuatoriano del mercado exterior desde el año 2002, esto es debido en gran parte a que la producción nacional no logra cubrir toda la demanda y a que la población busca nuevos productos y diseños que la producción nacional no satisface (Embajada de España s.f.).

Con las cifras del cuadro No. 10, también se puede comprobar cómo las importaciones de prendas de vestir han tenido un comportamiento similar tanto en crecimiento como en valor, excepto en el año 2004 donde existe una diferencia mayor (Embajada de España s.f.)

**Cuadro No. 11**  
**Importaciones de bienes textiles por tipo de producto 2008-2011**  
**(en miles de dólares)**

Año		Prendas de Vestir	Manufacturas	Tejidos	Hilados	Materias primas	Productos especiales	Total General
2008	Miles US \$	197.616,932	64.617,887	126.147,561	42.409,932	80.752,280	42.668,680	554.213,272
	Cuota	35,66%	11,66%	22,76%	7,65%	14,57%	7,70%	100,00%
	Variación	19,35%	29,78%	20,75%	40,55%	23,90%	26,54%	23,46%
2009	Miles US \$	67.724,253	57.479,095	140.365,598	38.121,386	61.257,928	50.059,567	415.007,827
	Cuota	16,32%	13,85%	33,82%	9,19%	14,76%	12,06%	100,00%
	Variación	-65,73%	-11,05%	11,27%	-10,11%	-24,14%	17,32%	-25,12%
2010	Miles US \$	112.779,320	51.309,158	189.556,790	56.522,984	80.923,972	70.602,866	561.695,090
	Cuota	20,08%	9,13%	33,75%	10,06%	14,41%	12,57%	100,00%
	Variación	66,53%	-10,73%	35,05%	48,27%	32,10%	41,04%	35,35%
2011	Miles US \$	185.184,158	63.503,474	216.750,966	65.984,928	127.386,397	77.794,915	736.604,838
	Cuota	25,14%	8,62%	29,43%	8,96%	17,29%	10,56%	100,00%
	Variación	64,20%	23,77%	14,35%	16,74%	57,41%	10,19%	31,14%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Importaciones de bienes textiles por tipo de producto, 2014, Guayaquil, Ecuador

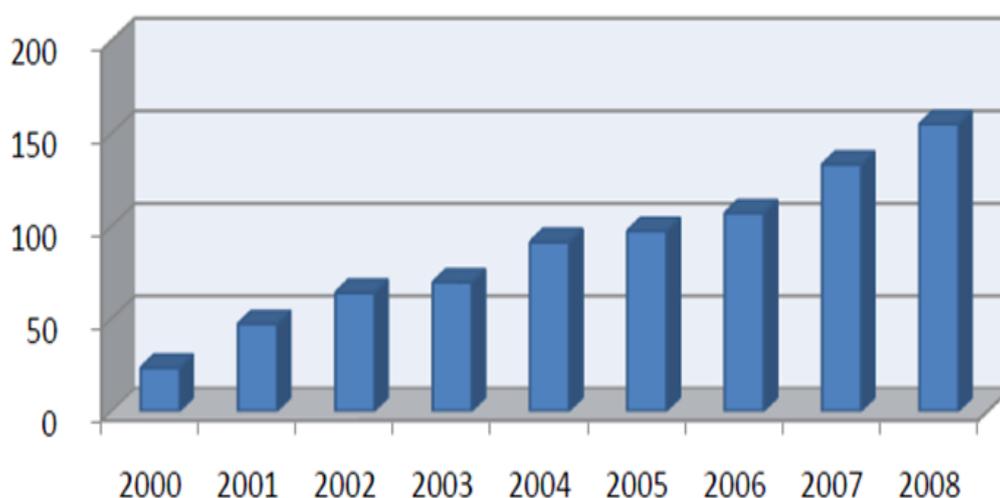
**Elaboración:** La autora

En las cifras del cuadro No. 11, se comprueba cómo han ido variando la cuota de cada gama de productos año tras año y como la salvaguardia a las importaciones inicialmente redujo las importaciones de prendas de vestir, luego se evidencia un crecimiento del 2010 al 2011 de 31,14%, similarmente aunque en menor envergadura a lo ocurrido con las importaciones de tejidos, que ha incrementado su demanda exterior, principalmente porque no se incluyó dentro de las medidas de protección del gobierno.

Corresponde examinar el comportamiento de las importaciones de la industria del calzado y las variaciones presentadas en la misma como

resultado de las medidas arancelarias aplicadas para esta industria a fin de protegerla e impulsar su desarrollo, es decir, esta sección tiene un enfoque directo sobre el capítulo 64 de partidas arancelarias. A manera de obtener una ilustración más clara de lo sucedido en la industria de calzado durante el periodo comprendido entre el 2000-2010, se presenta dicha información en el gráfico No. 8.

**Gráfico No. 8**  
**Importaciones totales - sector calzado 2000-2008**  
**(en miles de dólares)**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Importaciones totales del sector calzado, 2014, Guayaquil, Ecuador

**Elaboración:** La autora

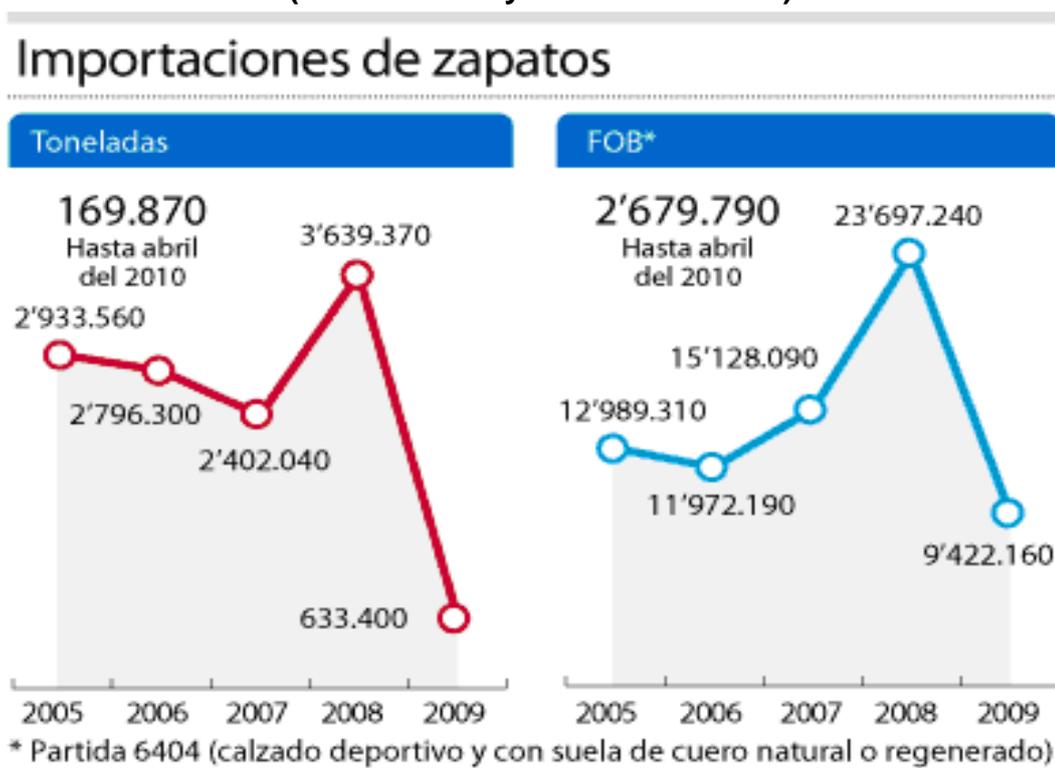
El comportamiento de las importaciones de calzado presenta una marcada tendencia al alza, en el 2001 las importaciones de calzado se incrementaron el doble, siendo su variación de 101,36%, hecho que se adjudica a la situación económica que afrontaba el país referente al cambio de moneda; lo que hizo que realizar compras en el exterior fuese más rentable y económico para los consumidores locales mientras que por otra parte la producción nacional se vio fuertemente afectada por los competitivos precios del calzado importado; a su vez, Ecuador se convierte en un mercado atractivo para aquellos países poseedores de monedas más débiles, adicionalmente cabe recalcar que para este periodo no se aplicaron políticas comerciales traducidas en impuestos a

las importaciones que restringieran el ingreso excesivo de calzado extranjero, razones que explican el incremento abrupto de las importaciones en la industria de calzado (Escuela Superior Politécnica del Litoral 2014)

Para el análisis del comportamiento de las importaciones de la industria de calzado del 2008 y el 2009 se ha tomado como referencia la partida 6404 la cual incluye el calzado deportivo y con suela de cuero natural o regenerado (Escuela Superior Politécnica del Litoral 2014)

En la ilustración No. 2 se presentan los cambios de las importaciones de calzado.

**Ilustración No. 2**  
**Importaciones calzado: calzado deportivo y con suela de cuero natural**  
**(en toneladas y miles de dólares)**



**Fuente y elaboración:** Diario "El Universo"

En el año 2009 las importaciones de calzado decrecieron considerablemente, como consecuencia de las políticas arancelarias aplicadas por el presente gobierno a fin de proteger e impulsar el desarrollo de la industria nacional a través del arancel específico ya antes mencionado, establecido en la Resolución 466 por el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI). Las importaciones para este sector se redujeron en USD 14275 millones, lo que representa un descenso de 60,24% con respecto al año anterior; en cuanto a las toneladas de calzado importadas se puede inferir que éstas cayeron en 82,60% habiéndose importado para esta fecha 3.005.970 de toneladas menos que en el 2008.

## **2.4 IMPACTO EN LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ZAPATOS Y TEXTILES**

### **2.4.1 Medidas Arancelarias**

Las medidas arancelarias más importantes se han dado con la reforma integral de Arancel Nacional de Importaciones, que entró en vigencia el 1 de octubre de 2012 y se publicó en el Registro Oficial 859 del 28 de diciembre de 2012. Con la mencionada reforma se pasó a llamar “Arancel del Ecuador”.

Las partidas reformadas o ratificadas que se encuentran a continuación se proceden a detallar de la siguiente forma:

- Código: el número asignado a la partida y sub-partidas correspondientes.
- UF: el número de unidades a las que se aplicará la tarifa, por ejemplo **2u** serían 2 unidades.

- Tarifa Arancelaria: cuantía ad-valorem y en dólares a pagar por la mercancía que se importa, por ejemplo: **10 USD 6/par**; que se entiende así: 10% ad valorem y 6 dólares el par.

**Cuadro No. 12**  
**Medidas arancelarias para el calzado**

<b>Código</b>	<b>Designación de la Mercancía</b>	<b>UF</b>	<b>Tarifa Arancelaria</b>
<b>64.01</b>	<b>Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.</b>		
6401.10.00	- Calzado con puntera metálica de protección	2u	10 USD 6/par
	- Los demás calzados:		
6401.92.00	- - Que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla	2u	10 USD 6/par
6401.99.00	- - Los demás	2u	10 USD 6/par
<b>64.02</b>	<b>Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.</b>		
	- Calzado de deporte:		
6402.12.00	- - Calzado de esquí y calzado para la práctica de «snowboard» (tabla para nieve)	2u	10 USD 6/par
6402.19.00	- - Los demás	2u	10 USD 6/par
6402.20.00	- Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas)	2u	10 USD 6/par
	- Los demás calzados:		
6402.91.00	- - Que cubran el tobillo	2u	10 USD

			6/par
6402.99	- - Los demás:		
6402.99.10	- - - Con puntera metálica de protección	2u	10 USD 6/par
6402.99.90	- - - Los demás	2u	10 USD 6/par
<b>64.03</b>	<b>Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.</b>		
	- Calzado de deporte:		
6403.12.00	- - Calzado de esquí y calzado para la práctica de «snowboard» (tabla para nieve)	2u	10 USD 6/par
6403.20.00	- Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo gordo	2u	10 USD 6/par
6403.40.00	- Los demás calzados, con puntera metálica de protección	2u	10 USD 6/par
	- Los demás calzados, con suela de cuero natural:		
6403.51.00	- - Que cubran el tobillo	2u	10 USD 6/par
6403.59.00	- - Los demás	2u	10 USD 6/par
	- Los demás calzados:		
6403.91	- - Que cubran el tobillo:		
6403.91.10	- - - Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección	2u	10 USD 6/par
6403.91.90	- - - Los demás	2u	10 USD 6/par
6403.99	- - Los demás:		
6403.99.10	- - - Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección	2u	10 USD 6/par

6403.99.90	- - - Los demás	2u	10 USD 6/par
<b>64.04</b>	<b>Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.</b>		
	- Calzado con suela de caucho o plástico:		
6404.11	- - Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares:		
6404.11.10	- - - Calzado de deporte	2u	10 USD 6/par
6404.11.20	- - - Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares	2u	10 USD 6/par
6404.19.00	- - Los demás	2u	10 USD 6/par
6404.20.00	- Calzado con suela de cuero natural o regenerado	2u	10 USD 6/par
<b>64.05</b>	<b>Los demás calzados.</b>		
6405.10.00	- Con la parte superior de cuero natural o regenerado	2u	10 USD 6/par
6405.20.00	- Con la parte superior de materia textil	2u	10 USD 6/par
6405.90.00	- Los demás	2u	10 USD 6/par
<b>64.06</b>	<b>Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.</b>		
6406.10.00	- Partes superiores de calzado y sus partes, excepto los contrafuertes y punteras duras	u	10 USD 3/unidad
6406.20.00	- Suelas y tacones (tacos), de caucho o plástico	u	15
6406.90	- Los demás:		

6406.90.10	- - Plantillas	2u	15
6406.90.90	- - Los demás	u	10 USD 6/ par
			15% solamente para contrafuertes, punteras, cabrillón, polainas y taloneras.

Fuente y Elaboración: Arancel del Ecuador, Registro Oficial No. 859 del 28 de diciembre de 2012.

Como se observa en el cuadro No. 12, los zapatos tuvieron significativos aumentos en todas las partidas arancelarias, con el objetivo de incentivarla reducción de las importaciones de calzado y fomentar la industria local, haciéndola más competitiva por precio con respecto al calzado importado.

**Cuadro No. 13**  
**Medidas arancelarias para textiles.**

<b>84.45</b>	<b>Máquinas para la preparación de materia textil; máquinas para hilar, doblar o retorcer materia textil y demás máquinas y aparatos para la fabricación de hilados textiles; máquinas para bobinar (incluidas las canilleras) o devanar materia textil y máquinas para la preparación de hilados textiles para su utilización en las máquinas de las partidas 84.46 u 84.47.</b>		
	- Máquinas para la preparación de materia textil:		
8445.11.00	- - Cardas	u	0
8445.12.00	- - Peinadoras	u	0
8445.13.00	- - Mecheras	u	0
8445.19	- - Las demás:		
8445.19.10	- - - Desmotadoras de algodón	u	0
8445.19.90	- - - Las demás	u	0
8445.20.00	- Máquinas para hilar materia textil	u	0
8445.30.00	- Máquinas para doblar o retorcer materia textil	u	0
8445.40.00	- Máquinas para bobinar (incluidas las canilleras) o devanar materia textil	u	0
8445.90.00	- Los demás	u	0
<b>84.46</b>	<b>Telares.</b>		

8446.10.00	- Para tejidos de anchura inferior o igual a 30 cm	u	0
	- Para tejidos de anchura superior a 30 cm, de lanzadera:		
8446.21.00	- - De motor	u	0
8446.29.00	- - Los demás	u	0
8446.30.00	- Para tejidos de anchura superior a 30 cm, sin lanzadera	u	0
<b>84.47</b>	<b>Máquinas de tricotar, de coser por cadeneta, de entorchar, de fabricar tul, encaje, bordados, pasamanería, trenzas, redes o de insertar mechones.</b>		
	- Máquinas circulares de tricotar:		
8447.11.00	- - Con cilindro de diámetro inferior o igual a 165 mm	u	0
8447.12.00	- - Con cilindro de diámetro superior a 165 mm	u	0
8447.20	- Máquinas rectilíneas de tricotar; máquinas de coser por cadeneta:		
8447.20.10	- - Máquinas rectilíneas de tricotar, de uso doméstico	u	0
8447.20.20	- - Las demás máquinas rectilíneas de tricotar	u	0
8447.20.30	- - Máquinas de coser por cadeneta	u	0
8447.90.00	- Las demás	u	0
<b>84.48</b>	<b>Máquinas y aparatos auxiliares para las máquinas de las partidas 84.44, 84.45, 84.46 u 84.47 (por ejemplo: maquinitas para lizos, mecanismos Jacquard, paraurdimbres y paratramas, mecanismos de cambio de lanzadera); partes y accesorios identificables como destinados, exclusiva o principalmente, a las máquinas de esta partida o de las partidas 84.44, 84.45, 84.46 u 84.47 (por ejemplo: husos, aletas, guarniciones de cardas, peines, barretas, hileras, lanzaderas, lizos y cuadros de lizos, agujas, platinas, ganchos).</b>		
	- Máquinas y aparatos auxiliares para las máquinas de las partidas 84.44, 84.45, 84.46 u 84.47:		
8448.11.00	- - Maquinitas para lizos y mecanismos Jacquard; reductoras, perforadoras y copiadoras de cartones; máquinas para unir cartones después de perforados	u	0
8448.19.00	- - Los demás	u	0

8448.20.00	- Partes y accesorios de las máquinas de la partida 84.44 o de sus máquinas o aparatos auxiliares	u	0
	- Partes y accesorios de las máquinas de la partida 84.45 o de sus máquinas o aparatos auxiliares:		
8448.31.00	- - Guarniciones de cardas	u	0
8448.32	- - De máquinas para la preparación de materia textil, excepto las guarniciones de cardas:		
8448.32.10	- - - De desmotadoras de algodón	u	0
8448.32.90	- - - Las demás	u	0
8448.33.00	- - Husos y sus aletas, anillos y cursores	u	0
8448.39.00	- - Los demás	u	0
	- Partes y accesorios de telares o de sus máquinas o aparatos auxiliares:		
8448.42.00	- - Peines, lizos y cuadros de lizos	u	0
8448.49.00	- - Los demás	u	0
	- Partes y accesorios de máquinas o aparatos de la partida 84.47 o de sus máquinas o aparatos auxiliares:		
8448.51.00	- - Platinas, agujas y demás artículos que participen en la formación de mallas	u	0
8448.59.00	- - Los demás	u	0
<b>84.53</b>	<b>Máquinas y aparatos para la preparación, curtido o trabajo de cuero o piel o para la fabricación o reparación de calzado u otras manufacturas de cuero o piel, excepto las máquinas de coser.</b>		
8453.10.00	- Máquinas y aparatos para la preparación, curtido o trabajo de cuero o piel	u	0
8453.20.00	- Máquinas y aparatos para la fabricación o reparación de calzado	u	0
8453.80.00	- Las demás máquinas y aparatos	u	0
8453.90.00	- Partes	u	0

**Fuente y Elaboración:** Arancel del Ecuador, Registro Oficial No. 859 del 28 de diciembre de 2012.

En el cuadro No. 13, se puede observar que las partidas arancelarias se enfocan en los equipos y/o maquinarias dedicadas a la producción en el sector textil, más que en el propio producto final; con el objetivo que exista

una modernización de la industria textil del país y que por vía de tecnificación se pueda competir con los productos importados, reduciendo los tiempos y los costos de producción.

#### **2.4.2 Incentivos Tributarios.**

Uno de los incentivos que han tenido los sectores de calzado y textiles ha sido la exoneración del impuesto a la renta. El incentivo sectorial aplica únicamente en los casos en que las inversiones se realicen fuera de las jurisdicciones urbanas de Quito y Guayaquil, con la finalidad de buscar el desarrollo productivo de otros sectores del territorio nacional. Esta finalidad se complementa con otro tipo de incentivos, como son las deducciones adicionales que se otorgan a las nuevas inversiones que se ubiquen en zonas deprimidas o de frontera<sup>3</sup>.

Se considerarán parámetros de aplicación de los incentivos, a los siguientes:

- Los criterios objetivos asociados con el monto de la nueva inversión realizada;
- Los nuevos puestos de trabajo generados y,
- Para el caso de los sectores de sustitución estratégica de importaciones, la incorporación del porcentaje de contenido nacional, determinado por el Ministerio a cargo de la política industrial<sup>4</sup>.

El Consejo sectorial de la producción es la entidad encargada de diseñar los instructivos, la metodología de evaluación y la matriz de indicadores que permitan ponderar adecuadamente el cumplimiento de los

---

<sup>3</sup> Diego Pino Roditti, La exoneración del impuesto a la renta establecido en el Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones, Ediciones Legales, 2011, Guayaquil, Ecuador, pág. 33

<sup>4</sup> Ibídem 3, pág. 42

parámetros referidos, adecuándolos a la dimensión y naturaleza de cada uno de los proyectos o de las inversiones realizadas<sup>5</sup>.

### **2.4.3 Modelo de sustitución por importación**

El Plan Nacional de Desarrollo denominado por el gobierno "Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013", en su objetivo 11 declara: "Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible" Entre lo que busca el objetivo 11 tenemos el literal c que menciona: "fortalecer la producción nacional de software, agro alimentaria, del tejido y del calzado, bajo parámetros social y ambientalmente responsables" (SENPLADES 2009).

Se reconoce en el Plan Nacional de Desarrollo, la potencialidad de desarrollar actividades económicas de producción manufacturera tanto depequeñas y medianas industrias textiles, de cuero y calzado, artesanías, metalmecánica y el procesamiento de alimentos.

Adicionalmente se busca fomentar a las industrias nacientes que apunten a satisfacer las necesidades básicas: industria de alimentos, industria textil y de calzado, industria de la construcción (con énfasis en vivienda social), industria farmacéutica de genéricos.

El Plan de Desarrollo, trata de eliminar la forma de crecimiento económico neoliberal, cuyo crecimiento industrial se da en las grandes ciudades, por lo tanto la estrategia para el Buen Vivir también incluye la parte rural, donde no solo se piense que el área rural se dedique a actividades agropecuarias y pesqueras sino incluya también entre otros: la industria de alimentos, la industria textil y de calzado, y el turismo comunitario.

---

<sup>5</sup> Ibídem 3, pág. 42

Para una efectiva sustitución de importaciones se debe priorizar el desarrollo de las siguientes industrias nacientes: petroquímica; bioenergía y biocombustibles; metalmecánica; biomedicina, farmacéutica y genéricos; bioquímica; hardware y software; y servicios ambientales. Adicionalmente se asigna prioridad a actividades generadoras de valor agregado con importantes efectos en la generación de empleo y la satisfacción de necesidades básicas tales como la construcción (con énfasis en vivienda social), alimentos, pesca artesanal, artesanía, turismo comunitario, textiles y calzado (SENPLADES 2009).

#### **2.4.5 Impacto de medidas proteccionistas aplicadas en el consumo de productos extranjeros**

En lo relativo a los procedimientos aduaneros para estas 3 partidas los documentos generalmente requeridos son:

- CommercialInvoice
- Packing list
- Air Waybill
- Bill of landing
- Custom Import Declaration
- Custom Value Declaration Form

#### **Aranceles e Impuestos de venta:**

El Gobierno con el fin de contrarrestar la disminución del superávit de la balanza comercial, esto es, las importaciones para el 2008 aumentaron al 35%, mientras que las exportaciones ascendieron en un 29%. Firma el 19 de enero del 2009 en la sala de sesiones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI 2009), un Acuerdo Voluntario entre el Gobierno Nacional y varios grupos de importadores representativos en el cual se resuelve establecer una salvaguardia por balanza de pagos, de

aplicación general y no discriminatoria a las importaciones provenientes de todos los países, incluyendo aquellos con los que Ecuador tiene acuerdos comerciales vigentes que reconocen preferencias arancelarias, con el carácter de temporal y por el período de un año; para el sector del calzado se estableció un arancel específico de 10 USD por par importado adicional al arancel nacional específico vigente para este periodo siendo de 30% ad-valorem.

Sin embargo, luego de que las medidas arancelarias cumplieran con el año establecido, el 11 de enero del 2010 mediante Resolución 538 emitida por el COMEXI, se expresa que las reformas señaladas en la Resolución 466 se mantendrán vigentes hasta que el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones las cese expresamente; además se deroga el artículo primero de dicha Resolución la vigencia de un año. Esta medida es tomada para evitar que la balanza de pagos resulte nuevamente afectada por la apertura abrupta de las importaciones; conjuntamente se dispone que cada dos meses, se realice un estudio de la misma para analizar la posibilidad de la eliminación de la salvaguardia de forma progresiva (Escuela Superior Politécnica del Litoral 2014).

El 22 de diciembre del 2009 el COMEXI emite la Resolución No. 533 en la cual se resolvió reducir un 10% a todos los recargos arancelarios establecidos por concepto de salvaguardia por balanza de pagos mediante Resolución 466, 468, 487 y 524 del COMEXI, la misma que entra en vigencia el 23 de enero del 2010, posterior a esto en sesión celebrada el 3 de febrero del presente año, este mismo organismo establece el cronograma de desgravación para la salvaguardia ya mencionada, en el porcentaje y la fechas siguientes:

- A partir del 23 de marzo de 2010.- Incremento del porcentaje de reducción en 30% adicional a lo establecido en la Resolución 533 del COMEXI.

- A partir del 23 de mayo de 2010.- El porcentaje de reducción señalado en el literal 1 se incrementa en un 30% adicional.
- A partir del 23 de julio de 2010.- El porcentaje de reducción señalado en el literal 2 se incrementa en un 30% adicional.

La diferencia del cambio de medidas de salvaguardia a la aplicación de disposiciones arancelarias, radica en que los aranceles son medidas permanentes que no se aplican a todos los países, sino solo a aquellos con los que el Ecuador no tiene tratados de comercio.

El objetivo de la aplicación de las medidas de salvaguardia era equilibrar la balanza de pagos, ya que en los últimos años se ha presentado un déficit comercial, pero conjuntamente se buscaba proteger la industria local de la competencia desleal, ya que entraban al país productos con un precio por debajo al cual estaban los productores nacionales dispuestos a vender; así como también impulsar la competitividad de los sectores productivos nacionales así como de fomentar su internacionalización.

Sin embargo, la falta de capacidad operativa, de mano de obra calificada y de una inversión en la industria por parte del gobierno central provocó que la producción nacional no estuviera en la capacidad de cubrir toda la demanda. Aún así, se estima que la industria local del calzado presentó un crecimiento del 40% en la producción y 30% en sus ventas en el año 2009; caso contrario con la industria textil, la cual según información publicada por la AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador) presentó una contracción debido a la reducción de la demanda internacional.

## 2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para elaborar el análisis estadístico con respecto al consumo y la demanda del mercado de calzado y textil se elaboró una encuesta, la misma que se analiza posteriormente con el levantamiento de la información.

La fórmula que se empleó fue la de población infinita o desconocida:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{i^2}$$

Dónde:

- n: Tamaño de la muestra.
- $Z_{\alpha}$ : Valor correspondiente a la distribución de Gauss
- p: Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse  **$p= 0,50$**
- q: 1- p es decir si  $p=0,50$   $q=1- 0,50$
- i: Margen de error que se prevé cometer, si es del 5%  **$i= 0,05$**   
(Murray R. Spiegel y Larry J. Stephens 2009)

Donde aplicando la fórmula nos queda:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

Es decir que debemos encuestar a 384 personas en la ciudad de Guayaquil para levantar la información necesaria para los análisis correspondientes.

## Tendencias generales del consumo en el mercado de calzado y textil

Para establecer las tendencias del consumo en el mercado de calzado y textil se realizó encuestas a las personas en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.

Teniendo y resaltando en cuenta algunos puntos importantes como:

- Factores socio-demográficos.
- Factores económicos.
- Distribución de la renta disponible.
- Tendencias sociopolíticas.
- Tendencias culturales.
- Tendencias legislativas.

Una vez obtenida la información se realizó el análisis del mercado con respecto a sus consumidores y también se determinó el comportamiento de la oferta con respecto a la demanda en el mercado de calzado y textil en la ciudad de Guayaquil.

### 2.5.1 Factores socio-demográficos

**Pregunta: ¿Cuál es su lugar de residencia?**

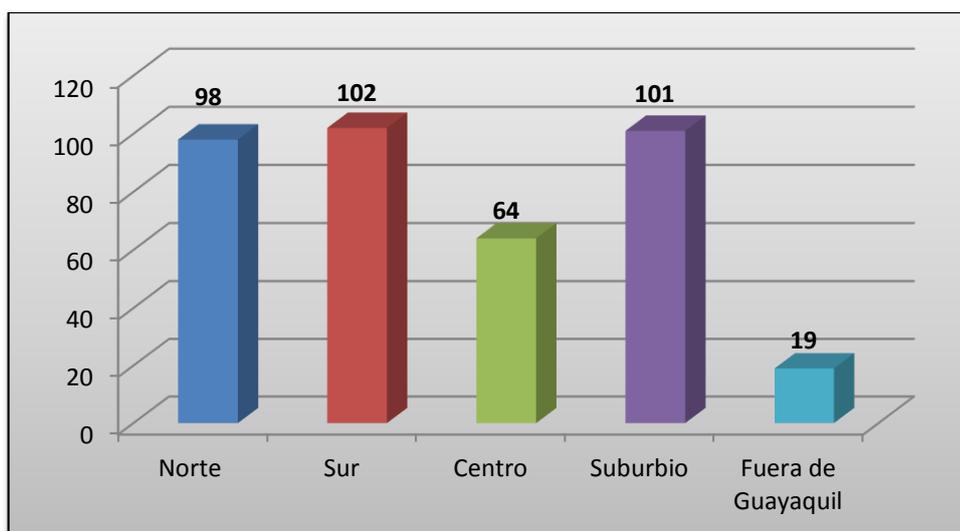
**Cuadro No. 14**  
**Lugar de residencia**

Norte	98	
Sur	102	
Centro	64	
Suburbio	101	
Fuera de Guayaquil	19	Durán, Posorja, Playas, Daule, Samborondón
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 9**  
**Lugar de residencia**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

Una vez encuestada a 384 personas se obtuvo que 102 personas viven al sur de la ciudad, 101 viven en los suburbios, 98 viven al norte, 64 tienen domicilio en el centro de la ciudad, mientras que tan solo 19 de ellas viven en ciudades aledañas como: Durán, Posorja, Playas, Daule, Samborondón. Si nos percatamos podemos ver que la mayoría de las personas son del sur y suburbio de Guayaquil, siendo estas 203 las encuestadas.

### 2.5.2 Factores económicos

**Pregunta:** ¿Sus ingresos mensuales en promedio son?

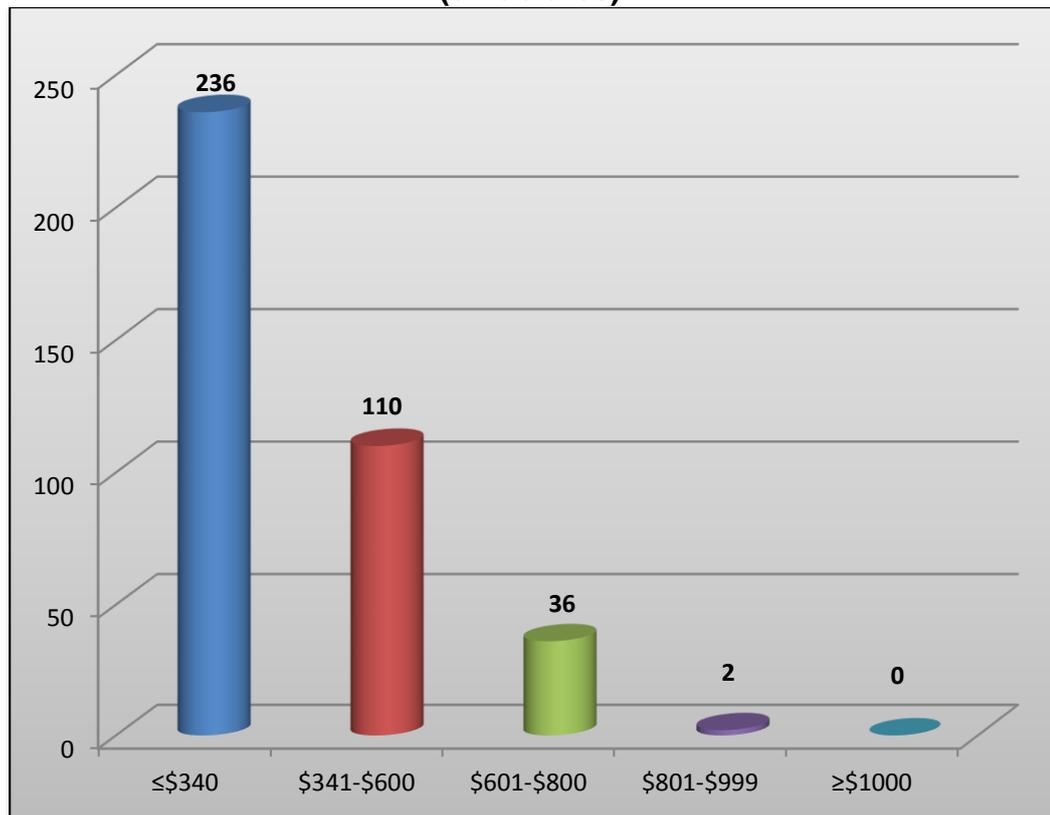
**Cuadro No. 15**  
**Ingresos promedios mensuales**

≤\$340	236
\$341-\$600	110
\$601-\$800	36
\$801-\$999	2
≥\$1000	0
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 10**  
**Ingresos promedios mensuales**  
**(en dólares)**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

De las personas encuestadas en los diferentes puntos de la ciudad de Guayaquil tenemos que alrededor del 60% perciben unos ingresos menores o iguales al sueldo básico unificado de \$340 dólares, aproximadamente el 29 % tienen ingresos entre \$341 y \$600 dólares, solo el 9 % de los encuestados tienen ingresos entre \$601 y \$800 dólares, tan solo 2 personas que equivale al 1% aproximadamente tienen ingresos mensuales entre \$801 y \$999 dólares, mientras ninguno de los encuestados tiene ingresos mensuales superiores a los \$1000 dólares.

### 2.5.3 Distribución de la renta disponible

Pregunta: En orden de importancia para usted, señale del 1 al 5, siendo 1 lo más importante y 5 lo menos importante, en qué rubros gasta sus ingresos

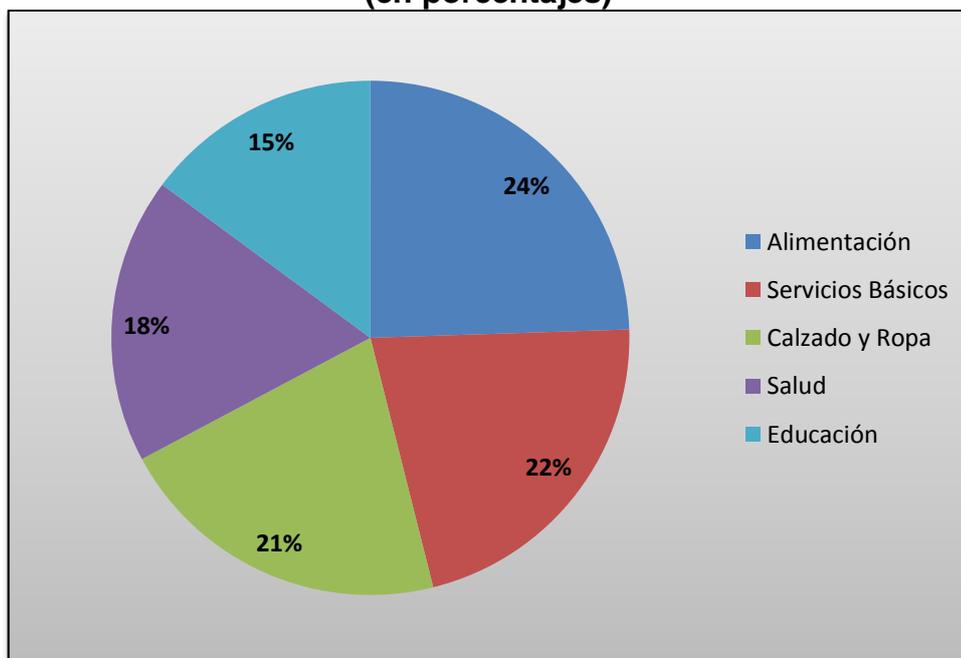
**Cuadro No. 16**  
**Orden de importancia en que gasta sus ingresos**

Alimentación	94
Servicios básicos	83
Calzado y ropa	81
Salud	69
Educación	57
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

**Gráfico No. 11**  
**Orden de importancia en que gasta sus ingresos**  
**(en porcentajes)**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

Según la distribución de la renta disponible el 24% de las personas marcaron como más importante la alimentación, el 22% marcó que su segundo gasto son los servicios básicos, ubicándose en el tercer lugar el

21% marcó el calzado y ropa, en penúltimo lugar con un 18 % están los gastos en salud y en último lugar marcan con un 15 % a la educación dentro de la distribución de la renta de cada uno de los encuestados.

#### 2.5.4 Tendencias sociopolíticas

**Pregunta: ¿Usted sigue alguna tendencia en su forma de vestir, según la moda de personajes políticos o públicos?**

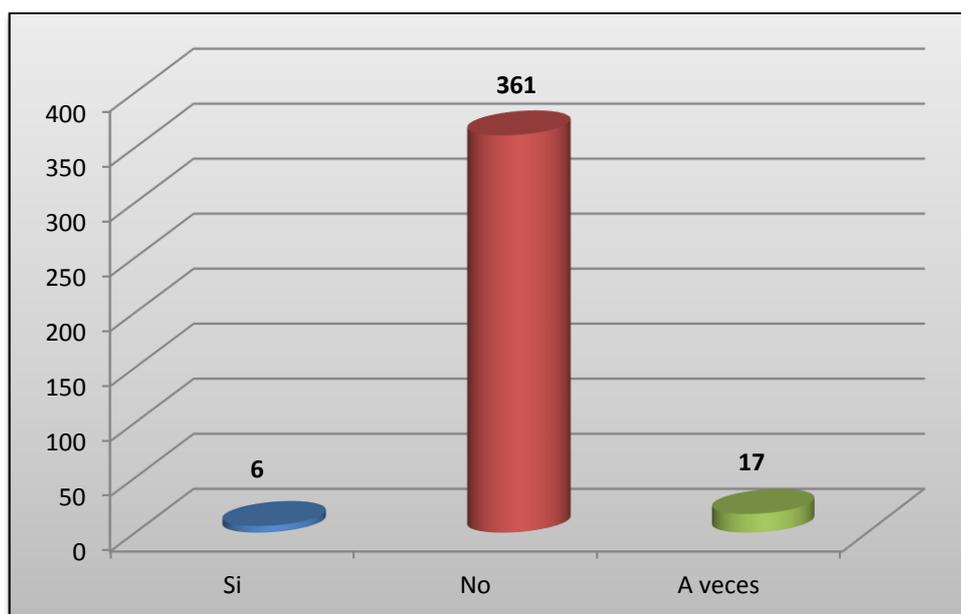
**Cuadro No. 17**  
**Tendencia de vestir de acuerdo a personajes públicos o políticos**

Si	6
No	361
A veces	17
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 12**  
**Tendencia de vestir de acuerdo a personajes públicos o políticos**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

Según la tendencia sociopolítica 361 personas dijeron que no se dejaban influenciar por esta tendencia al momento de comprar vestimenta o

calzado, 6 personas en cambio dijeron que si imitaban su forma de vestir, mientras que 17 dijeron que a veces si lo hacían porque les gustaba alguna prenda o su calzado al momento de hacer una elección en una compra.

## 2.5.5 Tendencias culturales

**Pregunta: ¿Qué tipo de ropa y/o calzado prefiere usted?**

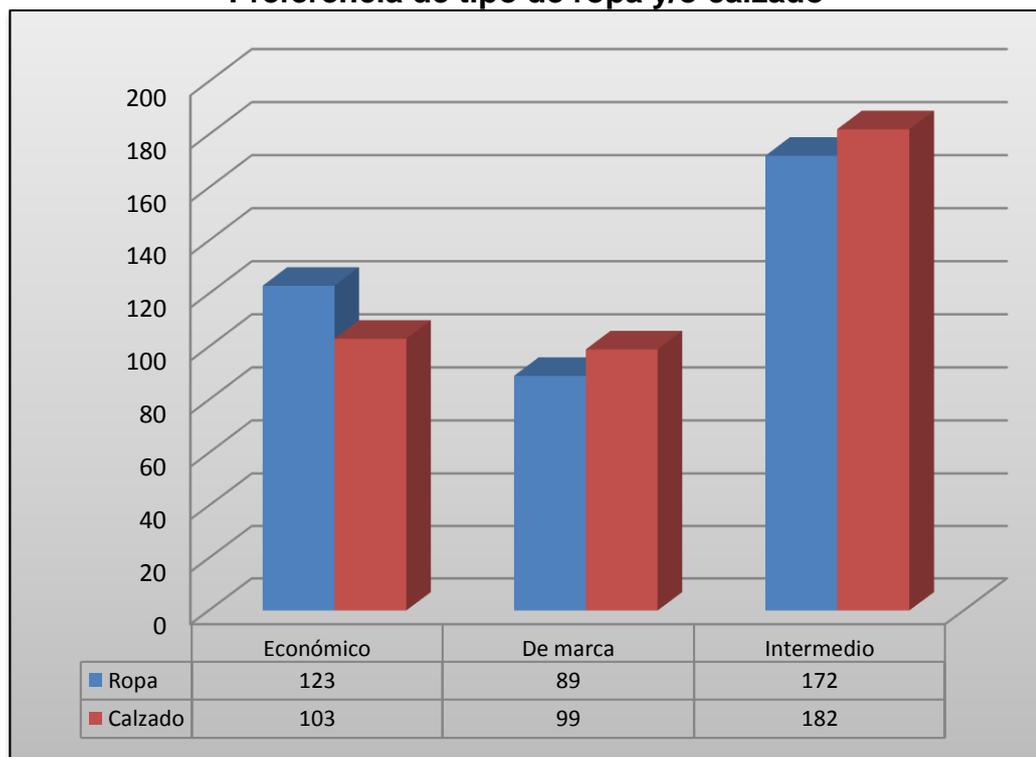
**Cuadro No. 18**  
**Preferencia de tipo de ropa y/o calzado.**

Ropa		Calzado	
Económica	123	Económico	103
De marca	89	De marca	99
Intermedia	172	Intermedio	182
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

**Gráfico No. 13**  
**Preferencia de tipo de ropa y/o calzado**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

Las personas encuestadas al momento de hacer una compra hacen combinaciones por ejemplo compran zapatos de marca y ropa económica o puede ser lo contrario. Como podemos un 32% prefieren ropa económica y un 27% prefieren calzado económico. El 23% prefiere ropa de marca y el 26% prefiere calzado de marca, mientras que aproximadamente el 46% prefiere utilizar algo intermedio es decir que esta entre lo económico y lo de marca.

### 2.5.6 Tendencias legislativas

**Pregunta: ¿Está usted de acuerdo con la política gubernamental de reducir las importaciones de calzado para fomentar la producción nacional?**

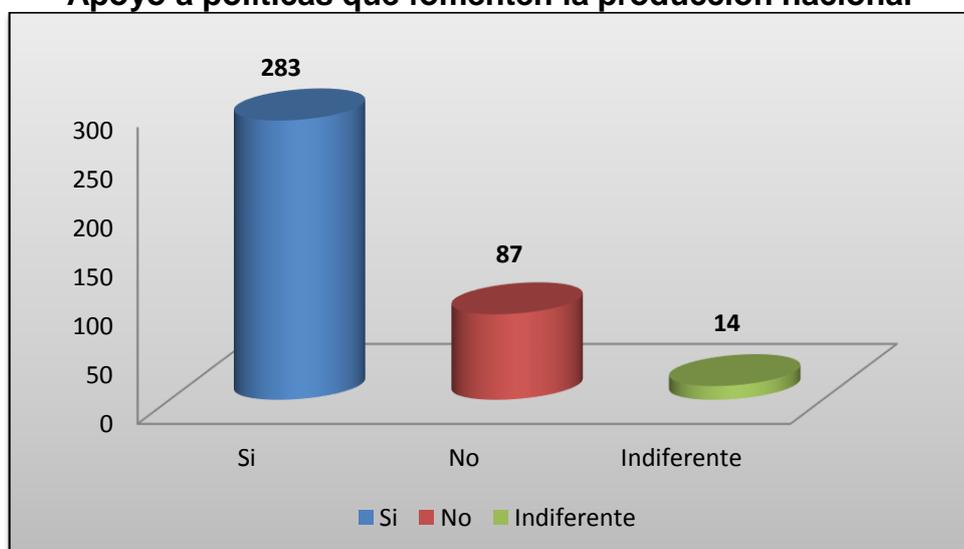
**Cuadro No. 19**  
**Apoyo a políticas que fomenten la producción nacional.**

Si	283
No	87
Indiferente	14
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

**Gráfico No. 14**  
**Apoyo a políticas que fomenten la producción nacional**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

Al momento de analizar la tendencia legislativa entre los encuestados mediante una política, como la de reducir las importaciones a 283 aproximadamente el 74% de los encuestados les parece que está bien, es decir que están de acuerdo con este tipo de medidas gubernamentales, pero al 23% no están de acuerdo, mientras al 14% le es indiferente este tipo de políticas.

### 2.5.7 Hábitos de consumo

**Pregunta: ¿Dónde usted prefiere comprar ropa y/o calzado?**

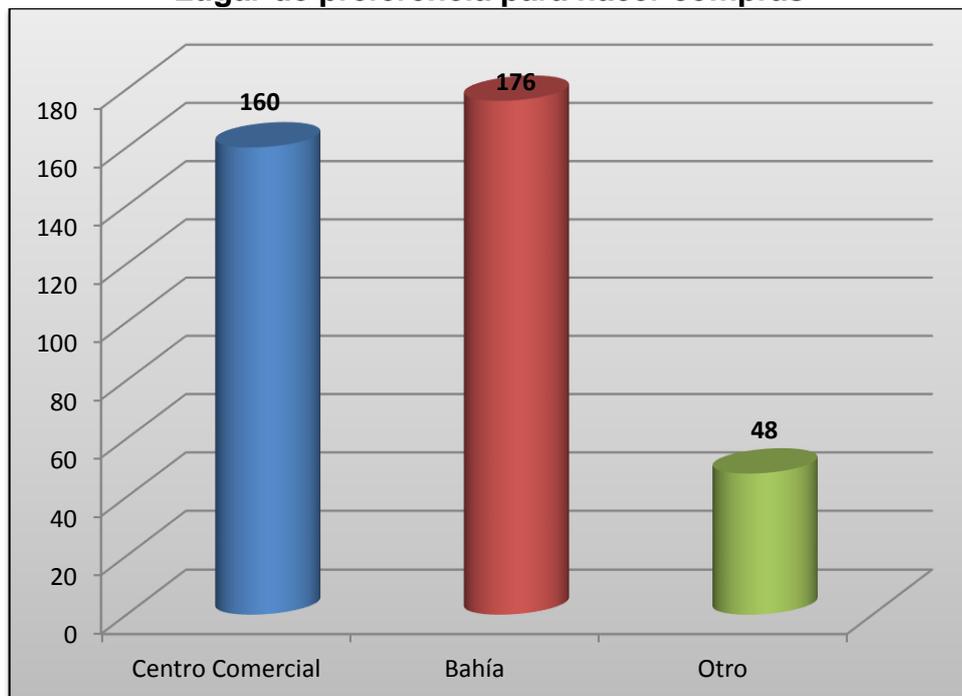
**Cuadro No. 20**  
**Lugar de preferencia para hacer compras**

Centro Comercial	160	
Bahía	176	
Otro	48	Catálogos, persona particular
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 15**  
**Lugar de preferencia para hacer compras**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

El 45% aproximadamente de las personas encuestadas manifiestan que al momento de comprar calzado o vestimenta lo hacen en los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil, el 42% en cambio prefieren un lugar más popular como la bahía de la ciudad por ser los costos más bajos, mientras que un 13% prefieren comprar por catálogos o personas particulares.

### 2.5.8 Hábitos de compra.

**Pregunta: ¿Cuánto de sus ingresos destina usted a la compra de calzado y/o ropa?**

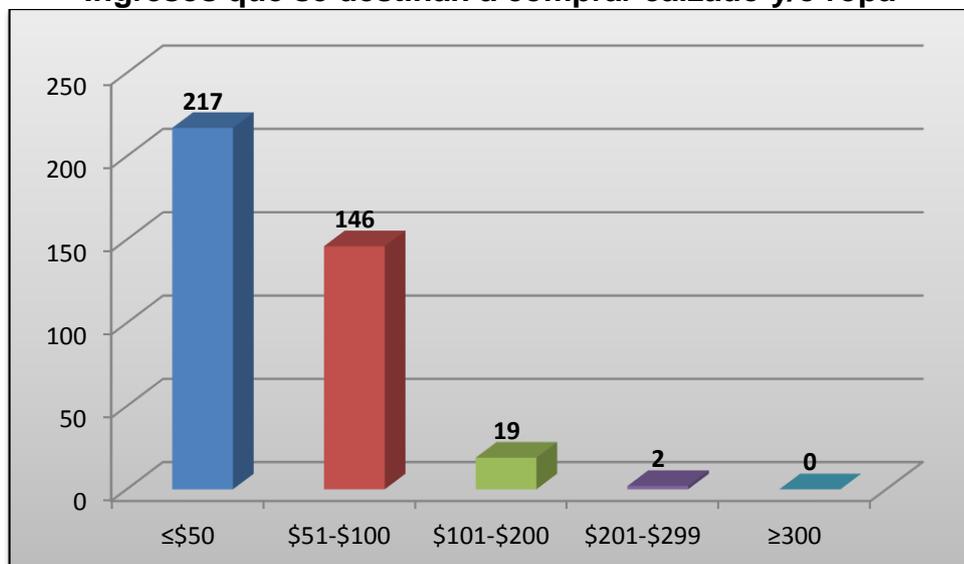
**Cuadro No. 21**  
**Ingresos que se destinan a comprar calzado y/o ropa**

≤\$50	217
\$51-\$100	146
\$101-\$200	19
\$201-\$299	2
≥300	0
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

**Gráfico No. 16**  
**Ingresos que se destinan a comprar calzado y/o ropa**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

Al analizar los hábitos de compras las personas respondieron que el 56% de los encuestados no gastan más de \$50 dólares al momento de hacer una compra, el 38% destina entre \$51 y \$100 dólares al momento de comprar, tan solo el 4% realiza compras entre \$101 y \$200 dólares, mientras solo el 1% compra entre \$201 y \$299 dólares, y ninguno gasta más de \$300 dólares al momento de comprar calzado o vestimenta.

**Pregunta: ¿Ha comprado usted, tela para elaborar y/o enviar a elaborar sus propios vestidos?**

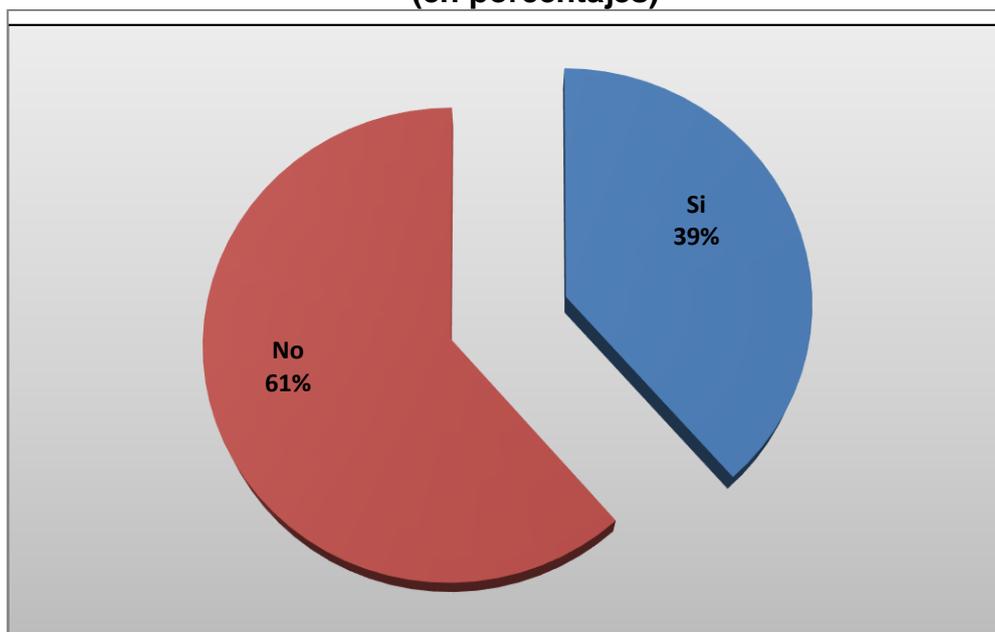
**Cuadro No. 22**  
**Personas que compran tela para elaborar su vestimenta.**

Si	148
No	236
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

**Gráfico No. 17**  
**Personas que compran tela para elaborar su vestimenta.**  
**(en porcentajes)**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

De acuerdo a los encuestados al momento de hacer compras el 39 % de ellos manifiestan que aun compran tela para elaborar su vestimenta donde sastres o costureras, mientras que un 61 % dice que no lo hace y prefieren comprar su vestimenta ya confeccionada.

### 2.5.9 Costes indirectos que soporta el consumidor

**Pregunta: ¿Piensa usted, que existe una relación favorable entre precio y calidad del producto nacional?**

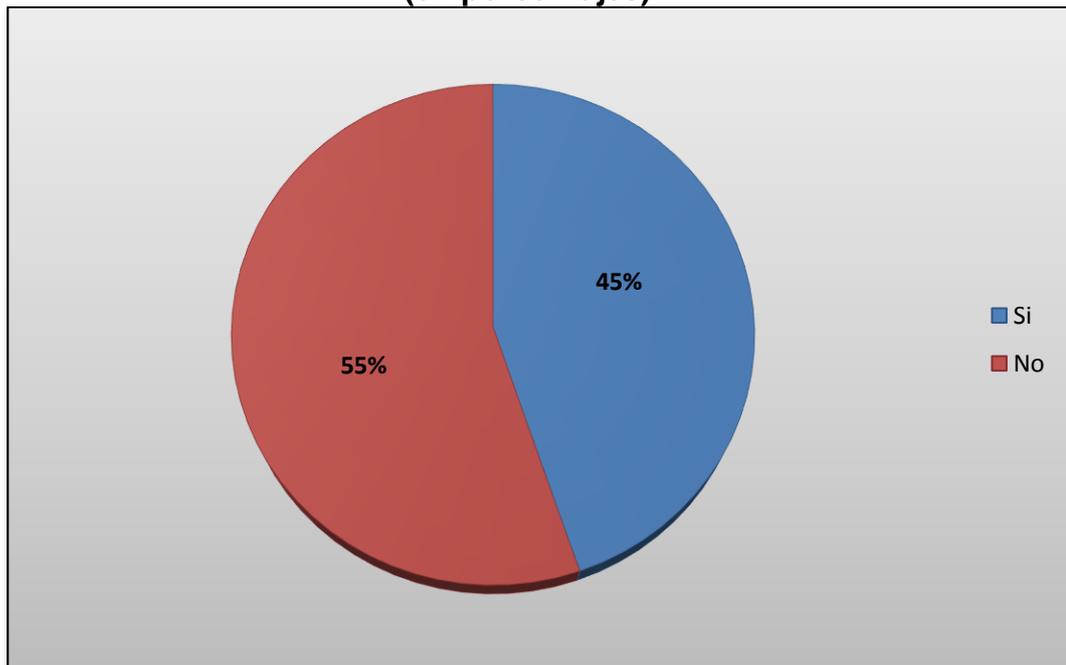
**Cuadro No. 23**  
**Personas que piensan en una relación buena entre precio y calidad**

Si	172
No	212
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

**Gráfico No. 18**  
**Personas que piensan en una relación buena entre precio y calidad**  
**(en porcentajes)**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La autora

Al momento de querer saber si las personas encuestadas existía una relación precio y la calidad del producto nacional como un costo indirecto el 55 % de las personas respondió que si existía una relación favorable entre el precio y la calidad del producto hecho en nuestro país, en tanto un 45 % respondió que no ya que no están de acuerdo con la relación.

### 2.5.10 Percepción del producto extranjero

**Pregunta: ¿Prefiere usted, comprar ropa y/o calzado extranjero?**

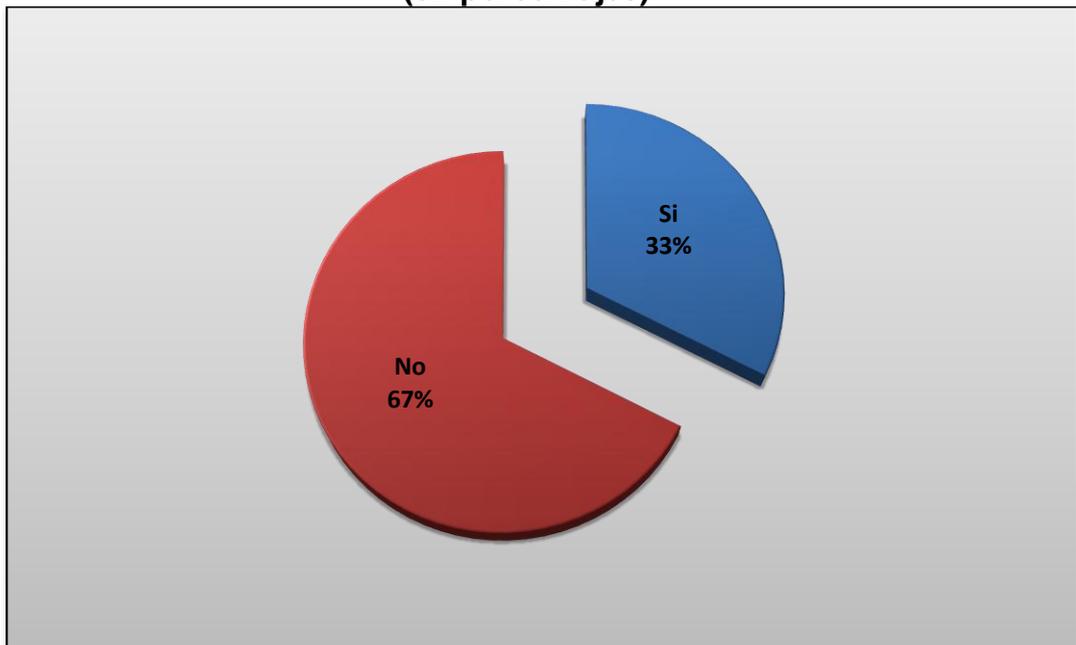
**Cuadro No. 24**  
**Percepción del producto extranjero.**

Si	125
No	259
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

**Gráfico No. 19**  
**Percepción del producto extranjero.**  
**(en porcentajes)**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaboración:** La autora

La percepción del producto extranjero en la ciudad de Guayaquil con respecto a la demanda de los consumidores se ve relacionada con la preferencia de los mismos donde el 67 % no prefiere comprar ropa o calzado traído del exterior porque prefiere lo nacional, mientras el 33 % si prefiere consumir productos extranjeros al momento de hacer una compra de este tipo.

## CAPÍTULO III

### LA EVIDENCIA EMPÍRICA

#### 3.1 Presentación de la metodología a diseñar

La metodología está basada en la recopilación de información a base de la investigación de las principales fuentes como lo son el Servicio de Rentas Internas y el Banco Central del Ecuador.

Dentro de la investigación y en relación a la hipótesis planteada, se analizó si en el consumo de los ecuatorianos de zapatos y textiles, existe injerencia en sus preferencias el país de procedencia del bien, para ello se usará un estimación de elasticidades de la forma funcional Armington.

Para simular este hecho, en el comercio internacional, se usa el modelo de (Armington 1969), donde se supone que entre categorías de bienes existen posibilidades de sustitución de los bienes importados y los bienes domésticos. Por lo tanto, el grado de sustituibilidad entre los bienes domésticos y los importados se captura por la elasticidad Armington. Un alto valor de este parámetro significa que el bien importado y el bien ofrecido domésticamente se consideran como virtualmente idénticos por los compradores. Por el contrario, un valor bajo de la elasticidad de sustitución significa que los productos son diferentes para los compradores, es decir, ellos exhiben una sustituibilidad débil<sup>6</sup> (Hernández, 2013, p. 6)

El supuesto de la tesis consiste en que en una economía abierta, cada mercancía puede ser diferenciada de acuerdo con su fuente de producción: doméstica e importada. (Hernández, 2013, p. 6)

---

<sup>6</sup> Gustavo Hernández, Una reseña de los efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, Departamento Nacional de Planeación, 2013, Colombia, pág. 6

Asumiremos que todas las ofertas de un bien particular de origen doméstico son idénticas entre sí, como también todas las fuentes de comercio exterior de este bien, desde el punto de vista del comprador. Entonces, la absorción doméstica consiste en la demanda total de un producto doméstico e importado agregado de un bien en particular. (Hernández, 2013, p. 6)

Cabe recalcar que los datos encontrados en la investigación son generalizados, es decir que no solo contienen las variables a estudiar en la tesis como son el mercado de calzado y textil, sino que también existen otros componentes como por ejemplo del cuero hay: billeteras, cinturones, chaquetas, etc.

### **3.2 Los datos y el modelo a emplear para determinar el impacto en la oferta de productos nacionales con incentivos tributarios**

Como datos a analizar dentro de la investigación tenemos 3 variables a estudiar como lo son: impuesto a la renta, la producción nacional de calzado y textil y las importaciones de calzado y textil.

Dentro de la recolección de datos nos encontramos con datos generalizados como en las importaciones que no están solo en base al calzado y de textil, sino que hay varios derivados del cuero como cinturones, billeteras y carteras.

**Cuadro No. 25**  
**Datos a analizar para elaboración del Modelo de Armington**  
**en dólares**

<b>Año</b>	<b>Impuesto a la renta</b>	<b>Producción nacional de calzado y textil</b>	<b>Importación de cuero y textil</b>
1995	4.645.067,00	6.369.945,00	2.930.813,00
1996	4.440.096,00	6.177.175,00	2.773.169,00
1997	4.754.688,00	6.662.640,00	2.867.776,00
1998	4.644.324,00	6.961.316,00	2.896.466,00
1999	4.511.268,00	5.205.829,00	2.698.597,00
2000	4.691.907,00	5.853.793,00	2.817.277,00
2001	4.535.972,00	7.039.554,00	2.854.550,00
2002	4.643.172,00	8.313.170,00	3.002.429,00
2003	4.696.702,00	8.344.508,00	3.098.627,00
2004	4.907.145,00	8.785.131,00	3.239.320,00
2005	5.081.390,00	9.728.992,00	3.318.901,00
2006	5.274.232,00	10.213.818,00	3.440.124,00
2007	5.574.209,00	10.593.947,00	3.683.993,00
2008	5.902.691,09	12.339.263,11	3.977.012,50
2009	6.231.173,18	14.084.579,21	4.270.032,00
2010	6.559.655,27	15.829.895,32	4.563.051,49
2011	6.888.137,37	17.575.211,42	4.856.070,99
2012	7.216.619,46	19.320.527,53	5.149.090,49

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas, Banco Central.

**Elaboración:** La autora

En el cuadro No 25, se observa la información del periodo 1995- 2012 en dólares americanos, donde tenemos las variables estudiadas: Impuesto a la Renta (como variable dependiente); producción nacional de calzado y textil e Importación de cuero y textil (como variables independientes).

La información nos refleja los movimientos tributarios del impuesto a la renta de las empresas que generan utilidades como lo son las productoras y las importadoras del mercado de calzado y textil.

Como modelo para explicar el Impuesto a la renta se planteó la regresión lineal múltiple, donde las dos variables independientes explican los cambios producidos en el periodo de tiempo a estudiar.

### 3.2.1 Estimación de modelo de regresión lineal aplicado a variaciones en el Impuesto a la Renta

**Cuadro No. 26**  
**Estadísticas de la regresión**

Coeficiente de correlación múltiple	0,99149954
Coeficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,97410861
R <sup>2</sup> ajustado	0,94323092
Error típico	72964,84008
Observaciones	18

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas, Banco Central.

**Elaboración:** La autora

Como se observa en el cuadro No. 26, la correlación múltiple que existe entre las variables es de aproximadamente un 99%, lo cual es muy bueno y demuestra que los datos se encuentran fuertemente ligados.

El coeficiente de determinación es de aproximadamente el 97%, es decir que el 97% de los cambios producidos en el Impuesto a la renta se encuentran explicados por la producción nacional de calzado y textil, y por la importación de cuero y textil.

**Cuadro No. 27**  
**Análisis de la regresión**

	<b>Coefficientes</b>	<b>Error típico</b>	<b>Estadístico t</b>	<b>Probabilidad</b>	<b>Inferior 95%</b>	<b>Superior 95%</b>
Intercepción	282564,06	368274,17	0,767	0,455	- 502393,76	1067521,88
Producción nacional de cuero y textil	-0,115	0,040	-2,844	0,012	-0,200	-0,029
Importaciones de cuero y textil	1,772	0,220	8,039	8,11071E-07	1,302	2,242

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas, Banco Central.

**Elaboración:** La autora

➤ **Estructuración del modelo**

$$\gamma = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x_1 + \hat{\beta}_2 x_2$$

$$IR = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 PN + \hat{\beta}_2 I$$

$$IBK = 282564,06 - 0,115PN + 1,772I$$

IR= Impuesto a la Renta.

PN= Producción Nacional de calzado y textil.

I= Importación de cuero y textil.

➤ **Clasificación de las variables**

❖ Endógena: dependiente

- IR= Impuesto a la Renta.

❖ Exógenas: independientes

- PN= Producción nacional de calzado y textil.
- I= Importación de cuero y textil.

➤ **Prueba global**

$$H_0 = \beta_1 = \beta_2 = 0 \quad \alpha < \rho : \text{Acepta } H_0$$

$$H_1 = \beta_1 = \beta_2 \neq 0 \quad \alpha > \rho : \text{Acepta } H_1$$

$$0,05 > 1,89^{-17}$$

Aceptamos la hipótesis alternativa, es decir al menos un  $\hat{\beta}$  es diferente de cero.

➤ **Pruebas individuales**

**Prueba para  $\hat{\beta}_1$**

$$H_0 = \beta_1 = 0$$

$$H_1 = \beta_1 \neq 0$$

$$\alpha < \rho : \text{Acepta } H_0$$

$$\alpha > \rho : \text{Acepta } H_1$$

$$0,05 > 0,012$$

$$t_c = \frac{\hat{\beta}_1 - \beta_1}{S_{\beta_1}}$$

$$t_c = \frac{-0,115 - 0}{0,04}$$

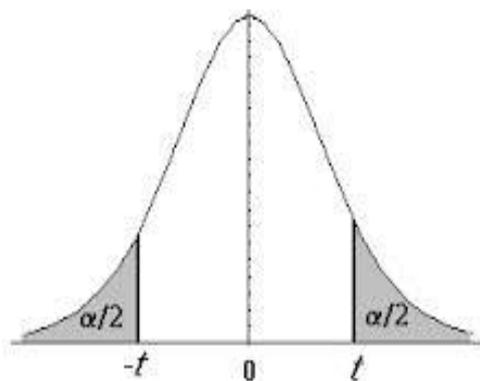
$$t_c = -2,84$$

$$t_t = (n - k - 1; \alpha / 2)$$

$$t_t = (18 - 2 - 1; 0,05/2)$$

$$t_t = (15; 0,025)$$

$$t_t = \pm 2,13$$



Como se puede ver tanto en la prueba de probabilidad como en la prueba *t* se **acepta la hipótesis alternativa**, es decir que la producción nacional es estadísticamente significativa y cualquier cambio en la producción nacional producirá algún cambio significativo en el impuesto a la renta.

**Prueba para  $\hat{\beta}_2$**

$$H_0 = \beta_2 = 0$$

$$H_1 = \beta_2 \neq 0$$

$$\alpha < \rho : \text{Acepta } H_0$$

$$\alpha > \rho : \text{Acepta } H_1$$

$$0,05 > 8,11^{-7}$$

$$t_c = \frac{\hat{\beta}_2 - \beta_2}{S_{\beta_2}}$$

$$t_c = \frac{1,77 - 0}{0,22}$$

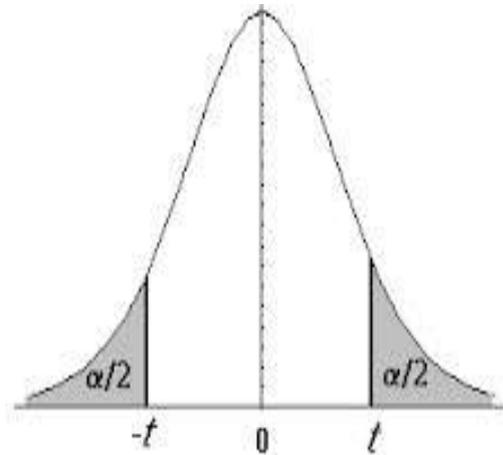
$$t_c = 8,039$$

$$t_t = (n - k - 1; \alpha / 2)$$

$$t_t = (18 - 2 - 1; 0,05/2)$$

$$t_t = (15; 0,025)$$

$$t_t = \pm 2,13$$



Se observa que tanto en la prueba de probabilidad como en la prueba *t* se **acepta la hipótesis alternativa**, es decir que las importaciones son estadísticamente significativas y cualquier cambio en las importaciones producirá algún cambio significativo en el impuesto a la renta.

### **3.3 El modelo a emplear para determinar el impacto en la demanda de productos nacionales o extranjeros**

Para el caso de la aplicación del modelo Armington, se tomaron en consideración las siguientes variables:

- **Ventas de bienes producidos nacionales.-** Se toman los datos del producto total (de la tabla Oferta), el cual no incluye importaciones.
- **Importaciones.-** Proviene directamente de la tabla de Oferta en términos reales. El precio de las importaciones resulta de dividir datos de importaciones en valor nominal para los mismos en valor real (Escuela Superior Politécnica del Litoral 2014).

La metodología de estimación a utilizar en esta investigación tiene como objetivo el análisis de la serie de tiempo de logaritmos de las cantidades y precios relativos de importaciones a producción nacional de productos textil y calzado (Escuela Superior Politécnica del Litoral 2014).

La investigación se la desarrolló en dos secciones:

- ✓ Verificación de estacionariedad.
- ✓ Análisis de cointegración.

#### **3.3.1 Estimación del Modelo de Armington**

La elasticidad Armington explica el grado de sustitución entre los bienes importados y domésticos, es un parámetro de comportamiento clave que determina los resultados cuantitativos, y a veces cualitativos, que utilizan los responsables del diseño de políticas comerciales<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup>McDaneil Christine; Balistreri Edward; Una revisión de las elasticidades de sustitución Armington, *División de Investigación de la Economics Office U.S. International TradeCommission*, 2011, pág. 171-181

$$\sigma = \frac{\partial \ln\left(\frac{M}{D}\right)}{\partial \ln\left(\frac{P_D}{P_M}\right)}$$

Dónde:

$\sigma$ : Elasticidad Armington

M: Bienes importados

D: Bienes producidos y vendidos a nivel nacional

PM: Precio de los bienes importados

PD: Precio de los bienes producidos y vendidos a nivel nacional

Con lo que se tiene la ecuación que representa el modelo a estimarse:

$$y_t = n_0 + n_1 x_1 + u_t$$

Dónde:

$$y = \ln\left(\frac{M}{D}\right)$$

$$x = \ln\left(\frac{P_D}{P_M}\right)$$

$$n_0 = \sigma \ln\left(\frac{\beta}{1-\beta}\right)$$

$n_1 = \sigma$  , la elasticidad de Armington

$u_t$  El error aleatorio

➤ **Verificación de estacionariedad.**

El trabajar con series no estacionarias puede introducir resultados de regresiones espurias. Estas regresiones pueden surgir si las series analizadas son no estacionarias, esto es, sus momentos (media, varianza,

autocovarianza, etc.) dependen del tiempo. De esta manera se aplicó el test de Phillips-Perron (representado como test PP en los cuadros siguientes) a los logaritmos de las relaciones de las series de cantidades y series de precios de los dos sectores en estudio. Bajo la hipótesis nula de que la serie posee una raíz unitaria y por lo tanto es no estacionaria, se calcularon los valores de probabilidad del test de Phillips-Perron.

**Cuadro No. 28**  
**Test de Estacionariedad**

SECTOR	P-VALUE TEST PP (en nivel)	P- VALUE TEST PP (Primera diferencia)	CONCLUSIÓN
Relación cantidades de textil	0,6815	0,001	I(1)
Relación cantidades de calzado	0,2140	0,0374	I(1)
Relación de precios de textiles	0,2813	0,0001	I(1)
Relación de precios de calzado	0,3132	0,0563	I(1)

Elaboración: La Autora

Como los valores de probabilidades de las dos variables estudiadas en su totalidad son mayores al 10%, significa que no se rechaza la hipótesis nula, la cual establece que todas ellas son series no estacionarias. Al sacar los resultados de las primeras diferencias se tiene que todas son menores al nivel de significancia. Lo que significa que la serie al ser diferenciada una vez resultará estacionaria, implica que en las relaciones de las partidas de textiles y de calzado son Integradas de orden 1 tanto en cantidades como en precios. Una serie se dice integrada de orden n, que se lo expresa como I (n), si la serie se transforma en estacionaria después de haber sido diferenciada n veces.

➤ **Análisis de cointegración**

Se tomó de referencia como test de cointegración, el test de Granger, el mismo que plantea la verificación de estacionalidad en los residuos de una regresión con respecto a la relación de las variables estudiadas. A su

vez con esto y el estudio de los residuos se procedió a comprobar si son estacionarios. Los resultados obtenidos se resumen en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 29**  
**Test de cointegración**

<b>RESIDUOS EXAMINADOS</b>	<b>P-VALUE TEST PP</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
Regresión entre cantidades y precios de textiles	0,6713	No es estacionario
Regresión entre cantidades y precios de calzado	0,3287	No es estacionario

**Elaboración:** La Autora

Los resultados nos muestran que los residuos de las regresiones entre las variables estudiadas de cantidades y precios tanto de textiles como de calzado no son estacionarios, entonces se puede concluir que ninguna de las series son cointegradas, decidiendo de esta manera que la estimación a aplicar debe ser sobre las variables en primeras diferencias, además de que los resultados de las estimaciones deben ser considerados como de corto plazo dentro de nuestro estudio.

➤ **Conclusiones del modelo**

- Las elasticidades Armington tienen una importancia imprescindible para determinar la respuesta de los modelos de comercio a los experimentos de política comercial. El supuesto de diferenciación de productos según su origen es una característica que define la estructura Armington.
- Los resultados de estos contrastes permiten concluir lo siguiente:

- El impacto sobre la crisis económica que se atravesó en el periodo 2008 presenta una disminución sobre los valores importados y de producción doméstica.
- La dolarización evidenció mejorías en la industria del calzado.
- Las elasticidades de sustitución entre bienes nacionales e importaciones estimadas, a nivel de clasificación de la tabla Oferta – Utilización determinaron que la sustitución entre estos dos tipos de bienes, es baja. Lo que significa que los bienes de calzado y textil importados ante los mismos producidos en el país, reflejan que son sustitutos imperfectos.



## **Conclusiones:**

Una vez terminada la investigación: **“El efecto sustitución en la Industria de Calzado y Textiles con la aplicación de los incentivos tributarios promulgados en el Ecuador en el año 2010”** y habiéndose planteado la siguiente hipótesis **“La implementación de medidas arancelarias e incentivos tributarios dentro del mercado ecuatoriano ha permitido el aumento de la producción nacional de calzados y textiles”**, podemos concluir que se rechaza la hipótesis por los siguientes motivos expuestos a continuación.

Los aranceles impuestos a las importaciones provenientes de las industrias de textil y de calzado (ver cuadros No. 12 y 13), han permitido que éstas se tecnifiquen y reduzcan sus costos, a su vez, las medidas van en detrimento de las importaciones de dichos bienes.

Dentro de los incentivos tributarios otorgados a los sectores textil y calzado, se observa la exoneración del impuesto a la renta. Este incentivo sectorial se aplica únicamente en las inversiones que se realicen fuera de las jurisdicciones urbanas de Quito y Guayaquil, con el objetivo de incentivar la creación de nuevos polos de desarrollo a lo largo del país. Es importante destacar que las inversiones se pueden realizar en las parroquias rurales que son parte de la jurisdicción político-administrativa de las ciudades de Quito y Guayaquil.

En la industria del calzado, se requiere aumentar la oferta local, ya que existe una demanda insatisfecha, por lo que la misma recurre al producto importado, muchas veces no por gusto o preferencia sino más bien por no existir más opciones locales al momento de realizar una compra.

Según la modelación estimada en el modelo de Armington, se concluye que ante la presencia de bienes importados de calzado y textil versus los

mismos producidos localmente, los demandantes si hacen inferencia entre ambos productos, escogiendo aquel que sea más factible al momento de comprar por su precio, siendo en este caso para el entorno estudiado que los bienes importados son de mayor preferencia al momento de ser adquiridos para el consumo.

El efecto sustitución en los bienes de calzado y textil producidos en el país con respecto a los importados son sustitutos imperfectos, lo que indica que los demandantes prefieren los bienes importados al momento de consumirlos debido a que los precios de los mismos pueden ser más bajos que los producidos localmente.

No se encontró información estadística sobre la producción nacional de textiles y confecciones, información que de existir beneficiaría a la industria textil como a las diversas entidades públicas. Dicha información es vital para la toma de decisiones al momento de implementar políticas públicas que incentiven el desarrollo y fortalecimiento del sector. Esta observación también es realizada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador).

Es importante señalar que los artesanos debidamente calificados por la ley respectiva que los ampara y por su gremio, ya han recibido de parte de los diferentes gobiernos de turno, beneficios para incentivar su producción, por lo que ésta parte del sector si ha tenido algún beneficio.

## **Recomendaciones:**

Al Gobierno Nacional, para que implemente un plan de modernización de las industrias de calzado y textil, para reducir los tiempos de producción y así mejorar la competitividad del producto local.

A las industrias de calzado y textil, buscar mesas de concertación con el gobierno, para buscar mecanismos que permitan el crecimiento de sus industrias.

Al Centro Nacional Capacitación y Formación Profesional (CNCF), que ofrezca capacitaciones en las áreas específicas que permitan mejorar la productividad y la competitividad, incorporando conferencistas de países con altas tasas de crecimiento en estos sectores.

A la Secretaria Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), que brinde capacitación sobre las reformas arancelarias que beneficien a las diferentes industrias del país.

Al Servicio de Rentas Internas (SRI), que facilite información sobre los diferentes incentivos tributarios, para que las empresas existentes se puedan expandir y su margen de ganancia sea más atractivo para la inversión privada.

Al Banco Central del Ecuador (BCE) y al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), para que la información económica de los diferentes sectores o industrias del quehacer económico nacional sea de fácil acceso al usuario y sea información actualizada periódicamente. Con el fin de evitar que dicha información no se encuentre, no sea facilitada por los gremios privados o no sea información oficial del país.

A los municipios de Guayaquil y Quito, que faciliten por medio de ordenanzas municipales la apertura necesaria para la instalación de las industrias o talleres artesanales en las áreas rurales pertenecientes a su jurisdicción.

A los organismos de control e información pública, para que puedan levantar censos económicos en las industrias del sector textil y del calzado, evitando la escasez y nulidad de la información, la misma que es vital para realizar estudios académicos, proyectos de inversión e inclusive la planificación de políticas públicas en beneficio de los productores locales.

## Bibliografía

- Adam Smith. En *La riqueza de las naciones* , 402-403. 1776.
- Banco Central del Ecuador. Abril de 2014. [www.bancocentral.com.ec](http://www.bancocentral.com.ec).
- COMEXI. «Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.» 2009.
- Hernández, Gustavo. «Una revisión de los efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos.» *Lecturas de Economía*, 2014: 49-77.
- McDaneil, Christine, y Edward Balistreri. «Una revisión de las elasticidades de sustitución Armington.» *División de Investigación de la Economics Office U.S. International Trade Commission*, 2011: 171-181.
- Murray R. Spiegel y Larry J. Stephens . « .» En *Estadística 4th Edición*. Mc Graw-Hill, 2009.
- Pino, Diego. «La Exoneración del Impuesto a la Renta.» *Revista Novedades Jurídicas*, 2011.
- Ramales, Martín. *México Diplomático*.  
[http://www.mexicodiplomatico.org/comercio\\_internacional/ventaja\\_absoluta\\_comercio\\_smith.doc](http://www.mexicodiplomatico.org/comercio_internacional/ventaja_absoluta_comercio_smith.doc) (último acceso: 7 de enero de 2014).
- Revista Ekos. «Ranking 2013 PYMES.» *Ekos*, 2013.
- Russel y Lane . «Publicidad y marketing.» 1994.
- SENPLADES. *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito, 2009.
- Servicio de Rentas Internas. Diciembre de 2012. [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
- Superintendencia de Compañías . *Superintendencia de compañías* . Abril de 2014.
- Asamblea Nacional, Constitución Política de la República del Ecuador. R.O. # 184 año 2007.
  - Congreso Nacional, Codificación del Código Tributario (Resolución No. 009 publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 38 del 14 de junio de 2005)
  - Congreso Nacional, Ley Orgánica de Aduanas (Registro Oficial N° 219 -- miércoles 26 de noviembre de 2003)

- Presidente, Proyecto de Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, Gobierno y Entidades sin Fines de Lucro año 2010.
- CAE, Observaciones al Proyecto de Ley Orgánica de Aduanas de Ecuador (LOA) Ecuatorianos S.A. año 2010.
- Congreso Nacional, Codificación de la Ley de Régimen Tributario Interno (Resolución No. 26 publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 463 del 17 de noviembre de 2004).
- Función Ejecutiva Presidente de la Republica, Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, Proficient Cía. Ltda., (31 de diciembre de 2001).
- Asamblea Nacional, Ley Reformatoria a la Ley de Régimen Tributario Interno y a la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria R.O. # 94 (23 de diciembre de 2009).
- Ellsworth, P.T. & J. Clarck Leith, Comercio Internacional, México DF., Fondo de Cultura Económica, México año 1978.
- Krugman, Paul R. & Maurice Obstfeld, Economía Internacional.MC Graw-Mill, Madrid año 1999
- Roberto Jaramillo y Pablo Narváez, Página Web Banco Central del Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) Dr. Fidel Egas año 2002.
- Vime Works Live, Página Web Servicio de Rentas Internas (SRI) [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec) Carlos Meza, año 2009.
- Carlos Meza, Página Web Centro de Estudios Fiscales (CEF) del Servicio de Rentas Internas <http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/> Departamento de Informática año 2008.