UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS

TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCION DEL GRADO DE MAGISTER EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS

TEMA:
"RESTRICCIÓN A LAS IMPORTACIONES DE CALZADO Y EL IMPACTO EN LAS VENTAS PARA DR. PIE EN EL PERIODO 2011 - 2014."

AUTOR: ECON. GABRIELA ISABEL ABAD MORALES
TUTOR: ING. FRANCISCO ARIAS LARREA, MBA.

GUAYAQUIL – ECUADOR

Abril de 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: Restricción a las importaciones de calzado y el impacto en las ventas para DR. PIE en el período 2011 - 2014	
AUTOR/ES: Econ. Gabriela Isabel Abad Morales	**TUTOR:** Ing. Francisco Arias, MBA. REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	**FACULTAD:** Ciencias Económicas
CARRERA: Maestría en Tributación y Finanzas.	
FECHA DE PUBLICACIÓN: Abril de 2016	**No. DE PÁGS:** 101
TÍTULO OBTENIDO: MAGÍSTER EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS.	
ÁREAS TEMÁTICAS: COMERCIO EXTERIOR, VENTAS.	
PALABRAS CLAVE: IMPORTACIÓN, CALZADO ORTOPÉDICO	

RESUMEN: Las medidas tomadas por el gobierno en el ámbito del comercio exterior, han buscado en cierta medida evitar la salida de divisas e incentivar a la producción nacional. Esto, a través de la implementación de aranceles para artículos suntuarios o insumos para varios productos, lo cual ha ocasionado una reacción negativa por parte de la comunidad internacional y a nivel interno han provocado que varios sectores de la economía y empresas se hayan quedado desabastecidas de materia prima, productos e insumos que les permitan seguir el giro normal de sus negocios de manera competitiva.

El objetivo de la presente investigación es determinar el impacto que esta medida ha tenido sobre las ventas de "DR. PIE", empresa especializada en la venta de calzado ortopédico, y si ese impacto podría ser atenuado por fabricantes nacionales. Teniendo en cuenta que la empresa ha logrado posicionarse en el mercado debido a la permanente oferta de calzado especializado especialmente proveniente de Europa.

No. DE REGISTRO (en base de datos):	**No. DE CLASIFICACIÓN:**
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	

ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	**Teléfono:** 044601458 / 0982792709	**E-mail:** gabyabad@gmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	**Nombre:** Econ. Natalia Andrade Moreira
	Teléfono: 04 -2293052
	E-mail: nandramo@hotmail.com

INFORME DEL TUTOR

Guayaquil, diciembre 7 del 2015

Economista
MARINA MERO FIGUEROA
DECANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.

De mi consideración:

Una vez que ha terminado el proceso de revisión de la tesis titulada: "**RESTRICCIÓN A LAS IMPORTACIONES DE CALZADO Y EL IMPACTO EN LAS VENTAS PARA DR. PIE**" de la autora: **GABRIELA ISABEL ABAD MORALES,** previo a la obtención del grado académico de **MAGÍSTER EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS**, indicio a usted que el trabajo se realizó conforme a la hipótesis propuesta por el autor, cumpliendo con los demás requisitos metodológicos exigidos por su dirección.

Particular que comunico a usted para los fines consiguientes.

Atentamente,

ING. FRANCISCO ARIAS LARREA, MBA.
TUTOR

AGRADECIMIENTO

A todos los que me apoyaron para poder culminar con éxito este paso.

DEDICATORIA

A mi familia y en especial a mi esposo, por su constate apoyo para crecer personal, profesional y académicamente.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA I

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA II

INFORME DEL TUTOR III

AGRADECIMIENTO IV

DEDICATORIA V

ÍNDICE GENERAL VI

ÍNDICE DE TABLAS VIII

ÍNDICE DE CUADROS IX

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I: INDUSTRIA DEL CALZADO 4

1.1. INTRODUCCIÓN 4

1.2 **PRINCIPALES PROVEEDORES DE CALZADO 10**

1.2.1 PROVEEDORES NACIONALES DE CALZADO 12

1.2.2 LÍNEAS DE CALZADO QUE PROVEEN 15

1.2.3 MATERIA PRIMA EMPLEADA 17

1.2.4 PROVEEDORES CAPACITADOS PARA PRODUCIR CALZADO ORTOPÉDICO 19

1.2.5 PROVEEDORES EXTRANJEROS DE CALZADO ORTOPÉDICO. 22

CAPÍTULO II: ALCANCE DE LA RESTRICCIÓN A LAS IMPORTACIONES, ARANCELES Y SALVAGUARDIAS. 30

2.1 IMPORTACIÓN-CONCEPTO **30**

2.1.1 PRINCIPALES IMPORTACIONES DEL ECUADOR 32

2.1.2 IMPORTACIONES DE CALZADO 36

2.2 RESTRICCIONES PARA IMPORTAR 40

2.2.1 RESTRICCIONES PARA IMPORTAR PRODUCTOS SUNTUARIOS Y OTROS 42

2.2.2 RESTRICCIONES PARA IMPORTAR CALZADO 45

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES DE CALZADO ORTOPÉDICO PARA "DR. PIE". 48

3.1 PRINCIPALES PROVEEDORES EXTRANJEROS DE "DR. PIE" 48

3.2 RAZONES PRINCIPALES PARA IMPORTAR 49

3.2.1 CALIDAD, CONFORT 50

3.2.2 HORMA ORTOPÉDICA 52

3.2.3 DEMANDA 60

3.3 IMPORTANCIA EN LAS VENTAS DE CALZADO IMPORTADO PARA "DR. PIE". 61

3.3.1 VENTAS PRINCIPALES 63

3.3.2 VENTAS COMPLEMENTARIAS O RELACIONADAS 65

CAPÍTULO IV COMPARATIVO DE VENTAS DE DR PIE DEL PERIODO 2011-2014 68

4.1 VENTAS DE DR. PIE EN EL AÑO 2011 68

4.1.1 VENTAS DE CALZADO ORTOPÉDICO EN EL AÑO 2011 70

4.1.2 VENTAS DE OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS EN EL AÑO 2011 71

4.2 VENTAS DE DR. PIE EN EL AÑO 2012 72

4.2.1 VENTAS DE CALZADO ORTOPÉDICO EN EL AÑO 2012 75

4.2.3 VENTAS DE OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS EN EL AÑO 2012 76

4.3 VENTAS DE DR. PIE EN EL AÑO 2013 77

4.3.1 VENTAS DE CALZADO ORTOPÉDICO EN EL AÑO 2013 80

4.3.2 VENTAS DE OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS EN EL AÑO 2013 81

4.4 VENTAS DE DR. PIE EN EL AÑO 2014 82

4.4.1 VENTAS DE CALZADO ORTOPÉDICO EN EL AÑO 2014. 85

4.4.2 VENTAS DE OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS EN EL AÑO 2014. 86

4.5 COMPARATIVO DE VENTAS DE "DR. PIE", PERIODO 2011- 2014 Y TENDENCIA DE CRECIMIENTO PARA EL AÑO 2015 89

4.5.1 TENDENCIA DE CRECIMIENTO PARA EL 2015 93

CONCLUSIONES 95

RECOMENDACIONES 98

COMENTARIO FINAL 99

BIBLIOGRAFÍA 100

ÍNDICE DE TABLAS

Página

Tabla 1 Principales proveedores de calzado a nivel mundial 11
Tabla 2 Fabricantes de Calzado en Ambato 15
Tabla 3 Balanza Comercial del Ecuador Toneladas métricas en miles y valor UDS FOB en millones Años 2011 - 2014 35
Tabla 4 Exportaciones del Ecuador Miles de Toneladas Métricas Años 2011 - 2014 37
Tabla 5 Exportaciones e importaciones del Ecuador Valores UDS FOB en Millones Del 2011 al 2014 38
Tabla 6 Importaciones del Ecuador Partida: Calzado, polainas y artículos análogos, partes de estos artículos Del 2010 al 2014 Valores en FOB USD ... 39
Tabla 7 Resumen de medidas tomadas sobre importación de calzado 44
Tabla 8 Medidas que afectaban directamente a las importaciones de calzado 46
Tabla 9 Importaciones de Ecuador..... 46
Tabla 10 Producción de calzado en ECUADOR Del 2011 al 2014 47
Tabla 11 Ventas de Dr. Pie segmentadas por línea de producto Del 2011 al 2014 61

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro 1 Hallazgos de calzado antiguo 4
Cuadro 2 Modelos de calzados hechos con pieles 5
Cuadro 3 Sandalias antiguas hechas con fibras 6
Cuadro 4 Calzado de hombre y mujer en la edad media 6
Cuadro 5 Calzado Moderno de varios tipos 7
Cuadro 6 Producción de calzado en Ecuador 13
Cuadro 7 Fábrica de calzado nacional 14
Cuadro 8 Líneas de zapatos nacionales 16
Cuadro 9 Calzado de cuero 17
Cuadro 10 Calzado de material sintético 18
Cuadro 11 Calzado de tela 19
Cuadro 12 Dedo Garra 23
Cuadro 13 Dedo Martillo 23
Cuadro 14 Calzado especial para Juanete 24
Cuadro 15 Calzado especial para pie ancho 24
Cuadro 16 Calzado geriátrico 25
Cuadro 17 Calzado especial para diabéticos 25
Cuadro 18 Alzas y cuñas 26
Cuadro 19 Calzado anti varus (radiografía de bebé de dos años con raquitismos) 26
Cuadro 20 Calzado AFO 27
Cuadro 21 Calzado cosido a mano 28
Cuadro 22 Ilustración de exportación e importación 30
Cuadro 23 Productores de calzado en Ecuador Número de empresas Años 2005, 2008, 2012 45
Cuadro 24 Árbol símbolo de la ortopedia 53
Cuadro 25 Lesiones o dolencias en varias partes del cuerpo 55
Cuadro 26 Órtesis 56
Cuadro 27 prótesis para piernas 57
Cuadro 28 Órtesis estabilizadoras 58
Cuadro 29 Órtesis funcionales 58
Cuadro 30 Órtesis correctoras 59

Cuadro 31 Órtesis protectoras 59
Cuadro 32 Modelo de calzado que comercializa Dr. Pie 63
Cuadro 33 Locales de Dr. Pie en centros comerciales..... 65
Cuadro 34 Plantillas que comercializa Dr. Pie..... 66
Cuadro 35 Servicio de Podología que ofrece Dr. Pie 67
Cuadro 36 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie Año 2011..... 68
Cuadro 37 Ventas por segmento de Dr. Pie Enero - Diciembre 2011 69
Cuadro 38 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie Año 2011 Valores en Miles de USD 70
Cuadro 39 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie Año 2011 Valores en Miles de USD 71
Cuadro 40 Ventas de accesorios de Dr. Pie Año 2011 Valores en Miles de USD..... 72
Cuadro 41 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie Año 2012..... 73
Cuadro 42 Ventas por segmento de Dr. Pie Enero - Diciembre 2012 74
Cuadro 43 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie Año 2012 Valores en Miles de USD..... 75
Cuadro 44 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie Año 2012 Valores en Miles de USD 76
Cuadro 45 Ventas de accesorios de Dr. Pie Año 2012 Valores en Miles de USD 77
Cuadro 46 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie Año 2013..... 78
Cuadro 47 Ventas por segmento de Dr. Pie Año 2013 Valores en Miles y Millones de USD..... 79
Cuadro 48 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie Año 2013 Valores en Miles de USD..... 80
Cuadro 49 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie Año 2013 Valores en Miles de USD 81
Cuadro 50 Ventas de accesorios de Dr. Pie Año 2013 Valores en Miles de USD 82
Cuadro 51 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie Año 2014..... 83
Cuadro 52 Ventas por segmento de Dr. Pie Año 2014 Valores en Miles y Millones de USD..... 84

Cuadro 53 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie Año 2014 Valores en Miles de USD..... 85
Cuadro 54 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie Año 2014 Valores en Miles de USD 86
Cuadro 55 Ventas de accesorios de Dr. Pie Año 2014 Valores en Miles de USD..... 88
Cuadro 56 Comparativo de ventas de Dr. Pie Periodo 2011- 2014..... 90
Cuadro 57 Evolución de ventas anuales de Dr. Pie Período 2011 a 2014 Valores en Millones de USD..... 92
Cuadro 58: Tasa de crecimiento de crecimiento para Dr. Pie Años 2012 a 2015 94

INTRODUCCIÓN

Las medidas gubernamentales adoptadas durante el 2014, en cuanto a restricción de importación y aumento en los aranceles para artículos suntuarios o insumos para varios productos, tuvieron reacciones negativas por parte de la comunidad comercial internacional con la que el Ecuador se relaciona; especialmente, porque las medidas implican crear barreras proteccionistas a las importaciones. Dichas medidas han dejado a varios sectores de la economía y empresas nacionales, desabastecidas de materia prima e insumos que les permitan seguir con el giro normal de sus negocios de manera competitiva.

Ciertamente esta decisión se ajusta a las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC),y está dirigida a tratar de proteger a la industria nacional por un lado, y por otro, evitar que las divisas del Ecuador vayan hacia el exterior, visto desde esta perspectiva la medida es ampliamente positiva, además de legal y un derecho reconocido por la OMC; lo cual evita que países con mayor poder de mercado apliquen presiones que vayan en contra de la soberanía nacional.

HIPÓTESIS

El crecimiento económico de Dr. Pie comenzó a desacelerarse finalizando el primer semestre del 2014 debido a la implementación de restricciones a las importaciones (aranceles y salvaguardias), influyendo negativamente a la demanda de calzado ortopédico y los estándares de calidad que oferta esta empresa, en el período 2011 - 2014.

OBJETIVO GENERAL

Establecer el impacto en las ventas de “DR. PIE”, debido a las restricciones a las importaciones de calzado y las alternativas que pueda analizar la empresa con proveedores nacionales de calzado, para cubrir la demanda de calzado ortopédico, con las mismas especificaciones de calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el alcance de la restricción a las importaciones.
- Se analizará las principales características de la industria del calzado nacional y las alternativas que tiene “DR. PIE” con fabricantes nacionales de calzado y su capacidad para cubrir la demanda y estándares de calzado ortopédico.
- Se realizará un comparativo de las ventas de DR. PIE desde el 2011 hasta el 2014, (año en que se aplicaron las restricciones), para analizar el impacto económico que la medida ha tenido en la empresa.
- Analizar alternativas con fabricantes nacionales de calzado y su capacidad para cubrir la demanda y estándares de calzado ortopédico que ofrece “DR. PIE”.
- Se harán recomendaciones encaminadas a buscar alternativas que pueda adoptar “DR. PIE”, para enfrentar su limitación a importar.

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se utilizó “el método inductivo”, que es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares”.

El método inductivo se caracteriza por 4 etapas:

- Observación y registro de todos los hechos
- Análisis y clasificación de los hechos
- Derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos
- Contrastación

También se utiliza el análisis cuantitativo, este análisis se elabora en base a la recopilación de datos numéricos que sirven para el desarrollo de la investigación. Este método nos permite analizar la información gracias a las herramientas estadísticas que nos proporciona, así como también nos permite

ver tendencias de crecimiento o decrecimiento de una o más variables según lo que se necesite analizar y el período que requiera el estudio.

En el Capítulo I se hará un breve análisis de la industria del calzado, sus orígenes y evolución, mencionaremos donde se ubican los principales fabricantes de calzado en el mundo y en el Ecuador, volúmenes de producción, el tipo de calzado que fabrican, materia prima empleada y estudiaremos su capacidad para producir calzado ortopédico, para concluir con una descripción de los proveedores extranjeros de calzado ortopédico, el tipo de materiales que utilizan para fabricar los diferentes tipos de calzado que cubren varias necesidades o condiciones físicas y dolencias de sus clientes.

Se revisará en el Capítulo II el alcance de las medidas que restringen las importaciones, cuales son las principales importaciones del Ecuador y sus lugares de origen. Finalmente se revisarán las nuevas condiciones para importar calzado y el crecimiento de las importaciones de este producto.

En el Capítulo III profundizaremos en los proveedores de calzado ortopédico para Dr. Pie, su ubicación, una breve reseña histórica del principal, mencionaremos las razones principales para importar, los orígenes de la ortopedia y la importancia de su aplicación sobre todo en el calzado.

Se culminará este capítulo demostrando la importancia que tiene en las ventas de Dr. Pie el calzado ortopédico importado, sobre las otras líneas de productos y servicio que posee.

En el capítulo IV se analizarán las ventas de Dr. Pie desde el año 2011 al 2014, se hará un breve análisis del comportamiento en este período, tomando en cuenta las medidas adoptadas en materia de importación que pudieron afectar las ventas de la empresa en el año 2014.

CAPÍTULO I:
INDUSTRIA DEL CALZADO

1.1. Introducción

Se cree que el origen del calzado data desde hace mucho tiempo atrás, según evidencias de hallazgos arqueológicos, el uso de zapatos habría empezado en el año 10.000 A.C., existen pinturas de esta época en cuevas ubicadas en Europa, en países como España y Francia que señalan el uso de esta prenda.

Los primeros zapatos eran muy simples y poco confiables a la vez, eran simples "bolsas de pie" de cuero que protegían a los pies de las piedras, espinas, escombros, o cualquier objeto punzante y también los protegía del frío. (Gonzalez, 2013)

En hallazgos arqueológicos se han encontrado herramientas de piedra que habrían servido para raspar pieles, dando una muestra de que en aquella época ya se curtía el cuero.

Cuadro 1 Hallazgos de calzado antiguo

Fuente:
Elaboración: El autor

En el antiguo Egipto se descubrieron pinturas que tendrían entre 6 y 7 mil años de antigüedad que representan el proceso de preparación del cuero y del

calzado como producto final, ellos utilizaban sandalias y calzado muy parecido a un par de alpargatas[1].

A través de varios hallazgos se evidencia que ya en lugares fríos se utilizaba una especie de cubierta de pieles para los pies, los cuales además de proteger los pies, mantendrían el calor, (lo que hoy llamaríamos un mocasín) y en lugares más calurosos se usaban sandalias.

Cuadro 2 Modelos de calzados hechos con pieles

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Las sandalias de los egipcios eran elaboradas con materiales esencialmente de fibra natural, como la paja, papiro o de fibra de palmera, según los historiadores lo común entre los egipcios era caminar descalzo y sólo se utilizaban las sandalias si era necesario, los modelos variaban de acuerdo a la nobleza de sus usuarios, es así como un faraón usaba sandalias y zapatos de cuero adornados con oro como símbolo que lo diferenciaba entre los seres humanos; y esta sería una muestra del inicio del cambio en la manera de pensar de las personas de que ya el calzado dejaba de ser una prenda de protección solamente y se convertía en una prenda de distinción.

[1] Alpargata, especie de calzado de fibras naturales con suela de yute que se asegura por simple ajuste, un trozo de elástico cosido a la tela.

Cuadro 3 Sandalias antiguas hechas con fibras

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

En la desaparecida Mesopotamia se usaban zapatos de cuero crudo, amarrados a los pies por tiras del mismo material.

Con el pasar del tiempo, el uso del calzado a través del tiempo se convirtió en una necesidad que podía ser cubierta ya no solo con cuero cubriendo los pies, los griegos entendieron que podían fabricar modelos diferentes y adecuados para cada pie, combinando materiales.

En Roma el calzado indicaba a que clase social pertenecía su usuario, también empezaron a combinar materiales diferentes como cuero, fibra y metales. Ya en la edad media tanto hombres como mujeres usaban calzado muy parecidos entre sí, eran de cuero muy semejante a una zapatilla; aparecieron las botas altas y bajas que se amarraban por delante o en los lados, se usaba como material principal para su elaboración el cuero de vaca y si se quería algo de mejor calidad se usaba las pieles de cabras.

Cuadro 4 Calzado de hombre y mujer en la edad media

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Entre los siglos XIII y XIV aparecieron los primeros zapatos vistos en Europa, se utilizaban en las cortes francesas, pero eran más conocidos por su incomodidad y peso, ya que originaban fuertes dolores en los tobillos y espalda de quienes los usaban. (Gonzalez, 2013)

El Rey Eduardo de Inglaterra (1272 –1307) fue quien uniformizó las medidas de los calzados, la primera evidencia que se tiene de una producción masiva de calzado fue en este país en 1642 cuando se ordenó elaborar 4000 pares de zapatos y 600 pares de botas para uso del ejército inglés.

Es en el siglo XIX cuando aparecen las primeras máquinas auxiliares para confeccionar calzado, ya con este avance tecnológico se desarrollaron nuevas máquinas para distintos procesos de producción y es en el siglo XX en que esta industria empieza a experimentar grandes cambios y aparecen nuevas técnicas de manufactura y fabricación, gomas, materiales sintéticos, y la industria del caucho, el calzado se diversifica y algunos fabricantes se concentran en segmentos o grupos objetivos como calzado infantil, calzado de hombre o mujer, deportivos, ortopédicos, botas, entre los más importantes, pero ahora enfocándose en la comodidad.

Cuadro 5 Calzado Moderno de varios tipos

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Hoy en día el calzado es una prenda de vestir obligatoria para cualquier ser humano, ya no solo como protección de enfermedades, o de lesiones inminentes en los pies o como protección del frío, sino como una parte complementaria y hasta de distinción del buen vestir; y actualmente su fabricación depende mucho de las nuevas exigencias de la época o tendencias (moda), la evolución de nuevas tecnologías y técnicas de fabricación, la mercadotecnia y lógicamente los precios, tanto de los materiales como los del producto terminado.

Cuando una fábrica de calzado se concentra en un segmento de la población o un mercado objetivo, lo hace con la intención de ser más competitivo, ya que calzado se elabora prácticamente en todo el planeta, esto ha dado lugar a surjan nuevas técnicas de producción basadas ya no sólo en un modelo vistoso y elegante o nuevos colores y formas, sino que también se orientan a la comodidad de quien los calza, conjugando todos estos elementos en uno solo, el precio variará siempre entre un fabricante y otro, y será un factor competitivo importante, mas no determinante ya que dependerá siempre de los materiales con los que se elaboró, la técnica de fabricación, durabilidad, confortabilidad y desde hace algunos años atrás se sumó un nuevo elemento, si son ortopédicos.

Actualmente en un proceso de manufactura de calzado se pueden identificar varias de las siguientes etapas:

- **Modelado:** modelo a fabricar;
- **Depósito:** almacenamiento, de la materia prima
- **Corte:** corte de las diferentes piezas que componen la capellada (parte superior del calzado)
- **Chanfración:** preparación del cuero;
- **Costura:** unión de las partes que componen la capellada.
- **Prefabricado:** fabricación o compra de las partes como tacones y plantillas.;
- **Distribución:** de los materiales de producción para los sectores de montaje y acabamiento;

- **Montaje:** unión de la cabellada
- **Acabado:** operaciones finales de presentación del calzado;
- **Expedición:** embalaje, empaquetamiento y envío al mercado de destino. (Sapato Site, 2015)

La historia de producción de calzado en el Ecuador se remonta a 1909, cuando en la ciudad de Guayaquil se funda la fábrica de Calzado Nacional, la cual se constituyó en la primera empresa registrada, dedicada a fabricar calzado.

Posteriormente en 1919 el Sr. Evangelista Calero (nacido en Guaranda) funda también en la ciudad de Guayaquil la Casa Matriz de la Organización Calero, dedicada exclusivamente a la venta de calzado y también en 1923 la Compañía Anónima Sociedad Manufacturera de Calzado.

Para 1930 la marca Calero se había convertido en la más representativa del Ecuador. En 1958 la empresa desaparece por un litigio con los obreros.

En 1931 el Sr. José Filomentor Cuesta Tapia fundó en la ciudad de Ambato la compañía VENUS que es hasta hoy una de las empresas más antiguas de calzado del país. (Diario El Universo, 2010).

La industria del calzado, es una industria que no tendrá fin, en términos generales, la necesidad de calzado está latente en todos los seres humanos desde muy temprana edad, el mercado existe, está disponible, pero eso no basta para que esta industria se desarrolle en Ecuador, necesita condiciones óptimas de producción, (sueldos competitivos, materia prima de calidad y a precios competitivos, carga impositiva razonable, etc.); para poder competir en igualdad de condiciones a nivel internacional, caso contrario la industria local se verá obligada a mirar un mercado local, el cual atenderá de manera ineficiente, debido al bajo desarrollo que experimentará en sus de producción.

1.2 Principales proveedores de calzado

La industria del calzado es una de las actividades más globalizadas y por ende más competitivas del mundo, los países asiáticos concentran alrededor del 80% de la producción mundial de calzado (según FAICA[2]), sus actividades de producción a gran escala se encuentran diseñadas para satisfacer varios mercados a la vez, por ellos e requiere de una buena estrategia para ubicar los productos adecuados (tipo de calzado) a cada mercado, en muchos casos de esto depende la sostenibilidad de las industrias de calzado de cada país fabricante.

El crecimiento demográfico es un gran indicador de mercado objetivo para las industrias de calzado; los principales fabricantes de calzado en América son Brasil y Colombia, país que ha sabido aprovechar su Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y mejoró su cadena de producción, tiempos de tránsito y entrega cortos, sus confecciones generalmente muestran un gran acabado que le aseguran un producto de calidad al mercado, lo cual se traduce en competitividad, convirtiéndose en uno de los principales proveedores de calzado para EUA, sobre incluso sobre China, Vietnam y Singapur, países que compiten en este mercado con gran ventaja por su mano de obra barata.

El más grande proveedor y líder mundial de calzado es China, se estima que fabrica el 65% de los zapatos hechos en todo el mundo, unos 14 mil millones de pares por año (EDS Holdings Limited, 2014) y aunque tiene muy buenos precios, su calzado no tiene una gran reputación por su calidad, pero es indudable su poder de producción en este mercado, y aunque parezca improbable, o muy difícil se puede competir con China, inclusive en su mercado local, el mercado interno chino exige zapatos de alta calidad con estilo clásico y muy confortables, su demanda anual llega a los 2.000 millones de pares por año (LegisComex, 2006).

[2] Federación Argentina de la Industria del Calzado

Entre los principales proveedores de calzado a nivel mundial se pelean sobre todo el mercado norteamericano, que aunque solamente cuenta con el 5% de la población mundial, consumía hasta el 2013, el 25% del vestuario y calzado del mundo (Kevin Burke, presidente del American Apparel & Footwear Association[3]).

Actualmente los principales proveedores de calzado a nivel mundial son:

Tabla 1 Principales proveedores de calzado a nivel mundial

China	14.000 millones de pares (aproximado)
India	2.000 millones de pares (aproximado)
Brasil	900 millones de pares (aproximado)
Vietnam	580 millones de pares (aproximado)

Fuente: (Trade Nosis, 2014)
Elaboración: El autor

Las industrias de estos países se caracterizan por producir de manera masiva a costos menores, sin embargo el mercado no está copado, existe la posibilidad de que otros fabricantes entren a competir diferenciando sus productos de aquellos producidos a gran escala, haciéndolo tal como ya lo hace Colombia, que mejoró mucho su sistema de producción y creo modelos más atractivos y cómodos a los demandantes, pudiendo así aprovechar esa parte del mercado que necesitaba un calzado de estas características (con valor agregado), dentro de este nicho[4] de mercado diferenciado, no se puede dejar de mencionar la producción de calzado italiano, muy apreciado por su gran calidad, distinción y confort[5].

Es por esta razón que aunque países asiáticos tengan conquistado el mercado del calzado, la constante búsqueda de calidad, modelos creativos, excelente materia prima y hasta diversidad de la misma (tipos de cuero y materiales), han hecho que otros países, hasta del mismo continente asiático, también puedan

[3] American Apparel & Footwear Association – Asociación de calzado y prendas de vestir Americana
[4] Nicho, término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado
[5] Confort, Condiciones materiales que proporcionan bienestar o comodidad

competir y ocupen lugares importantes en el contexto internacional, como España, México Turquía, Portugal, Indonesia, Corea del Sur, Taiwán, Tailandia (LegisComex, 2006).

1.2.1 Proveedores nacionales de calzado

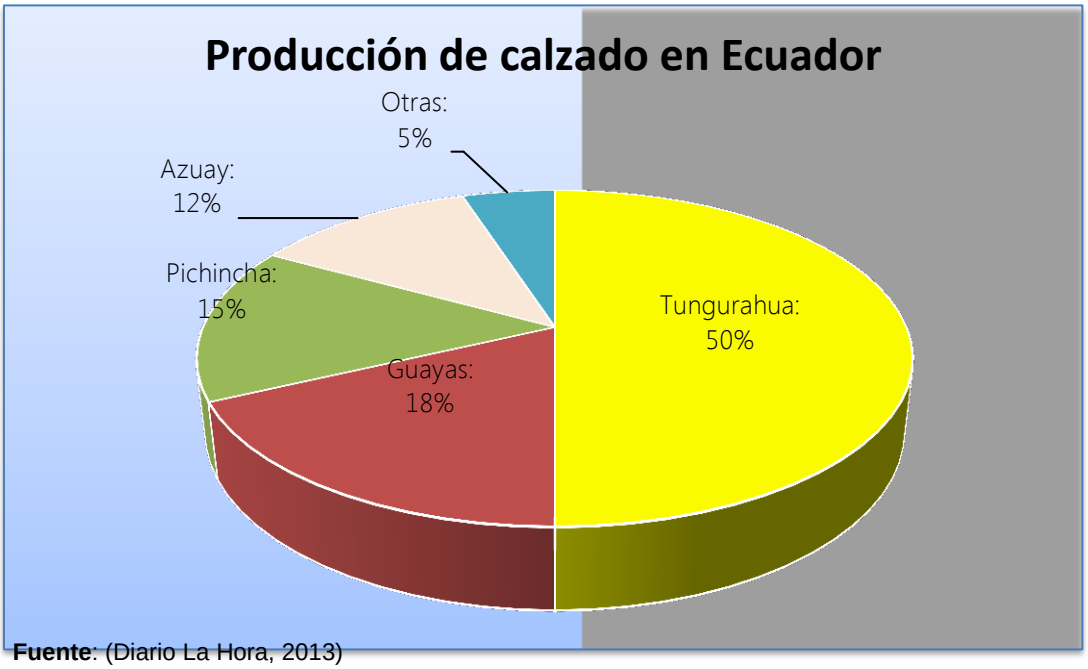
Entre los fabricantes formales de calzado nacional se puede encontrar una gran variedad de finos calzados hechos en cuero, esta particularidad se encuentra sobre todo en nuestra región sierra sobre todo en ciudades como Ambato, Riobamba, Latacunga, Ibarra, Loja y Quito en menor medida, mientras que en la región costa se pueden encontrar varios talleres artesanales de producción de calzado elaborado con material sintético, los cuales cubren básicamente para cubrir la demanda de escuelas, colegios y personas que buscan un calzado más barato.

Las provincias del Ecuador en las cuales se concentra la producción de calzado son:

- **Tungurahua: 50%**
- **Guayas: 18%**
- **Pichincha: 15%**
- **Azuay: 12%**
- **Otras: 5%**

(Diario La Hora, 2013)

Cuadro 6 Producción de calzado en Ecuador



Fuente: (Diario La Hora, 2013)
Elaboración: El autor

Si se quiere un calzado nacional variado y de calidad se puede encontrar sin problemas, sin embargo enfrenta mucha competencia por parte de importadores que inundan el mercado con producto chino, brasileño y colombiano.

Durante los primeros años de la década pasada el calzado asiático empezó a ofertarse en gran volumen en el mercado ecuatoriano, el mismo podía conseguirse hasta en USD 5,00 el par, lo cual significó un duro golpe a la industria nacional de calzado, ya que a más de calzado barato importado también se registró el ingreso de calzado usado, el cual se vendía en centavos, se llegó al punto de creer que la industria nacional desaparecería en el 2008, de 3200 productores, ya solo quedaban 600.

Hasta el año 2010 la industria del calzado nacional gozó de su mejor época, llegó a tener 100 mil fabricantes y el mercado había crecido en un 30%, gracias a las salvaguardas (Calzado Ecuador, 2010).

Las salvaguardas impuestas por el gobierno en el 2009, que gravó con USD 10,00 de impuestos a cada par de zapatos que ingresaba al país, se logró que la industria se recuperara; se pasó de una producción de calzado de 15 millones de pares por año en el 2008 a 30 millones en el 2012. (Diario La Hora, 2013)

En el año 2013, se pasó a producir 32 millones de pares al año y tener 5 mil fabricantes en el país los cuales generaban 100 mil plazas de trabajo, sin embargo desde aquella fecha se ha producido una desaceleración en la producción por la gran oferta de calzado importado con certificado de origen de Colombia y Perú, pero se cree que su verdadero origen es Japón, Brasil o China, es decir se los importa con una triangulación, en esta operación el beneficiario es el importador, mermando la capacidad de la producción nacional. (Diario El Universo, 2013)

Cuadro 7 Fábrica de calzado nacional

Fuente: (Diario El Universo, 2013)
Elaboración: El autor

El mercado ecuatoriano trata de competir con oferta variada, siendo un bastión[6] de esta lucha la ciudad de Ambato, en la que se han asentado desde los años sesenta varios fabricantes u ofertantes de calzado nacional fino, de cuero para los mismos nichos de mercado, entre algunos de los ofertantes actuales y sus líneas de calzado nombraremos:

[6] Bastión, recinto fortificado para resistir ataques enemigos

Tabla 2 Fabricantes de Calzado en Ambato

Fabricante/Vendedor	Tipo de Calzado	Ciudad
Calzado Venus	Calzado de cuero sintético, y de lona	**Ambato**
Dacris Shoes	Calzado para damas	
Calzado Marc Calza	Calzado para hombres	
Neverland Footwear	Calzado casual sport	
Calzado Pavis	Calzado para hombre	
Marjorie Boats	Boats para damas	
Calzado Sepal	Calzado para hombre	
Calzado Misshell-Bosseli	Calzado para damas	
Creaciones Anabel	Calzado para damas	

Fuente: (Diario El Universo, 2013)
Elaboración: El autor

Actualmente con el uso de medios electrónicos los fabricantes o sus distribuidores ofertan sus productos a través de páginas web, detallando el tipo de calzado, el material y hasta su capacidad de producción, esta herramienta tecnológica se ha convertido en una gran aliada en las ventas de los zapatos nacionales, la venta por catálogos es otra gran opción; sin embargo la oferta de zapato nacional ortopédico es nula y la de zapatos de confort es muy limitada, debido a la falta de materia prima adecuada y al poco desarrollo científico y conocimientos de las formas de fabricación en esta área de la industria.

1.2.2 Líneas de calzado que proveen

La demanda de calzado nacional se concentra básicamente en dos grandes grupos, calzado fino (de cuero genuino) y calzado casual; y/o deportivo, a partir de esos grupos se han desarrollados varios productos que sustituyen esta demanda con mayor o menor calidad, la oferta es muy variada, sin embargo en muchas ocasiones hemos encontrado zapatos muy vistosos, elaborados con materiales muy finos, sin embargo incómodos o nocivos para ciertas dolencias del cuerpo, ocasionadas por una mala pisada o por deformidades de las extremidades.

Es difícil salir a la calle y encontrar más de un local que venda zapatos ortopédicos y además elaborados con un buen material, la oferta se concentra en zapatos “de vestir”, de noche o para trabajar (entiéndase muy resistentes).

Cuadro 8 Líneas de zapatos nacionales

Fuente: (Diario El Universo, 2014)
Elaboración: El autor

La oferta de distintos modelos de calzado, en este sentido en el mercado nacional, podemos decir que está totalmente cubierta y hasta podríamos añadir que hay una sobre oferta, sobre todo por el producto importado, pero ¿qué pasa cuando alguien es diagnosticado con problemas de "pisada", piernas arqueadas, dolencias en sus rodillas, espalda o tiene pie plano?, y se le prescribe el uso de zapatos ortopédicos, ¿existen lugares muchos donde conseguirlos?; generalmente se manda a los pacientes o clientes a buscar ese tipo de calzado en un centro de rehabilitación este, en este sentido la oferta es limitada, la razón principal, un artesano o un fabricante de calzado no tiene conocimientos en materia de podología[7], y es bastante raro encontrar a un podólogo que sea fabricante de calzado o viceversa; por ello la producción de calzado nacional (en su gran mayoría) no fabrica calzado con características ortopédicas, ya que es un producto que implica ciertos estándares médicos y científicos.

[7] Podología, rama de la medicina que estudia, diagnostica y trata las enfermedades y alteraciones que afectan el pie.

1.2.3 Materia prima empleada

La materia prima que se emplea en la producción de calzado, hoy en día es muy diversa, se ha pasado del uso de fibras y cuero al uso de materiales sintéticos y otros considerados ecológicos.

Las razones para el uso de distintos materiales en la elaboración de calzado, tiene distintas motivaciones, comodidad al usuario, protección para los pies o simplemente moda, aunque todas estas razones se encaminan a un fin comercial.

Entre los materiales más utilizados describiremos:

Cuero.- A nivel mundial se usan diferentes tipos de cuero animal, actualmente ya no es exclusivo el uso de cuero de res, aunque es la más usada, pero también encontramos cuero de cabra, de reptil, de avestruz y de otros animales, en el Ecuador, lo más común es el uso de la piel de res, la cual se puede encontrar en muchas variedades y colores gracias a las técnicas de curtido que hoy en día se emplean; así tenemos el cuero liso que es muy suave al tacto, se le incorpora un brillo para incrementar el aspecto del zapato y también el cuero de paño aún más suave que el cuero liso, este tiene un acabado de gamuza.

Cuadro 9 Calzado de cuero

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Estos son ejemplos de calzados de cuero fino, el cual muchas veces no está al alcance de toda la población, para economías familiares más limitadas, existe calzado hecho con materiales sintéticos[8], mucho más baratos que los hechos con cuero.

Materiales sintéticos.- Los materiales sintéticos, a la larga podrían definirse como productos o materia prima sustituta, se utiliza en muchos productos, además del calzado, sus componentes pueden ser muy variados, podemos encontrar materiales plásticos como etileno-acetato de vinilo (EVA), silicona líquida o gomaespuma de poliuretano, estos componentes le proporcionan al calzado mucha flexibilidad y estabilidad, muy utilizado por atletas o deportistas, también se utilizan mallas de nylon para las estructuras superiores que cubren el pie, también se encuentran materiales de goma y polímeros que lucen como cuero, pero protegen el pie del agua.

Cuadro 10 Calzado de material sintético

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Los materiales sintéticos por su precio inferior al del cuero son utilizados mayormente por los artesanos del calzado, para su producción.

Tela.- La tela en el calzado se utiliza para elaborar zapatos de apariencia más delicada, generalmente domésticos, calzados para ocasiones especiales y para bebés, las telas, como lona, satén y polar, sirven de manera efectiva para estos fines.

[8]**Material Sintético**, es aquel elemento químico creado artificialmente y que no ha sido observada su existencia en la naturaleza

El calzado de tela atrapa el calor corporal y mantienen a los pies cálidos; el algodón o satén sirven para adornar los zapatos, pero no suelen proporcionar suficiente protección contra los elementos del aire libre cuando se usan como único material; la lona puede funcionar como un material para el forro del zapato o para la estructura exterior de la parte superior del calzado (EHow en Español).

Cuadro 11 Calzado de tela

Fuente: (EHow en Español)
Elaboración: El autor

1.2.4 Proveedores capacitados para producir calzado ortopédico

El mercado de calzado ortopédico está latente en el país, pero es muy poco conocido y difundido a la vez, al escuchar a una persona decir, “necesito zapatos ortopédicos”, se tiende a creer que esta tiene una deformidad en los pies y no siempre es así.

El uso de zapatos ortopédicos es recomendable bajo cualquier situación, inclusive estando totalmente sano, lo que se quiere es precisamente evitar deformidades o dolencias generadas por una mala postura, sobrepeso, o por un calzado inadecuado, es común escuchar a mujeres quejarse por el uso de zapatos de taco, o profesionales o trabajadores que pasan la mayor parte de su día trabajando de pie y que experimentan varias dolencias por esta situación.

El remedio a esta situación a la que nos exponemos todos los seres humanos es el uso de zapatos ortopédicos, la pregunta que surge a este problema es ¿por qué no los usamos si son tan recomendables?; las razones son:

- Poca información sobre el beneficio de su uso
- Altos precios
- Pocos lugares donde conseguirlos (nacionales o importados)
- Prácticamente no se produce a nivel nacional
- Existencia de productos sustitutos que no son ortopédicos
- Los artesanos locales o las empresas fabricantes no cuentan con estándares de producción de ortopedia.

Ante estas razones, se explica porque la mayoría del calzado ortopédico es importado, ya que para que empresas nacionales de decidan a producirlas, esto les supondrá la implementación de áreas o contratación como mínimo de profesionales en diseño, podología, producción, marketing, ventas entre otros, además de requerir espacios determinados dentro de su fábrica para cada una de estas áreas con todos los costos que esto requerirá.

Mientras que si nuestro objetivo es sólo producir y vender zapatos, solo se necesita obreros un área administrativa, distribución y ventas, y muchas de estas actividades generalmente las realiza la misma persona, el dueño.

Los proveedores nacionales que han podido *cubrir parcialmente* la demanda de zapatos ortopédicos (zapatos para diabéticos solamente y de confort) de Dr. Pie, en el país son:

- **LIWI** (Produce calzado para personas con diabetes)
- **LITALMODEL** (Produce Zapatos de confort, para personas que permanecen la mayor parte del día de pie)

Cabe mencionar que la empresa LIWI produce calzado, prácticamente sobre medida, es decir se debe enviar el requerimiento con las medidas específicas, mientras que LITALMODEL produce un calzado de confort de baja calidad

comparado con los producidos en Europa, esto se debe a la falta de tecnología para producir las partes componentes del calzado.

Cabe mencionar que Dr. Pie, desde el 2013 se encuentra en la búsqueda de fabricantes nacionales que puedan cubrir ciertas líneas de calzado ortopédico, pero ninguno de los fabricantes consultados pueden cumplir con todos los estándares de calidad y diseño que presenta cualquier zapato ortopédico europeo.

Se les envió varias muestras de calzado ortopédico a diferentes fabricantes a nivel nacional, para que analicen si pueden producir un producto igual, pero ninguno pudo conseguir ni los materiales para fabricarlos o tener un producto terminado con las mismas características, las empresas que mínimamente pudieron producir un calzado aunque con bajos estándares (con respecto al cuidado ortopédico), fueron LIWI y LITALMODEL, que como ya se mencionó solamente cubrían la demanda de calzado ortopédico para enfermos de diabetes y zapatos de confort, que no necesariamente implica que sea ortopédico.

Se les realizó pedidos de calzado en el 2014 a estas dos empresas (mil unidades) que cumplían mínimamente los estándares de calidad y capacidad instalada y no llenaron las expectativas, solamente pudieron cumplir con 300 pares y con mucho retraso (dos meses).

Dr. Pie, vende en números redondos 13 mil pares de zapatos ortopédicos por año, su necesidad de mercadería sería de 1083 pares por mes, en promedio.

Desde entonces se sigue en la búsqueda de empresas o artesanos fabricantes de calzado que puedan hacer por lo menos un producto sustituto para cierto tipo de calzado ortopédico y ante la contingencia que le generó la restricción a las importaciones, está incurriendo en una compra adicional de inventario, con los costos que le implica, para no quedar desabastecido ante cualquier contratiempo futuro en las importaciones.

En caso de que las condiciones para seguir operando en el país ya no sean rentables, se abrió en abril del 2015 un nuevo local en Perú, esta apertura de un nuevo local fue la primera en el extranjero, y aunque ya se venía estudiando desde mucho tiempo atrás, se vio apresurada ante los problemas que experimentó la empresa al no poder importar a partir del segundo semestre del 2014.

1.2.5 Proveedores extranjeros de calzado ortopédico.

Los proveedores o fabricantes de calzado ortopédico extranjeros, también se especializan o cubren ciertas líneas de este calzado, los mismos pueden concentrarse en enfermedades o deformidades congénitas de los pies, calzado para diabéticos y adultos mayores o simplemente en una línea de calzado cómodo (ortopédico) pero vistoso o elegante, que asegure la salud de las personas en cuanto a las enfermedades o dolencias originadas por una mala pisada, problemas circulatorios o mala postura al pararse.

En los últimos años esa ha sido la tendencia de esta línea de calzado, sacar de la mente de las personas que el calzado ortopédico debe ser un zapato gigante con suelas de diferentes tamaños en el mismo par, con acabados grotescos, en la actualidad puede ser complicado diferenciar un zapato ortopédico de uno normal ya que los diseños buscan ser del agrado de todas las personas.

Un gran número de éstos fabricantes los podemos encontrar en Europa, en países como Italia, España, Hungría y Alemania.

Los tipos de calzados ortopédicos que se fabrican entre los más importantes, están pensados para mitigar las siguientes enfermedades, dolencias, estados de salud o deformidades del pie o piernas:

- **Dedo garra.-**, es una deformidad del pie en que la articulación del dedo gordo más cercana al tobillo está volteada hacia arriba y las articulaciones de los otros dedos están volteadas hacia abajo, dando la apariencia de una garra.

Cuadro 12 Dedo Garra

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Dedo martillo.-** Es una deformidad de un dedo, en el que adopta una actitud flexionada, doblando el extremo del dedo hacia abajo.

Cuadro 13 Dedo Martillo

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Juanete.-** Es una prominencia anormal en la base del hueso del dedo gordo del pie que provoca un desplazamiento lateral de este dedo, para esta dolencia se fabrican zapatos especiales y dispositivos que disminuyen notablemente el dolor al caminar esta dolencia requiere cirugía.

Cuadro 14 Calzado especial para Juanete

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Pie extra ancho.- Zapato diseñado para** pies inusualmente anchos, los cuales se elaboran generalmente a medida.

Cuadro 15 Calzado especial para pie ancho

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Zapato geriátrico.-** Zapato diseñado para adultos mayores de 75 años aproximadamente, que requieren un calzado suave que reduzca el impacto al caminar, previniendo o rehabilitando dolencias generalmente en la espalda, tobillos, caderas y rodillas.

Cuadro 16 Calzado geriátrico

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Calzado para diabéticos.-** Este calzado está diseñado para evitar las ya conocidas degeneraciones o lesiones en el pie de los enfermos de diabetes producidas por el calor la humedad, el polvo o pequeñas piedras que puedan generar una infección en el pie.

Cuadro 17 Calzado especial para diabéticos

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Alzas y cuñas.-**se trata de un calzado que contiene una cuña interior de 3 cm, de peso ligero y diseño anatómico, permite un aumento de estatura, este calzado se creó para corregir leves problemas de dismetría en el tren inferior, pero que se ha ido desarrollando hasta cumplir fines meramente estéticos.

Cuadro 18 Alzas y cuñas

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Calzado Anti varus**.- Varus, también llamado piernas arqueadas y tibia vara, (piernas en forma de paréntesis).

Cuadro 19 Calzado anti varus (radiografía de bebé de dos años con raquitismos)

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Calzado AFO**.- Fue ideado para los niños que necesitan utilizar prótesis ortésicas de tobillo o zapato interior, su horma[9] está diseñada para asegurar la correcta posición de la extremidad inferior en un ángulo exacto de 90º y deja espacio suficiente para la introducción de una prótesis de tobillo.

[9] Horma, es un molde que sirve para dar forma a un material o a un objeto, en especial al calzado o sombreros

Cuadro 20 Calzado AFO

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

- **Calzado de estabilización.-** Ayudan a mantenerse estable al caminar, corrigiendo desvíos producidos por una mala postura al caminar o pararse, lo cual genera dolencias en las articulaciones.
- **Calzado cómodo.-**Diseñado para las personas que pasan la mayor parte del día de pie, entre ellos tenemos vendedores, enfermeras, doctores, profesores etc. Esta es una línea general de calzado a la que apuntan la mayoría de los fabricantes de calzado ortopédico.

1.2.5.1. Tecnología aplicada en zapatos ortopédicos.

Las técnicas que se utilizan para fabricar un calzado ortopédico, pueden ser muy complejas o muy simples a la vez, hemos visto zapatos a los cuales simplemente se les añade un componente adicional como una cuña para nivelar la posición y mejorar problemas de dismetría y hasta zapatos que se fabrican para personas con el pie anormalmente anchos, zapatos a los cuales se les añade arneses y soportes para mejorar la postura o corregir lesiones congénitas o producidas por accidentes, estos zapatos se fabrican para casos muy especiales y generalmente son recomendados por un médico traumatólogo ortopedista; sin embargo, también se fabrican y en un mayor volumen los otros tipos de calzados ortopédicos, aquellos que a más de ayudar a mitigar alguna dolencia las evitan, este tipo de calzado está destinado para un mercado mayor, como el calzado para adultos mayores o geriátrico,

personas con callos en los pies, juanetes, con pie plano, problemas en los dedos, o para personas que permanecen de pie la mayor parte del día, este tipo de calzado son los más demandados y como no requieren medidas especiales para su fabricación se los puede encontrar con menos dificultad en el mercado.

La tendencia hoy en día es fabricar un zapato ortopédico que lo pueda usar cualquier persona y que esté al alcance de todos.

La tecnología empleada en la fabricación de calzado ortopédico, no radica en una maquinaria moderna de producción en línea, sino el material del que están hechos sus componentes, ya que hay muchos modelos de calzados ortopédicos que son cosidos a mano con costuras suaves.

Cuadro 21 Calzado cosido a mano

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

La tecnología aplicada en la fabricación de los componentes se puede constatar en los materiales usados y su resultado como producto terminado; en varios calzados ortopédicos se puede encontrar materiales como:

- **Materiales sintéticos Flexibles** (tejido elástico ultra-suave), adaptable a las formas del pie.
- **Plantillas extraíble,** lavable que puede ser sustituído por las inserciones hechas a medida (si es necesario)

- **Cuero Lavable,** tratado especialmente para que no se deforme al contacto con el agua u otros líquidos.
- **Plantillas especiales**, para la restauración de la anatomía natural del pie.
- **Arco de alta unión** para una estabilidad óptima
- **Plantillas de madera** (álamo),ultra ligera y blanda, para asegurar que los pies y las piernas se ejerciten, por lo tanto evitar la aparición de venas varicosas, así como la formación de los problemas del pie, como los pies planos
- **Plantillas de 5 fases,**para restaurar la anatomía del pie.
- **Recubrimiento antibacterial** mejora el clima de los pies
- **Revestimiento integrado** para amortiguar choques, para el alivio de las articulaciones y la columna vertebral
- **Materiales micro-porosos,** para uso en sauna, piscinas y otras zonas húmedas.
- **Suelas de poliuretano,** para uso en industrias, clínicas
- **Soportes de talón,** alivia las articulaciones y vértebras y equilibra el peso corporal.
- **Entre suela** con absorción de golpes de bajo impacto
- **El forro original de cuero** verdadero garantiza la permeabilidad natural y el pie puede respirar libremente, evitando enfermedades como el pie de atleta, hongos u otros.
- **Pelota disipadora,** amortigua el impacto de la pisada y disipa los dolores en la planta de los pies.

Estos sin duda son componentes o características que difícilmente se pueden encontrar en un zapato tradicional ecuatoriano, el cual simplemente se hace utilizando una horma común, un modelo tradicional y componentes genéricos, al cual vanamente se lo trata de mejorar solamente en lo estético con buenos materiales, mas no pensados en un beneficio físico.

CAPÍTULO II:
ALCANCE DE LA RESTRICCIÓN A LAS IMPORTACIONES, ARANCELES Y SALVAGUARDIAS.

2.1 Importación-concepto

El término importación proviene del verbo importar, que significa introducir productos o costumbres extranjeras en el país de donde se es originario o local.

La importación es una actividad comercial que implica traer (comprar) bienes (productos terminados y/o materia prima) de otro país, con el propósito de comercializarlos o utilizarlos para un proceso de producción o transformación, dentro del país de donde se importó, esto cuando la importación se hace con fines comerciales.

El concepto que se opone, o es la contracara del término importación, es el de exportación, que por el contrario se refiere al envío o la comercialización de productos propios a otras naciones, es decir, cuando nuestros productos son requeridos en otros territorios (vendemos).

Cuadro 22 Ilustración de exportación e importación

Fuente: Código de Ética del Comercio Exterior, en internet: https://eticacomercio.wordpress.com/
Elaboración: El autor

Cuando las acciones de importación y de exportación se contraponen se genera lo que hoy llamamos balanza comercial. La balanza comercial es la diferencia (en dinero) entre los bienes que se exportan y los bienes que se importan. La balanza comercial será negativa si las importaciones son mayores a las exportaciones y positiva en el caso contrario.

Cuando un país vende y compra productos a otros países se produce lo que hoy llamamos COMERCIO EXTERIOR. (Difiniciones ABC, 2015). El Comercio exterior adquirió importancia a partir del siglo XVI, gracias a las colonias[10] europeas.

Los imperios europeos controlaban a las colonias, y eran más ricos o pobres, dependiendo de la cantidad de oro u otros metales preciosos que poseían. Estos buscaban conseguir más riqueza a bajos costos, a través de impuestos y contribuciones.

El comercio internacional se conoció en los siglos XVI y XVII y fue conocido como mercantilismo, los comerciantes se dieron cuenta que al promocionar sus productos en otras colonias aumentaba su riqueza y por lo tanto el poder de los países.

Ese afán de obtener riquezas y mejorar los ingresos de un país son los que los motivan a comercializar sus productos fuera de las fronteras, se hace desde hace cientos de años, mientras que las importaciones ocurren por las siguientes razones:

- Los productos no se consiguen localmente (no son producidos dentro del país).

  Ejemplos en Ecuador: Entre ellos tenemos productos tecnológicos, algunas maquinaria pesadas, ciertos productos ortopédicos, armamento (en el área militar), etc.

[10] Colonia, es una unidad administrativa (pueblo),bajo el control de otra entidad (pueblo, país)

- Fuera de sus fronteras se adquieren a precios más competitivos.
  Ejemplos en Ecuador: Productos de vestir, algunos granos, carnes, bisutería, artículos de baño, medicina.

- La calidad (mano de obra calificada), del producto extranjero es mucho mayor a la del producto local. (Definiciones ABC, 2015).
  Ejemplos en Ecuador: Productos tecnológicos, insumos de producción, entre otros.

En los actuales momentos las importaciones se han diversificado y tecnificado tanto, que ya no es necesario que un solo importador se encargue de traer lo que el supone necesita y requiere la población, o el mercado, actualmente si una persona quiere adquirir un artículo (de la índole que prefiera) de Europa Asia, Norte América u otro lugar puede hacerlo personalmente y desde la comodidad de su casa, y no necesariamente importará algo que no exista o no sea producido en el país, sino que lo adquiere por su deseo de hacerlo, motivado ya sea por calidad, precio u otro criterio.

2.1.1 Principales Importaciones del Ecuador

Como tendencia en los últimos años, las importaciones del Ecuador se han concentrado en bienes de consumo, muy por encima de las materia primas (para agricultura, industria, construcción) o bienes de capital[11].

Esta era y aún lo es, una forma de hacer negocios muy sencilla, más allá del riesgo que supone cualquier negocio, el importar bienes de consumo analizado fríamente, solamente implica comprar bienes fuera de las fronteras y venderlos en el territorio nacional.
La importación de bienes de consumo tiene ventajas y desventajas. Como ventaja; para el consumidor, cuando se importa lo que no existe o no se produce en el país, para cubrir una demanda insatisfecha de un producto de consumo. La desventaja y la pregunta que cabe es, ¿por qué no se produce

[11] Bienes de Capital, son normalmente todos los equipos adquiridos para un proceso de producción, generalmente maquinarias.

ese bien de consumo en el país?, las respuestas aceptables serían, en materia agrícola, este fruto o vegetal no germina en el país, ya sea por condiciones del suelo o del clima; en cuanto a materias primas o bienes de capital; los minerales o componentes con los que se desarrolla o produce un producto determinado no existen en el país.

Por otro lado, se vuelve negativo, o es inaceptable para el país, cuando teniendo las condiciones de suelo, climáticas, geográficas, los insumos o materia prima para producir, se sigue importando productos terminados.

Cuando ocurre esta situación se afecta a la producción nacional, y el emprendimiento para nuevos negocios en base a lo existente o producido en el país.

Entre enero y octubre del 2014, las importaciones totales en FOB[12] llegaban a los 21,898.7 millones, 11,4 millones más que el año anterior en ese mismo periodo, lo cual representó un aumento del 0,1%.

La composición del total de las importaciones de ese periodo se dio de la siguiente manera:

- **Bienes de Consumo** **19,7%**
- **Materias primas** **30,7%**
- **Bienes de Capital** **25,0%**
- **Combustibles y lubricantes** **24,3%**
- **Diversos** **0,3% (**ajuste por decimales)

[12] FOB, Free On Board se refieren a un incoterm, o cláusula de comercio internacional, que se utiliza para operaciones de compraventa en que el transporte de la mercancía se realiza por barco.

De acuerdo a la clasificación Económica de los Productos por Uso o Destino (CUODE) los grupos de productos cuyo valor FOB crecieron fueron:

- **Combustibles y lubricantes 6,2%;**
- **Materias primas 0,6%**

Mientras que disminuyeron:

- **Bienes de capital -4,8%**
- **Bienes de consumo -0,6%** (incluye compras a través de tráfico postal) y
- **Productos diversos -20,4%**

Tabla 3 Balanza Comercial del Ecuador
Toneladas métricas en miles y valor UDS FOB en millones
Años 2011 - 2014

	Ene - Dic 2011		Ene - Dic 2012		Ene - Dic 2013		Ene - Dic 2014		Variación 2014 - 2013	
	TM	Valor USD FOB	TM	Valor USD FOB	TM	Valor USD FOB	TM	Valor USD FOB	TM	Valor USD FOB
Exportaciones totales	**27.311,0**	**22.322,4**	**27.921,7**	**23.764,8**	**29.440,7**	**24.847,8**	**31.402,3**	**25.732,3**	**6,7%**	**3,6%**
Petroleras	18.767,7	12.944,9	19.637,6	13.792,0	20.651,9	14.107,7	22.092,3	13.302,5	7,0%	-5,7%
No petroleras	8.543,3	9.377,5	8.284,1	9.972,8	8.788,8	10.740,1	9.310,0	12.429,8	5,9%	15,7%
Importaciones Totales	**14.474,1**	**23.151,7**	**14.282,4**	**24.205,6**	**15.625,2**	**25.888,8**	**17.305,6**	**26.459,4**	**10,8%**	**2,2%**
Bienes de consumo	1.144,0	4.742,9	1.053,0	4.825,8	998,0	5.002,1	1.111,0	5.020,1	11,3%	0,4%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	*n.d.*	142,3	*n.d.*	163,3	4,8	228,3	4,3	212,3	-10,4%	-7,0%
Materias primas	7.549,0	7.231,0	7.381,0	7.290,9	8.028,0	7.829,2	8.619,0	8.079,7	7,4%	3,2%
Bienes de Capital	531,0	5.844,6	543,0	6.418,1	579,0	6.778,0	581,0	6.648,1	0,3%	-1,9%
Combustibles y Lubricantes	5.245,0	5.086,5	5.301,0	5.441,3	6.009,0	5.927,4	6.985,0	6.417,4	16,2%	8,3%
Diversos	5,1	40,7	4,4	42,2	6,4	61,7	5,3	55,7	-17,2%	-9,7%
Ajustes (3)		63,7		24,0		62,1		26,1		-58,0%
Balanza Comercial - Total		**-829,3**		**-440,8**		**-1.041,0**		**-727,1**		**30,2%**
Balanza Comercial - Petrolera		7.858,4		8.350,7		8.180,3		6.885,1		-15,8%
Balanza Comercial - No petrolera		-8.687,7		-8.791,5		-9.221,3		-7.612,2		-17,4%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec, 2015)
Elaboración: El autor

2.1.2 Importaciones de Calzado

Históricamente nuestro país se ha caracterizado por ser un país productor de materias primas, por lo cual el sector empresarial y productivo ha trabajado y ahondado esfuerzos por cambiar esta característica y convertirnos en un país que ofrezca productos con mayor valor agregado tanto para el mercado interno como para el mercado mundial.

A pesar de los esfuerzos que el sector productivo ha puesto para trabajar sobre este objetivo, este es un proceso que requiere de tiempo e inversión para poder cristalizarse. Es así que varios sectores se han ido desarrollando o juntando en asociaciones (cómo es el caso de los artesanos) para afianzar esfuerzos y contribuir en el aumento de la oferta de productos exportables por parte de nuestro país.

Como resultado de la inversión que han realizado los empresarios y con apoyo e incentivos que el gobierno ha implementado con el objetivo de promover el crecimiento del sector productivo del país, en los últimos años se ha incrementado el volumen de participación de los productos tradicionales y no tradicionales dentro de las exportaciones del país. Así podemos mencionar que productos como el banano, camarón, atún enlatado, cacao y productos procesados de cacao, madera, fruta y jugos en conserva, han ido incrementando sus exportaciones durante los últimos cinco años, según podremos revisar en el cuadro siguiente.

Tabla 4
Exportaciones del Ecuador
Miles de Toneladas Métricas
Años 2011 - 2014

	Ene - Dic 2011				Ene - Dic 2012				Ene - Dic 2013				Ene - Dic 2014				Variación 2014 / 2013		
	a	b	b/a		a	b	b/a		a	b	b/a		a	b	b/a				
	TM	Valor USD FOB	Valor Unitario	Partic. En valor	TM	Valor USD FOB	Valor Unitario	Partic. En valor	TM	Valor USD FOB	Valor Unitario	Partic. En valor	TM	Valor USD FOB	Valor Unitario	Partic. En valor	TM	Valor USD	Valor Unitari
Exportaciones Totales	**27.311**	**22.322,4**			**27.922**	**23.764,8**			**29.442**	**24.847,5**			**31.399**	**25.732,3**			**6,6%**	**3,6%**	
Petroleras	**18.768**	**12.944,9**	**95,9**	100,0%	**19.638**	**13.792,0**	**97,7**	100,0%	**20.652**	**14.107,7**	**95,2**	100,0%	**22.092**	**13.302,5**	**84,1**	100,0%	**7,0%**	**-5,7%**	
Crudo	**17.025**	**11.800,0**	**96,90**	91,2%	**18.115**	**12.711,3**	**98,1**	92,2%	**19.615**	**13.411,7**	**95,6**	95,1%	**21.630**	**13.016,0**	**84,2**	97,8%	**10,3%**	**-3,0%**	**-11,9%**
EP Petroecuador	**14.769**	**10.311,7**	**97,60**	79,7%	**15.709**	**11.063,9**	**98,5**	80,2%	**17.361**	**11.900,9**	**95,9**	84,4%	**19.392**	**11.694,8**	**84,3**	87,9%	**11,7%**	**-1,7%**	**-12,1%**
Crudo Oriente	9.948	7.033,5	98,90	54,3%	10.626	7.559,0	99,5	54,8%	11.562	8.048,6	97,4	57,1%	12.589	7.726,8	85,8	58,1%	8,9%	-4,0%	-11,9%
Crudo Napo	4.821	3.278,2	95,10	25,3%	5.083	3.504,9	96,4	25,4%	5.799	3.852,3	92,9	27,3%	6.803	3.968,0	81,6	29,8%	17,3%	3,0%	-12,2%
SH Tarifa Cias. Pric.Prest. Servicio (2)	**2.198**	**1.450,8**	**92,30**	11,2%	**2.406**	**1.647,4**	**95,8**	11,9%	**2.254**	**1.510,8**	**93,8**	10,7%	**2.238**	**1.321,2**	**82,6**	9,9%	**-0,7%**	**-12,5%**	**-11,9%**
Companías privadas Ctto. Participación	**58**	**37,5**	**91,00**	0,3%				0,0%	**0**	**0,0**	**0**	0,0%	**0,23**	**0,04**	**0,0**	0,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**
Derivados	**1.743**	**1.144,9**	**86,00**	8,8%	**1.523**	**1.080,7**	**92,8**	7,8%	**1.037**	**696,0**	**87,8**	4,9%	**462**	**286,5**	**81,2**	2,2%	**-55,4%**	**-58,8%**	**-7,5%**
No Petroleros	**8.543**	**9.377,5**		100,0%	**8.284**	**9.972,8**		100,0%	**8.790**	**10.739,8**		100,0%	**9.307**	**12.429,8**		100,0%	**5,9%**	**15,7%**	
Tradicionales	**6.165**	**4.528,9**		48,3%	**5.716**	**4.396,6**		44,1%	**6.126**	**5.154,4**		48,0%	**6.627**	**6.341,7**		51,0%	**8,2%**	**23,0%**	
Banano y Plátano	5.668	2.246,5	396,30	24,0%	5.198	2.078,4	399,8	20,8%	5.589	2.354,6	421,3	21,9%	5.990	2.607,6	435,3	21,0%	7,2%	10,7%	3,3%
Camarón	187	1.178,4	6.288,40	12,6%	209	1.278,4	6.122,2	12,8%	223	1.784,9	7.999,1	16,6%	299	2.571,8	8.626,4	20,7%	34,1%	44,1%	7,8%
Cacao y Elaborados	182	586,4	3.219,20	6,3%	172	454,4	2.631,3	4,6%	201	530,8	2.645,3	4,9%	223	709,7	3.179,3	5,7%	10,9%	33,7%	20,2%
Atún y Pescado	72	257,4	3.550,80	2,7%	85	324,3	3.809,7	3,3%	76	265,0	3.491,9	2,5%	83	274,4	3.288,9	2,2%	9,2%	3,5%	-5,8%
Café y elaborados	56	260,2	4.662,20	2,8%	52	261,1	5.048,1	2,6%	37	219,1	5.982,4	2,0%	32	178,2	5.626,4	1,4%	-13,5%	-18,7%	-6,0%
No Tradicionales	**2.378**	**4.848,6**		51,7%	**2.568**	**5.576,2**		55,9%	**2.664**	**5.585,4**		52,0%	**2.680**	**6.088,1**		49,0%	**0,6%**	**9,0%**	
Enlatados de pescado	211	872,7	4.131,80	9,3%	229	1.115,2	4.862,7	11,2%	264	1.349,0	5.110,0	12,6%	280	1.262,6	4.507,1	10,2%	6,1%	-6,4%	-11,8%
Productos mineros	32	166,3	5.189,20	1,8%	57	439,1	7.672,7	4,4%	140	560,0	3.992,3	5,2%	180	1.099,6	6.094,0	8,8%	28,6%	96,4%	52,6%
Flores Naturales	117	675,7	5.772,10	7,2%	117	713,5	6.082,7	7,2%	148	808,1	5.448,0	7,5%	139	798,4	5.730,2	6,4%	-6,1%	-1,2%	5,2%
Otras Manufacturas de metal	87	301,9	3.465,00	3,2%	98	395,4	4.029,6	4,0%	109	356,9	3.282,8	3,3%	107	362,8	3.400,9	2,9%	-1,8%	1,7%	3,6%
Extractos y aceites vegetales	288	371,4	1.290,60	4,0%	317	363,5	1.147,6	3,6%	271	263,6	972,9	2,5%	267	280,3	1.049,2	2,3%	-1,5%	6,3%	7,8%
Manuf. De cuero, plásticos y caucho	59	216,4	3.664,80	2,3%	61	218,1	3.592,8	2,2%	64	230,0	3.569,4	2,1%	66	222,8	3.353,4	1,8%	3,1%	-3,1%	-6,1%
Madera	243	150,5	619,30	1,6%	296	160,8	543,0	1,6%	326	172,2	527,9	1,6%	494	231,2	467,6	1,9%	51,5%	34,3%	-11,4%
Jugos y conservas de frutas	76	164,4	2.163,60	1,8%	62	128,0	2.067,4	1,3%	59	147,3	2.517,6	1,4%	72	194,7	2.696,4	1,6%	22,0%	32,2%	7,1%
Vehículos	32	394,1	12.392,50	4,2%	51	501,1	9.915,7	5,0%	18	157,8	9.018,7	1,5%	11	152,9	13.549,8	1,2%	-38,9%	-3,1%	50,2%
Químicos y fármacos	58	204,8	3.556,70	2,2%	78	254,1	3.237,9	2,5%	113	194,6	1.726,4	1,8%	64	154,7	2.416,4	1,2%	-43,4%	-20,5%	40,0%
Elaborados de banano	123	81,5	664,20	0,9%	115	83,5	723,8	0,8%	119	92,7	776,1	0,9%	158	118,0	744,9	0,9%	32,8%	27,3%	-4,0%
Otras manufacturas textiles	24	152,6	6.328,20	1,6%	26	112,6	4.390,6	1,1%	27	113,0	4.204,4	1,1%	26	105,6	4.003,7	0,8%	-3,7%	-6,5%	-4,8%
Harina de pescado	90	117,5	1.309,50	1,3%	92	113,4	1.226,7	1,1%	101	145,6	1.438,1	1,4%	71	104,4	1.461,2	0,8%	-29,7%	-28,3%	1,6%
Manuf. De papel y cartón	52	62,4	1.201,20	0,7%	63	67,0	1.080,3	0,7%	73	74,1	1.013,7	0,7%	75	76,2	1.017,0	0,6%	2,7%	2,8%	0,3%
Tabaco en rama	4	41,7	9.971,40	0,4%	4	44,5	10.373,2	0,4%	5	47,2	10.435,6	0,4%	5	61,5	11.590,4	0,5%	0,0%	30,3%	11,1%
Maderas terciadas y prensadas	100	49,4	493,60	0,5%	196	66,5	339,1	0,7%	158	55,2	350,3	0,5%	102	48,4	475,6	0,4%	-35,4%	-12,3%	35,8%
Fruta	189	76,7	405,60	0,8%	163	75,8	465,0	0,8%	127	69,7	551,3	0,6%	119	70,4	589,8	0,6%	-6,3%	1,0%	7,0%
Otros elaborados del mar	13	22,4	1.777,00	0,2%	19	31,9	1.654,1	0,3%	25	44,9	1.801,1	0,4%	21	33,6	1.617,5	0,3%	-16,0%	-25,2%	-10,2%
Prendas de vestir de fibras textiles	2	26,3	11.005,30	0,3%	2	24,8	14.081,9	0,2%	2	26,3	14.475,4	0,2%	2	27,2	14.350,6	0,2%	0,0%	3,4%	-0,9%
Abacá	10	12,9	1.335,50	0,1%	12	17,1	1.535,2	0,2%	9	13,9	1.482,5	0,1%	8	13,1	1.570,6	0,1%	-11,1%	-5,8%	5,9%
Otros	568	687,0	1.209,10	7,3%	510	650,3		6,5%	506	663,3		6,2%	413	669,7		5,4%	-18,4%	1,0%	

Fuente: (Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec, 2015)
Elaboración: El autor

Sin embargo, a pesar del crecimiento de las exportaciones de los productos mencionados en el párrafo anterior y, de los esfuerzos realizados tanto por parte del sector privado y del Gobierno, la balanza comercial de nuestro país se encuentra en un déficit constante, debido a las siguientes razones:

- la producción interna no logra abastecer la demanda nacional.
- Los productos extranjeros se consiguen con precios más competitivos.
- Porque aún no se producen en el territorio nacional artículos como; aparatos tecnológicos, vehículos, maquinarias, ciertas materias primas (para procesos de producción que se realizan dentro del país), calzado, entre otros.
- Porque los productos extranjeros son de mejor calidad que los nacionales.

A continuación analizaremos el comportamiento del déficit de la Balanza Comercial de nuestro país, para lo cual nos apoyaremos en el siguiente cuadro.

Tabla 5 Exportaciones e importaciones del Ecuador
Valores UDS FOB en Millones
Del 2011 al 2014

	2011	2012	2013	2014	Tasa promedio de crecimiento
Exportaciones Totales	22.322,4	23.764,8	24.847,8	25.732,3	
Tasa de crecimiento X	-	6,5%	4,6%	3,6%	4,9%
Importaciones Totales	23.151,7	24.205,6	25.888,8	26.459,4	
Tasa de crecimiento M	-	4,6%	7,0%	2,2%	4,6%
Déficit Balanza Comercial	-829,3	-440,8	-1.041,0	-727,1	
Tasa de crecimiento del Déficit	-	-47%	136%	-30%	19,7%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec, 2015)
Elaboración: El autor

Podemos ver que a pesar de las medidas proteccionistas que se han implementado desde el año 2007 las exportaciones han crecido en promedio (en los últimos cuatro años) en un 4.9%, logrando superar por un margen mínimo del 0.3% al crecimiento promedio de las importaciones. Esto teniendo en cuenta que las importaciones en el año 2014 apenas crecieron un 2.2%, lo cual representó una desaceleración de su tasa de crecimiento de 4.8% en comparación al crecimiento del año 2013. Cabe mencionar que desde

Diciembre del 2011, mediante Registro Oficial N° 599, se estableció como documento de control a las importaciones de productos manufacturados, la presentación de Certificados de Conformidad (INEN-1), expedidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización. La obtención del Certificado INEN se volvió más estricta e incluyó más productos a partir del 19 de Noviembre del 2013 que, junto con la modificación de las tarifas arancelarias que se realizó mediante la Resolución 002-2014 del COMEXI en enero del 2014 (Ministerio de Comercio Exterior, 2014) fueron condiciones coyunturales que repercutieron sobre las importaciones del año 2014 y desembocaron en la desaceleración del crecimiento de las mismas.

En el desarrollo de los párrafos anteriores hemos podido ver la evolución general del comercio exterior de nuestro país, pero ¿qué sucedió con las importaciones de calzado?, a continuación veremos los datos estadísticos para poder analizarlos posteriormente.

Tabla 6 Importaciones del Ecuador
Partida: Calzado, polainas y artículos análogos, partes de estos artículos
Del 2010 al 2014
Valores en FOB USD

País de Origen	2010	2011	2012	2013	2014
Panamá	$ 52.581.318	$ 61.786.003	$ 67.365.124	$ 64.190.217	$ 65.987.652
Colombia	$ 16.555.408	$ 24.081.938	$ 25.385.125	$ 24.337.434	$ 22.268.992
Perú	$ 9.039.230	$ 14.253.058	$ 18.629.385	$ 19.413.137	$ 22.895.875
Brasil	$ 15.777.918	$ 13.685.972	$ 14.596.192	$ 17.567.282	$ 20.528.216
China	$ 19.416.523	$ 15.058.203	$ 15.971.426	$ 11.440.337	$ 11.496.595
Estados Unidos	$ 5.811.935	$ 8.734.333	$ 10.995.364	$ 11.592.204	$ 10.334.089
Desconocido	$ 189.558	$ 162.397	$ 2.044.467	$ 12.389.364	$ 19.303.082
Vietnam	$ 5.623.508	$ 6.217.024	$ 6.408.802	$ 2.817.276	$ 3.160.938
Chile	$ 3.079.316	$ 5.172.214	$ 6.154.014	$ 5.677.957	$ 1.660.320
Hong Kong	$ 3.700.790	$ 3.701.938	$ 4.745.460	$ 2.509.501	$ 2.678.418
Otros	$ 17.554.323	$ 8.211.370	$ 14.506.890	$ 5.844.524	$ 7.261.705
TOTAL	**$ 149.329.827**	**$ 161.064.450**	**$ 186.802.249**	**$ 177.779.233**	**$ 187.575.882**
Crecimiento %	**-**	**8%**	**16%**	**-5%**	**6%**

Fuente: (Ministerio Coordinador de Producción, 2015)
Elaboración: El autor

Según podemos observar en la tabla N° 6 las importaciones de calzado en nuestro país han mantenido un crecimiento sostenido desde el 2010, siendo el

2012 el año en el que más creció este rubro presentando una tasa del 16%. Para el año 2013 hubo un decrecimiento de las importaciones de calzado en un -5%, esto a consecuencia de las medidas implementadas en materia de Comercio Exterior que afectaron a la partida de calzado (objeto de nuestro estudio), las cuales han incluido salvaguardas de $6 por par importado, ad-valorem del 10% sobre el valor de la mercancía, presentación de Certificado INEN y recargos ad-valorem[13] del 7% (para productos provenientes de Perú) y del 21% (productos provenientes de Colombia). (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

Podemos observar también que el calzado importado proviene principalmente de Panamá, Colombia, Perú, Brasil y China, más sin embargo, el producto que ha ingresado al país es principalmente producido en China. Este calzado tenía un costo promedio de 45ctvs. Por par (hasta 2008), lo cual dejaba en desventaja competitiva al calzado nacional, este fue uno de los motivos que impulsó a las medidas proteccionista aplicadas desde el 2008.

En contrapartida durante este período la oferta nacional de calzado producido en nuestro país ha crecido también pero no ha logrado detener, según podemos ver en la tabla N° 6, a las importaciones. La industria nacional de calzado desde el año 2008 ha venido creciendo de manera sostenida, gracias al apoyo que ha brindado el gobierno para el desarrollo del sector con la aplicación de los aranceles que están en aplicación desde el 2008, los cuales se han venido modificando constantemente, actualmente se encuentra en aplicación un arancel mixto. Los productores nacionales han incrementado su oferta en cuanto a número de pares producidos lo cual ha representado un crecimiento de alrededor del 145% de su producción. (El Telégrafo, 2014)

2.2 Restricciones para importar

Nuestro país siempre se ha caracterizado por ser un país productor, en su mayoría, de bienes con poco valor agregado, y es en base a esto que durante

[13] Ad-valorem; Impuesto en términos porcentuales que se aplica sobre el valor o precio de un bien, al ingresar a un país extranjero (país importador).

décadas se ha trabajado para cambiar esa característica de nuestro aparato productivo. Es así que el Gobierno ha venido trabajando en apoyar al sector productivo del país para promover su desarrollo y lograr el cambio de la matriz productiva.

El apoyo ha venido dándose con capacitaciones, incentivos para la otorgación de créditos al sector productivo, la creación de Pro Ecuador (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión) y la aplicación de salvaguardias para proteger a la industria y sector productivo nacional, restringiendo con esto a las importaciones.

Según vimos en el desarrollo del punto anterior, para el rubro de calzado, los países de origen de esas importaciones han sido principalmente Panamá, Colombia, Perú, Brasil y China, pero el producto que ha ingresado al país resultó ser, mayoritariamente, producido en China.

Los países asiáticos, durante las últimas décadas, han basado su economía en el modelo de producción en masa, producen en grandes volúmenes no sólo calzado sino también juguetes, artículos de cerámica, textiles, aparatos electrónicos, entre otros. Este modelo de producción en masa ha estado acompañado de una mano de obra barata lo cual le ha dado a sus productos una alta competitividad a nivel mundial ya que mantienen un costo de producción bastante bajo. Gracias a lo antes indicado, los productos asiáticos se han logrado convertir en productos atractivos para el mercado mundial, lo cual ha tenido como consecuencia la transformación de sus países de origen en grandes exportadores, aumentando cada vez más sus volúmenes de exportación. De esta forma es que en la actualidad el mercado mundial se encuentra invadido de productos asiáticos, colocando en desventaja a la producción nacional de los países compradores (importadores) ya que se les vuelve complicado competir con productos de tan bajo costo. Pero hay que tener en cuenta que estos productos no son precisamente de la mejor calidad.
A nivel general podemos observar en la siguiente tabla que, el caso del ingreso de productos hechos en Asia, se repite cuando vemos el origen de las

importaciones de Ecuador de productos no petroleros, los cuales ingresaban con un costo bastante bajo.

Estos productos con bajo costo dentro de nuestro mercado han tenido un efecto negativo sobre la industria nacional, por tal motivo y con ese marco coyuntural que provocó crisis en el 2008, en el sector del calzado, es que el Gobierno se vale de herramientas para normar el ingreso de estos productos con la aplicación de salvaguardias[14] y recargos ad-valorem. De esta forma logra proteger a la industria nacional e incentivar al desarrollo, crecimiento y competitividad del sector y sus productos, así como el aumento del consumo interno de los productos nacionales. Para tal efecto mediante Registro Oficial N° 351 del 29-Dic-2013 crea el Comité de Comercio Exterior (COMEX) (Ministerio de Comercio Exterior, 2013), este es desde entonces "el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial". Es parte de sus facultades "expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros". (Registro Oficial del Ecuador, 2010).

2.2.1 Restricciones para importar productos suntuarios y otros

Con la coyuntura existente en el país en el ámbito de comercio exterior emitieron el Decreto Ejecutivo N° 512 se emitió el Arancel Nacional de Importaciones 2007 el cual entró en aplicación el 15 de Octubre del 2007 (Registro Oficial del Ecuador, 2007), en el Anexo 1 se detallaban dentro de sus 21 secciones todas las mercancías sujetas a Aranceles. Esta resolución estaba encaminada a incorporar la Nomenclatura Arancelaria Andina y a contribuir al cambio de la matriz productiva del país.

[14] Salvaguardia; Medida de restricción en materia de comercio internacional que se toma, por parte de un gobierno, para proteger de un posible daño a uno o varios sectores de la economía.

Mediante esta Resolución se estableció los % de ad-valorem a los cuales estaban sometidas estas mercancías, entre los cuales podemos señalar que los productos más gravados fueron:

- Carne de especie bovina, porcina, ovina o caprina, demás carnes congeladas, Pescado fresco o refrigerado, moluscos, leches, margarinas, derivados de lácteos, harina de trigo, granos y cereales, aceites, embutidos, productos de cacao, con el 20% por Kg.
- Calzado y pendas de vestir con el 20% por unidad.
- Partida 97.01; Pintura y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorados a mano; collage y cuadros similares con el 20%

A partir de este Decreto se fueron incrementando más regulaciones a las importaciones de mercancías en miras del objetivo principal, el cambio de la matriz productiva. Estas medidas de Comercio Exterior estaban enfocadas a sectores específicos, los cuales han sido mayormente afectados. A continuación veremos en resumen las medidas que se tomaron desde el 2008.

.

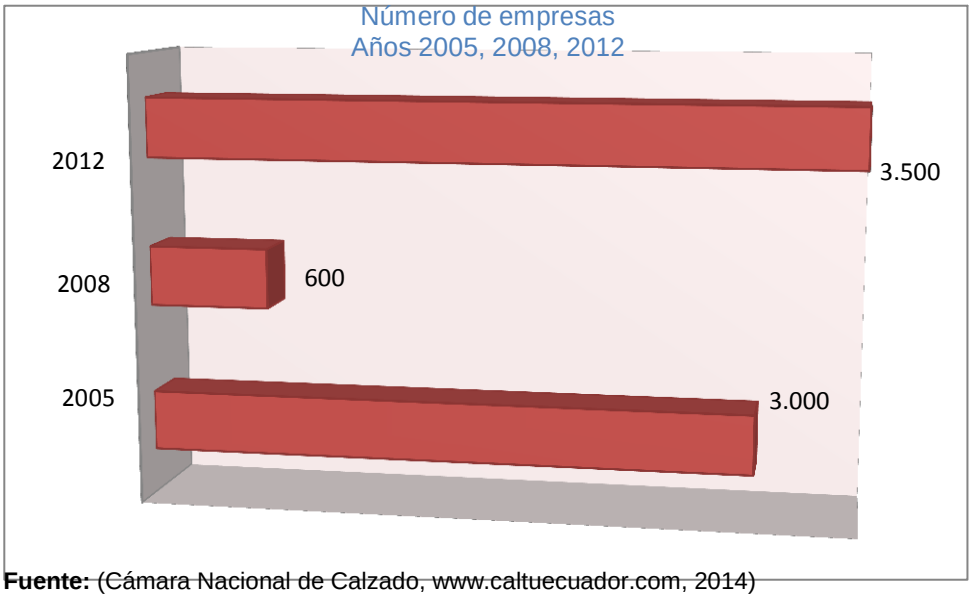
Tabla 7 Resumen de medidas tomadas sobre importación de calzado

DOCUMENTO	FECHA	MEDIDA
Decreto Ejecutivo N° 592	ago-07	Arancel Nacional de Importaciones 2007 e incorpora la Nomenclatura Arancelaria Andina (NANDINA), según la Decisión 653 de la Comisión de la Comunidad Andina. Se publica el 15-Oct-2007 mediante Registro Oficial 191. Reformando el Arancel de Importaciones en Base a la Resolución 389 del COMEXI del 21-Ago-2007.
	ene-08	Se aplica salvaguardia de $10 por par.
Resolución 450 del COMEXI	dic-08	se publica listado de artículos que se deben someter a controles previos a la importación
Registro Oficial N° 246	ene-09	$9 por par
	sep-09	Modifica salvaguardia a $6 por par más recargo del 10% del valor (arancel mixto).
Registro Oficial 351	dic-10	Constituye el Sistema Ecuatoriano de Calidad para establecer marco jurídico, garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos, protección del consumidor, incentivar la cultura de competitividad y calidad en la sociedad ecuatoriana.
Registro oficial 599	dic-11	Determinan que es necesario establecer como documento de control a las importaciones, los Certificados de conformidad, (INEN-1) expedidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) para la demostración de la conformidad con RTE INEN en la importación de bienes manufacturados sujetos a Reglamentos Técnicos Ecuatoriano, como medida de protección del consumidor ecuatoriano.
Resolución 116 Comex	nov-13	Aprobación por parte del COMEX del informe Técnico del INEN N° DRE-001-2013 y oficio del SENPLADES-SGPBV-2013-1301-OF done solicitan Incluir nuevas subpartidas que deben someterse a la presentación del Certificado de Reconocimiento INEN-1 (mantiene arancel mixto).
Resolución 002-2014 del Comité de Comercio Exterior	ene-14	Modifican las tarifas arancelarias de acuerdo al Anexo 1 de la Resolución (mantiene arancel mixto).
Resolución 051-2014, COMEX	dic-14	Ad valorem adicional del 7% para productos originarios de Perú y del 21% a los productos originarios de Colombia. Mantiene % y valores anteriores del arancel mixto y certificado de reconocimiento (Certificado INEN).

Fuente: (Diario El Universo, 2015)
Elaboración: El autor

Las medidas tenían como uno de los objetivos ayudar a salir de la crisis al sector de calzado, la cual se acentuó en el año 2008 según datos que podemos ver a continuación.

Cuadro 23 Productores de calzado en Ecuador
Número de empresas
Años 2005, 2008, 2012



Fuente: (Cámara Nacional de Calzado, www.caltuecuador.com, 2014)
Elaboración: El autor

Como vemos, el sector del calzado en el año 2008 tenía 600 productores lo cual significó un decrecimiento del 80%, comparado con el los 3.000 productores que tenía en el año 2005. Es por esto que las políticas de comercio exterior buscaron incentivar y proteger a este sector en específico.

2.2.2 Restricciones para importar calzado

Entre las medidas implementadas que afectaban directamente a las importaciones de calzado tenemos las siguientes:

Tabla 8 Medidas que afectaban directamente a las importaciones de calzado

FECHA	MEDIDA
ago-07	Se aplica ad-valorem de 20% sobre el valor del producto (para la partida de calzado).
ene-08	Se aplica salvaguardia de $10 por par.
dic-08	Se publica listado de artículos que se deben someter a controles previos a la importación, incluye a la partida de calzado.
ene-09	Se modifica la Salvaguardia a $9 por par.
sep-09	Modifica salvaguardia a $6 por par más recargo del 10% del valor (arancel mixto).
dic-11	Determinan que es necesario establecer como documento de control a las importaciones, los Certificados de conformidad, (INEN-1) expedidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) para la demostración de la conformidad con RTE INEN en la importación de bienes manufacturados sujetos a Reglamentos Técnicos Ecuatoriano, como medida de protección del consumidor ecuatoriano.
nov-13	Incluyen nuevas subpartidas que deben someterse a la presentación del Certificado de Origen (mantiene arancel mixto).
dic-14	Ad-valorem adicional del 7% para productos originarios de Perú y del 21% a los productos originarios de Colombia. Mantiene % y valores anteriores del arancel mixto y certificado de reconocimiento (Certificado INEN).

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)
Elaboración: El autor.

Durante el 2009, gracias a estas medidas, las importaciones decrecieron a $46’210.018 lo cual representó un variación de -69% (Según información de la SENAE - Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador), ya que en el 2008 estas importaciones alcanzaron los $147’951.152. Pero, a pesar de esta involución de las importaciones en el 2009, las mismas fueron creciendo de manera sostenida a partir del 2010.

Tabla 9 Importaciones de Ecuador
Partida: Calzado, Polainas y artículos análogos; Partes de estos artículos
Años 2011 al 2014
Valores en FOB USD.

DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014
Importaciones	$ 149.329.827	$ 161.064.450	$ 186.802.249	$ 177.779.233	$ 187.575.882
Crecimiento %	-	8%	16%	-5%	6%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec, 2015)
Elaboración: El autor.

Podemos ver según los datos en la tabla 9, que las importaciones han ido creciendo en el período de estudio, sosteniendo una tasa promedio de crecimiento del 6%.

En cuanto a la industria nacional de calzado, y como resultado a las restricciones a las importaciones de estos artículos, En el 2012 se expandió en un 60%, pasó de producir 15 millones de pares (2008) a producir 30 millones de pares en 2012, así mismo el número de empresas del sector pasó de 600 en 2008 a tener 3.500 mil fabricantes en 2012. (Diario El Universo, 2013).

La capacidad de producción de este sector obviamente también ha crecido, es así que veremos a continuación el resultado en cuanto al número de pares producidos de calzado por parte de la industria nacional.

Tabla 10 Producción de calzado en ECUADOR
Del 2011 al 2014
En millones de partes

	2010	2011	2012	2013	2014
Pares de Calzado	26,25	28,8	30	32	36,8
Tasa de Crecimiento	**-**	**10%**	**4%**	**7%**	**15%**

Fuente: (Cámara Nacional de Calzado, www.caltuecuador.com, 2015)
Elaboración: El autor

Según información de la CALTU, el sector ha presentado una tasa de crecimiento promedio del 9%, de su oferta de pares producidos, en el período 2010 – 2015. Esto representa un aumento en su producción de 10.2 millones de pares de calzado.

En resumen podemos indicar, según los datos presentados, que para el sector nacional del calzado las restricciones a las importaciones han sido positivas, si bien no detuvo a las importaciones y estas siguen creciendo de manera sostenida, el sector productivo nacional ha logrado desarrollarse y salir de la crisis que presentó en el 2008, aumentando el número de productores, oferta, aplicación de nueva tecnología y desarrollo del producto.

CAPÍTULO III
ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES DE CALZADO ORTOPÉDICO PARA "DR. PIE".

3.1 Principales proveedores extranjeros de "DR. PIE"

Dr. Pie se diferencia de otras empresas de venta de calzado gracias a que los productos que oferta, los que están diseñados no sólo como una prenda más de vestir, sino con el fin de dar excelente soporte y estabilidad al pie, cuidando así la salud de quien los usa y a su vez evitar la aparición de futuras lesiones, esto gracias a la tecnología europea aplicada en la producción de todos los calzados ortopédicos que vende la empresa.

Para poder mantener esta oferta especializada, Dr. Pie mantiene relaciones comerciales desde hace más de treinta años con las mejores marcas europeas especializadas en calzado ortopédico y de confort, convirtiéndose así, estas marcas en los principales proveedores y por las cuales Dr. Pie es diferenciado en el mercado interno. Tenemos así entre las principales marcas europeas a:

- ✓ Berkemann (Alemania)
- ✓ Schelchen GMBH - Pedag (Alemania)
- ✓ Gerlach GMBH - Gehwol (Alemania)
- ✓ Seitz (España)
- ✓ Dr. Barg (España)
- ✓ Dr. Batz (Hungría)
- ✓ Gloria Shoes SL – Eurogloria (España)
- ✓ Entre otras

Sólo para mencionar a una de ellas, (la más importante), ***Berkemann,*** fue fundada en Hamburgo por Heinrich Ad. Berkemann en el año de 1885.Empezó como una pequeña empresa que producía artesanías y zapatos a medida de alta calidad. Berkemann se ha distinguido de otras empresas por ser innovadora y vanguardista en el desarrollo de calzado ortopédico,

convirtiendose en el año de 1903 la primer empresa en el mundo en producir calzado ortopédico a gran escala.

La empresa ha marcado tendencia a lo largo de los 130 años que lleva en el mercado, tiempo en el que ha ganado experiencia para conocer, innovar y desarrollar productos de éxito con el objetivo de presentar una opción al consumidor de calzados y accesorios ortopédicos que ayuden a la prevención y cuidado de problemas relacionados con los pies.

En el año de 1950 desarrolló la primer sandalia de niños para gimnasia, a fin de evitar lesiones relacionadas, la cual en los 60, se convirtiò en un gran éxito en todo el mundo.Conocida como la sandalia de madera, cuya plantilla ha sido la base para el desarrollo de la plantilla original de Berkemann de las 5 fases. Esta sandalia ha sido mejorada a través del tiempo, convirtiéndose en el año 2004 en la sandalia oficial del equipo olímpico de Alemania.

Toda esta experiencia respalda los productos de Berkemann y logran que se diferencien de los ofertados por otras empresas debido a:

- Incluye en el desarrollo de productos los últimos estudios de ortopedia del pie.
- El uso de materiales innovadores y naturales.
- El uso de las últimas tecnologías de producción.
- Proceso de producción respetuoso con el medio ambiente.

3.2 Razones principales para importar

Al ser el único ofertante del mercado nacional de calzado ortopédico con los más altos estándares de calidad y desarrollo tecnológico, se ha convertido, para la empresa, este producto en un producto diferenciado. A pesar que en el mercado hay una gran oferta de calzado de distintas calidades y marcas, el producto que ofrece Dr. Pie está posicionado por ser no sólo un calzado sino un producto que ayuda a mejorar la salud y calidad de vida de quien los usa. Es así que para mantener esta oferta se respalda en las buenas relaciones

comerciales con los mejores productores de este tipo de calzado ortopédico, el cual se concentra en Europa, los cuales debido a sus avances tecnológicos y el respaldo de varios años de estudio, investigación y desarrollo se encuentran entre los mejores fabricantes.

Debido a esto, Dr. Pie basa su oferta de calzado en productos importados, ya que los mismos conjugan: Calidad, tecnología (en desarrollo del producto y en el proceso de producción) y Confort.

3.2.1 Calidad, confort

Lamentablemente las diferencia entre un calzado ortopédico importado y uno nacional, que no es ortopédico (ya que no se produce en el país), hecho artesanalmente son abismales, desde su acabado hasta su composición utilidad y beneficios.

Mientras que por un lado el calzado nacional está pensado solamente en su forma estética y un acolchado que pueda hacerlo sentir cómodo durante los primeros meses de uso; el calzado ortopédico, se orienta a cubrir varias posibles dolencias producidas por una mala pisada, una postura incorrecta a mejorar o mitigar dolencias propias del pie.

La calidad de un calzado ortopédico está sustentada en su desarrollo, la materia prima y producción.

Desarrollo:

Las marcas que se importan y que expende Dr. Pie, constantemente están realizando estudios e investigación en ortopedia y biomecánica, los cuales son implementados en sus procesos de producción, es decir sus modelos pueden ser renovados con los últimos avances científicos y tecnológicos en materia de calzado y medicina ortopédica. Razones por la cuales se mantienen vanguardista y de esta manera garantizan la oferta de productos de alta calidad en cuanto a desarrollo.

Materiales:

En la actualidad existen una gran diversidad de materias primas para la producción de calzado, pero la calidad de los calzados ortopédicos está cimentada en el cuidado y selección de cada componente del calzado hasta la obtención del producto final con altos estándares.

Para la producción realiza una selección exhaustiva de los materiales que proporcionen el mayor confort y cuidado de los pies que pueda desear o necesitar cualquier ser humano que pueda caminar teniendo entre ellos los siguientes:

- **Materiales naturales**
  - **Cuero:** tanto para el exterior como interior, es un material de larga duración, maleable y que ayuda a la respiración del pie para así evitar formación de hongos y malos olores en los mismos.
  - **Madera:** en ciertos productos este es base para la suela del calzado, siendo manejada de manera manual (hecha a mano) para el tallado y formación de la horma del calzado conservando los beneficios ortopédicos según el modelo.

- **Material Flexible:** tanto para la suela como la capellada, se usan materiales flexibles para dar mejor amortiguación a la pisada y así disminuir el impacto de la marcha sobre el cuerpo.

- **Materiales Lavables:** el uso de estos materiales garantizan poder ofrecer un producto que logra mantener siempre la higiene y salud del pie.

Producción:

Dentro del proceso de producción del calzado se incluye el uso de máquinas de última tecnología, así como la contratación de personal calificado el cual además recibe constante capacitación para que puedan entregar un producto

final que reúna todos las características con los que fue ideado, cuidando cada detalle dentro del proceso de producción.

Como un plus adicional, todas las empresas europeas fabricantes de calzado ortopédico tienen también como prioridad durante el proceso de producción de calzado el cuidado del medio ambiente como parte de la responsabilidad social que es un factor por el cual también son evaluados sus procesos productivos, siendo este un elemento adicional que deben considerar al elegir los materiales, así como al comprar e implementar nuevas maquinarias.

Es decir, que cuando hablamos de calidad y confort en un calzado ortopédico importado, éste trae detrás un compendio de consideraciones que hacen que los procesos de producción de este calzado tengan un valor agregado de alta consideración.

La calidad de un calzado ortopédico importado, no sólo se puede medir o apreciar en el producto terminado, sino en todo el proceso de producción que trae detrás.

3.2.2 Horma Ortopédica

El ser humano, desde su aparición en el planeta ha enfrentado traumatismos corporales y ha tenido que aprender a atenuar sus dolencias o dolores de varias formas los primeros documentos escritos que describen lesiones traumáticas y ortopédicas, se encuentran en los papiros[15] egipcios de alrededor de 2000 años A.C. (papiro de Eden Smith).

Hipócrates[16] (460-377 a. de C.), fue uno de los precursores de la ortopedia, a través de sus obras, el "Tratado de las fracturas" y el "Tratado de las articulaciones", donde describe el cuadro clínico de las luxaciones traumáticas

[15]Papiro.- Lámina flexible sacada del tallo de una planta acuática de tallo hueco y liso , que se emplea para escribir o dibujar en ella.(los egipcios, los griegos y los romanos usaron el papiro)

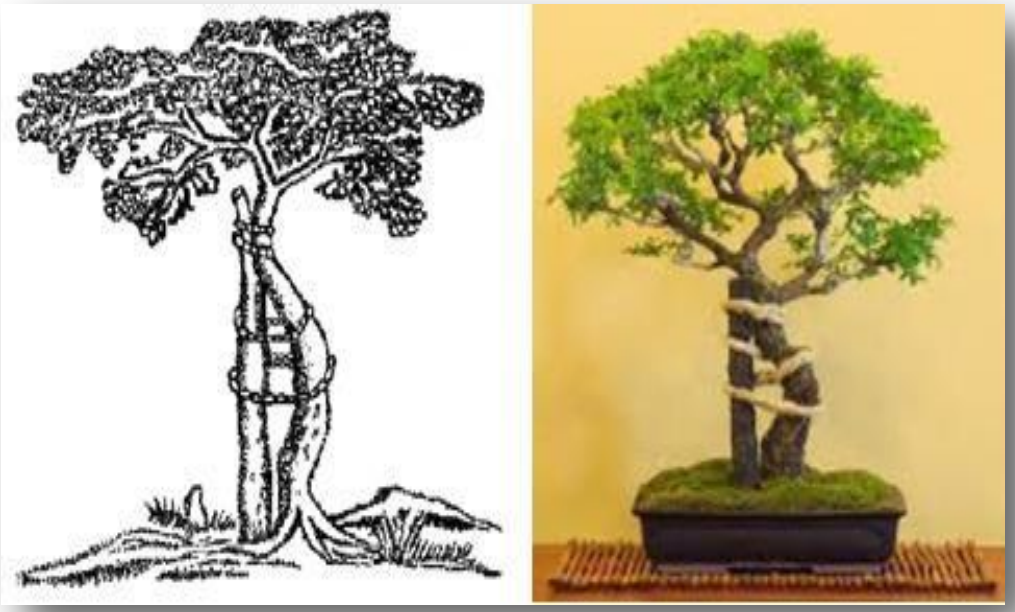
[16]Hipócrates, reconocido como Padre de la Medicina moderna

y congénitas de la cadera, las artritis el pie y algunos métodos terapéuticos con principios similares a los de la actualidad, como la introducción de la tracción en el tratamiento de las fracturas (Coloca los huesos en posición luego de una fractura).

La ortopedia empezó a conocerse en el Siglo XVIII en el año 1743 con la publicación del Trabajo del Dr. Nicolás Andry de Boisregard[17], "Ortopedia o el arte de prevenir y corregir en los niños las deformaciones del cuerpo".

Este autor simbolizó la ortopedia rama de la medicina con la figura de un árbol torcido, el cual pretende corregir su curvatura a medida que crece, atándolo a una estaca o un madero recto

Cuadro 24 Árbol símbolo de la ortopedia



Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

Desde entonces este árbol (símbolo), representa a esta especialidad y es usado como logotipo en algunas Sociedades Científicas que se preocupan de su desarrollo.

[17]Dr. Nicolás Andry Lyon 1658 – 13 Mayo 1742 médico francés, Decano de la Universidad de Paris, en 1741 publicó su libro para padres “Ortopedia, el arte de prevenir y de corregir daños en los infantes las deformidades del cuerpo”.

En el siglo XIX la ortopedia tuvo un gran avance mediante tratamientos mecánicos, y a fines de este siglo inicia el desarrollo de cirugías gracias al empleo del conocimiento de la asepsia, antisepsia, y la anestesia, dando las bases para el desarrollo de la cirugía general, incluyendo la cirugía ortopédica.
El auge de la cirugía hizo denominar a la especialidad como "cirugía ortopédica" o "cirugía del aparato locomotor". En 1895 Wilhelm Conrad Roentgen realizó el descubrimiento de los rayos X, que significó un paso gigante en el diagnóstico de las lesiones del aparato locomotor.

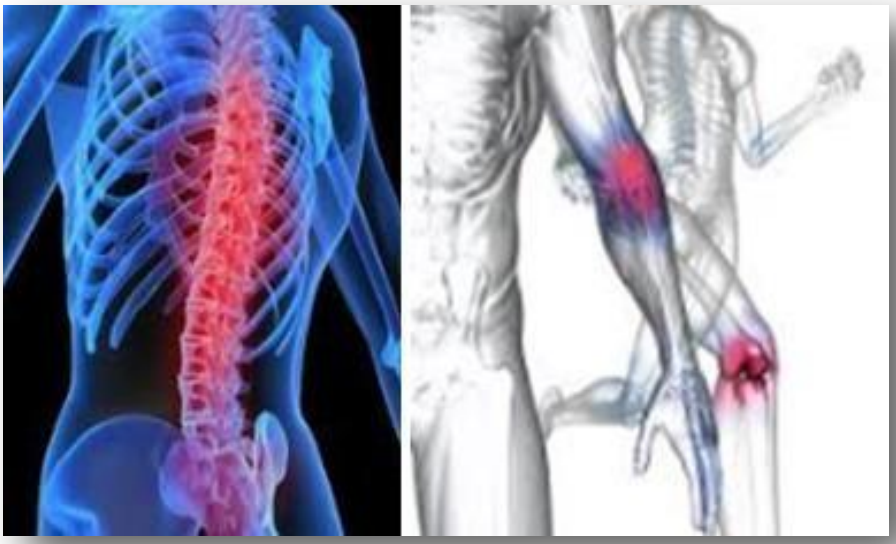
La especialidad durante el siglo XX se desarrolló de manera acelerada en cuanto a las posibilidades de recuperación que tienen los pacientes con traumatismos cada vez más frecuentes y de mayores proporciones, se han venido mejorando las técnicas, sobre todo con el aumento del promedio de vida de las personas, aumentó también la demanda de esta especialidad, hoy en día hay un mayor número de lesiones ósteo[18]articulares degenerativas e invalidantes.

Es así como surgieron novedosas cirugías de reemplazos articulares, la cirugía de la columna, la cirugía artroscópica[19], el manejo quirúrgico de las fracturas a través de las distintas técnicas de osteosíntesis, la cirugía reparativa, etc.

Es por ello que actualmente, solamente el nombre genérico de "Traumatología", que define aquella parte de la medicina que se dedica al estudio de las lesiones del aparato locomotor se la considera insuficiente, ya que esta especialidad va mucho más allá del campo de las lesiones traumáticas, abarca también el estudio de aquellas congénitas o adquiridas, en sus aspectos preventivos, terapéuticos, de rehabilitación y de investigación, y que afectan al aparato locomotor desde el niño hasta la senectud, y en ese campo interviene la ortopedia.

[18]Ósteo, Prefijo que entra en la formación de palabras con el significado de 'hueso'
[19]Artroscópica, Artroscopia, es una endoscopia, que consiste en la visualización de una articulación de la rodilla, con el fin de observar el menisco y el resto de su anatomía interna.

Cuadro 25 Lesiones o dolencias en varias partes del cuerpo



Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Ya en muchos países se usa el nombre de "Ortopedia" para referirse al estudio de las enfermedades del tronco y las extremidades, pero la tradición del uso de la palabra "traumatología" hace que la palabra "ortopedia" excluya las lesiones traumáticas; por lo tanto se denomina a esta especialidad como "Ortopedia y Traumatología". (Universidad De Chile, Escuela de Medicina).

Etimológicamente, la palabra "ortopedia" proviene de las palabras griegas “ortos” que significa ‘recto o derecho’ y “**paideía**” que significa ‘educación o formación’

La **ortopedia** es una especialidad (técnica) de la medicina dedicada a corregir o de evitar las deformidades o traumas del sistema musculo esquelético del cuerpo humano, ya sea por medio de cirugías (cirugía ortopédica), el uso de aparatos especiales (llamado órtosis u órtesis) o ejercicios corporales.

Cuadro 26 Órtesis

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

Una órtesis, es un apoyo u otro dispositivo externo (aparato) aplicado al cuerpo para modificar los aspectos funcionales o estructurales del sistema neuromusculoesquelético.

Una órtesis puede ser un aparato, un dispositivos, férulas, ayudas técnicas y soportes usados en ortopedia, fisioterapia y terapia ocupacional que corrigen o facilitan la ejecución de una acción, actividad o desplazamiento, dando a su ejecutor ahorro de energía, mayor seguridad y aminora el dolor si lo hubiera. Sirven para sostener, alinear o corregir deformidades y para mejorar la función del aparato locomotor.

Cuando se habla de mal formaciones se debe entender que todas las partes del cuerpo pueden tenerlas, por ello la ortopedia abarca disciplinas relacionadas.

- Ortopedia maxilofacial
- Ortopedia pediátrica
- Técnico ortopédico

La diferencia entre la órtosis u órtesis y las prótesis, es que la primera intenta corregir un “problema” físico o locomotor, mientras que la prótesis reemplaza o sustituye artificialmente, de forma parcial o total, algún órgano, miembro o parte del cuerpo que falta y que produce una incapacidad física o invalidez.

Cuadro 27 prótesis para piernas

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Tipos de órtesis

El grado de inmovilización deseado varía según el tipo de órtesis utilizado. Las órtesis se pueden clasificar en cuatro tipos, de acuerdo a sus funciones:

Estabilizadoras o inmovilizadoras.- Mantienen una posición e impiden movimientos indeseados, por lo que, si el objetivo es actuar como soporte de un segmento paralizado o disminuir la amplitud articular de un segmento inflamado y doloroso, se pueden utilizar en parálisis flácidas o espásticas.

Cuadro 28 Órtesis estabilizadoras

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Funcionales.- También denominadas dinámicas. Llevan incorporado un elemento elástico que permite movilizar un segmento de un miembro paralizado.

Cuadro 29 Órtesis funcionales

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

Correctoras.- Indicadas para corregir una deformidad esquelética. Son más efectivas si se utilizan durante el desarrollo infantil.

Cuadro 30 Órtesis correctoras

Fuente: (Dr. Pie, 2014)
Elaboración: El autor

Protectoras.- Mantienen la alineación de un miembro enfermo o lesionado.

Cuadro 31 Órtesis protectoras

Fuente: Internet
Elaboración: El autor

En cuanto a la extremidad, articulación o región anatómica a la que están destinadas, también se clasifican en órtesis para:

- **Extremidad superior.-** Brazo, codo, mano.
- **Extremidad inferior.-** Pie-tobillo-pantorrilla; rodilla; muslo-cadera (férulas o arneses); funcional o adaptativa del pie (plantilla y calzado ortopédico).
- **Dorso-lumbares.-** Pecho, espalda

Hoy en día el uso de las hormas ortopédicas son de uso muy común entre personas con dolencias físicas localizadas en sus extremidades inferiores las cuales buscan lograr tienen los beneficios anotados en este capítulo, como mejorar la pisada, equilibrio, evitar dolencias en las articulaciones al distribuir el peso , etc..

3.2.3 Demanda

La razón de la existencia de toda empresa es la oportunidad que se tiene para cubrir las necesidades insatisfechas o latentes que tienen las personas.

Hasta algunos años atrás si alguien era diagnosticado con alguna dolencia que necesitara el uso de zapatos ortopédicos de cualquier tipo, el lugar de adquisición para el mismo en el Ecuador era SERLI[20] o una clínica a través de un traumatólogo u ortopedista que se dedicara a su fabricación de manera artesanal, lo que dificultaba en gran medida conseguir estos productos y por lo tanto se constituía en un gran problema para quien los necesitaba.

Era común y aún lo es, ver a personas con fuertes dolores en los dedos de los pies causados por los cayos o juanetes, usando cualquier tipo de sandalias para evitar más molestias, era desconocida la existencia de soportes, plantillas y otros materiales que alivian molestias en el pie, rodillas, espalda y articulaciones y hasta cierto punto aún lo es.

Esta demanda latente e insatisfecha de productos que beneficien o mejoren la salud de los pies de las personas, hace que surja Dr. Pie, empresa única en el país especializada en la venta de calzado ortopédico y accesorios que ayudan a mitigar o recuperar lesiones originadas por una mala pisada, sobrepeso, o deformidades del pie.

La demanda de calzado ortopédico ha ido en alza en los últimos años debido a la difusión y el impulso que Dr. Pie le ha venido dando a sus productos,

[20]SERLI, Sociedad Ecuatoriana pro Rehabilitación de Lisiados del Ecuador

inclusive ha tenido que contratar especialistas en podología extranjeros, ya que prácticamente no existen en el país, para que den el servicio de diagnóstico e impulsar las ventas del calzado necesario para cada posible cliente, es decir, no todos pueden usar los mismos modelos con los mismos componentes, lo cual le da un valor agregado al comprador, que busca un calzado que cubra en un 100% sus necesidades médicas, con calidad y confort.

3.3 Importancia en las ventas de calzado importado para "DR. PIE".

Dr. Pie ofrece a los consumidores tres líneas de productos, los cuales son complementarios entre sí, oferta Calzado ortopédico europeo, accesorios ortopédicos europeos y servicio de podología, entre estas tres líneas de negocio, la más representativa o con mayor peso sobre las ventas totales de la empresa es la línea de calzado, según información recabada en el período de estudio. En base a la información que veremos a continuación, podemos decir, que la venta de calzado es medular para el funcionamiento y rentabilidad de la empresa, entonces si existen medidas, regulaciones o problemas con sus proveedores (todos europeos) el negocio verá afectado su funcionamiento y rentabilidad, a pesar de tener dos líneas más de productos.

A continuación podremos ver en detalle, de manera numérica y porcentual, cuanto contribuye cada línea de negocio a las ventas total de la empresa.

Tabla 11 Ventas de Dr. Pie segmentadas por línea de producto
Del 2011 al 2014
Valores en USD

AÑO	2011	2012	2013	2014
VENTAS TOTALES DE DR. PIE	2.235.823,09	2.805.639,24	3.271.302,31	3.025.301,20
	2011	2012	2013	2014
VENTAS DE CALZADO	1.465.151,20	1.912.109,34	2.234.174,22	1.897.839,48
% Participación en venta anual	66%	68%	68%	63%

	2011	2012	2013	2014
PODOLOGIA	337.936,10	398.199,12	450.913,36	508.838,03
% Participación en venta anual	**15%**	**14%**	**14%**	**17%**

	2011	2012	2013	2014
ACCESORIOS	432.735,79	495.330,78	586.214,73	618.623,69
% Participación en venta anual	**19%**	**18%**	**18%**	**20%**

Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

Según los datos presentados, podemos afirmar que la línea de negocio más importante para Dr. Pie es la de calzado, representado en promedio el 66% de las ventas anuales totales de la empresa durante los últimos cuatro años.

Teniendo como antecedente que el calzado que oferta la empresa es 100% importado, podemos determinar que toda medida que afecte a la importación de este rubro tendrá efectos sobre las ventas de la empresa e incidirá en su rentabilidad y crecimiento.

Durante el período de estudio existieron varias regulaciones sobre las importaciones en las cuales se afectó a la partida de calzado, a pesar de ser un producto diferenciado (Calzado ortopédico), el que importa Dr. Pie, estaba incluido en estas medidas.

Dr. Pie importa al año en aproximadamente 13 mil pares de zapatos ortopédicos (no se nos proporcionó la cifra real) y ante la aplicación de la aprobación del comité del COMEX del informe técnico del INEN DRE-001-2013 el cual solicitó la inclusión de varias sub-partidas arancelarias como bienes sujetos al certificado de reconocimiento INEN 1, solamente se pudieron importar 5 mil pares, quedando desabastecidos todo el segundo semestre del 2014 por no poder importar al no cumplir con todos los requerimientos.

Fuente: (Dr. Pie, 2015)

3.3.1 Ventas principales

Dr. Pie, sustenta sus ventas básicamente en la venta de calzado ortopédico importado, que es su principal producto y la razón de existencia de la empresa y lo que la diferencia de cualquier otra empresa dedicada a la venta de calzado.

Cuadro 32 Modelo de calzado que comercializa Dr. Pie

Fuente: (Dr. Pie, www.doctor-pie.com, 2015)
Elaboración: El autor

Dr. Pie, en todas sus líneas de calzado ofrece zapatos ortopédicos importados, debido a que como ya establecimos, en el país la fabricación de este tipo de calzado prácticamente no existe, sino de calzado semi-ortopédico o de confort, el cual también expende la empresa pero más como una medida complementaria para competir en el nicho de zapatos de confort, que es una línea muy explotada y que se vende como ortopédica por la competencia, engañando así a los compradores.

Los principales productos dentro de las líneas de calzado ortopédico que tienen mayor demanda, es el calzado para caballero y el de dama, los ingresos por venta de calzado superan el 60% del ingreso bruto de la empresa el cual hoy en día supera los 3 millones de dólares. Dentro de la línea de calzado los modelos varían mucho en cuanto a su presentación y componentes, ya que aunque dos modelos aparenten ser iguales, se diferencian por las dolencias que pueden mitigar o evitar.

Las variedades de calzado ortopédico que se ofrece a la venta son:

Para hombre

- Zapatos de cordón (varios modelos)
- Tejido
- Mocasín punta redonda
- Sandalia de corcho
- Sandalias amplias
- Sandalias con hebillas
- Sandalias franciscanas

Para mujer

- Calzado con velcro
- De Tacón (Varios modelos)
- Tejido
- Mocasín clásico
- Mocasín punta cuadrada (varios modelos)
- Sandalias con hebillas
- Sandalias con tiras de velcro

Para niño(a)

- Calzado con velcro (varios modelos)
- Mocasín con velcro (varios modelos)
- Sandalias de corcho (varios modelos)

Esta variedad de calzado, es la que hace que sea muy atractiva una visita a los locales de Dr. Pie, ya que las personas llegan buscando un calzado, pero para ofrecérselo a la venta, antes se les realiza un diagnóstico al cliente de qué tipo de zapato necesita, es decir, el calzado adecuado para el pie adecuado, lo que se revierte en una completa satisfacción del comprador debido a que adquiere un producto de alta calidad que le brindará un gran confort al caminar y justificará su compra, creando fidelidad.

Pero para lograr este objetivo, Dr. Pie sustenta su estructura de ventas con personal e infraestructura suficiente que incluyen, 4 puntos de venta en Guayaquil y 4 en Quito, ubicadas en centros comerciales, que brindan atención los 7 días de la semana; en cada local atienden dos vendedoras capacitadas en las características de los productos, y además cuentan con el soporte de una especialista en Podología por cada local, quien se encarga de diagnosticar el tipo de calzado que necesita cada comprador, lo que hace que el producto que ya por si solo se diferencia de cualquier otro tipo de calzado siga siendo el producto principal en las ventas de la empresa, por calidad y servicio.

Cuadro 33 Locales de Dr. Pie en centros comerciales

Fuente: (Dr. Pie, www.doctor-pie.com, 2015)
Elaboración: El autor

3.3.2 Ventas complementarias o relacionadas

Dr. Pie complementa sus ingresos por ventas, con la comercialización de órtesis, que son utilizadas para modificar aspectos funcionales del cuerpo, en este caso para el pie, que tienen una gran demanda, sobre todo las plantillas, ya que estás alivian en gran medida el peso que soportan los pies y equilibran el peso del cuerpo.

Cuadro 34 Plantillas que comercializa Dr. Pie

Fuente: (Dr. Pie, www.doctor-pie.com, 2015)
Elaboración: El autor

También existen otros accesorios como:

- Alzas y cuñas,
- correctores de pisada
- Anillo de malla
- Madias varices (para damas y caballeros)
- Almohadillas
- Protector de gel
- Plantillas de niños
- Protector de ampolla
- Protector de talón
- Separador de dedo (varios modelos)
- Talonera de silicón

En cuanto a la línea cosmética se expende talco podológico y un surtido de cremas especiales como:

- Crema para la resequedad
- Crema extra para pies
- Crema para varices
- Crema protección para uñas y piel

La venta de artículos accesorios representa alrededor de un 20% del ingreso bruto en ventas de Dr. Pie, superando el medio millón de dólares.

Otra de las fuentes de ingresos de Dr. Pie y muy importante por cierto es el servicio de podología.

Cuadro 35 Servicio de Podología que ofrece Dr. Pie

Fuente: (Dr. Pie, www.doctor-pie.com, 2015)
Elaboración: El autor

Todos los locales de esta empresa cuentan con un Podólogo profesional (experto en cuidado del pie), que mediante el uso de instrumentos esterilizados está capacitado para diagnosticar el tipo de pisada de cada cliente y recomendar el tipo de calzado adecuado además de tratar técnicamente problemas del pie como:

- Corte de uña para Pie Diabético
- Resequedad Extrema
- Verrugas Plantares
- Ojos de Pollo
- Callosidades
- Hongos
- Uñeros

Los ingresos generados por el servicio de podología le representan alrededor del 17% de sus del ingreso bruto en ventas a Dr. Pie, superando el medio millón de dólares.

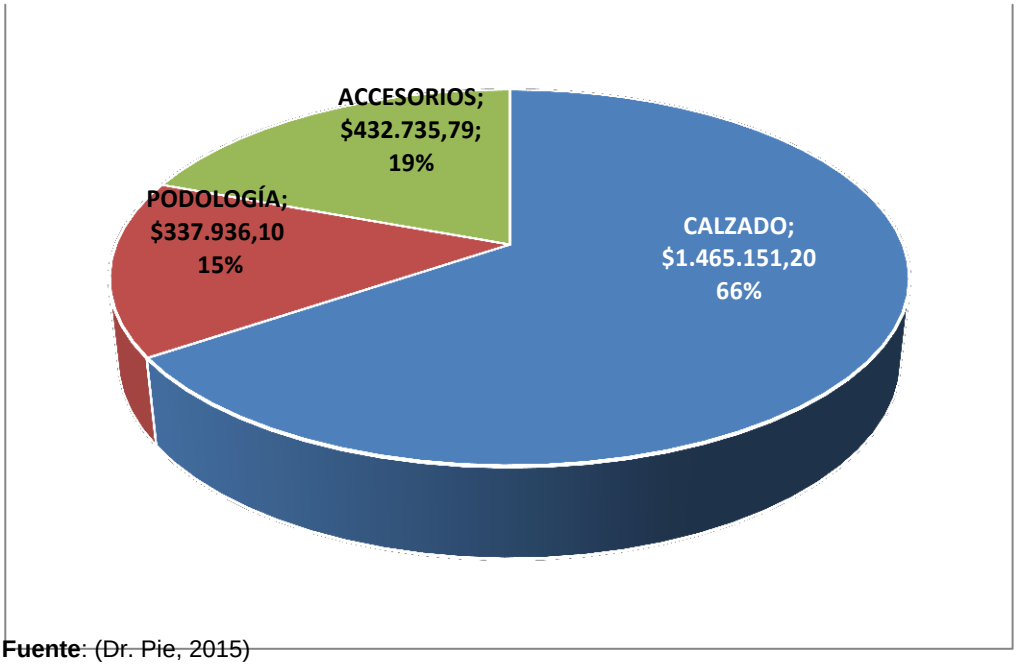
CAPÍTULO IV
COMPARATIVO DE VENTAS DE DR PIE DEL PERIODO 2011-2014

4.1 Ventas de DR. PIE en el año 2011

Dr. Pie durante el 2011 alcanzó un promedio de ventas mensuales superior a los 186 mil dólares, con alzas claras en sus ventas en los meses correspondientes al día de la madre (mayo), el mes de septiembre y también en la temporada navideña (diciembre), meses en los que generalmente hay promociones que ayudan a impulsar las ventas.

La venta de calzado alcanzó USD 1.465.151,20 lo cual equivale al 66% de los ingresos anuales, mientras que el servicio de podología y la venta de accesorios contribuyeron con 15% y 19% de los ingresos brutos respectivamente, alcanzando un total de ventas en ese año de USD 2.235.823,09.

Cuadro 36 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie
Año 2011



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

Cuadro 37 Ventas por segmento de Dr. Pie
Enero - Diciembre 2011
Valores en Miles de USD

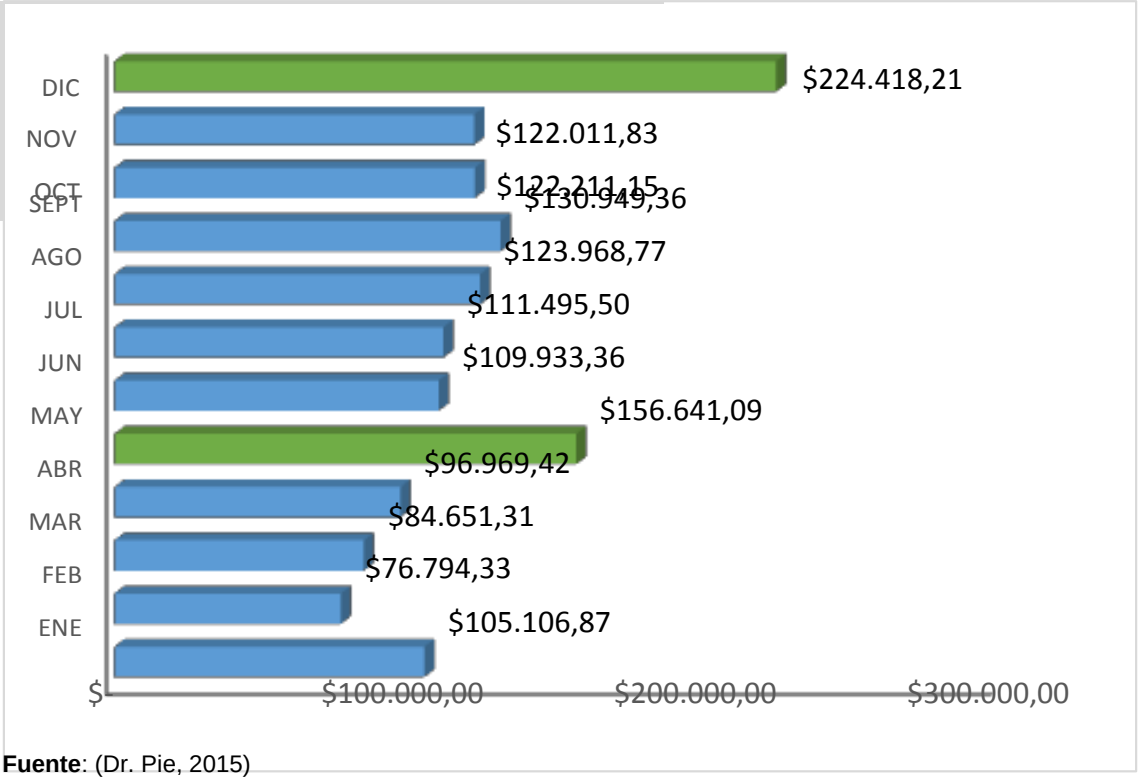
MESES	LÍNEAS			
	CALZADO	PODOLOGÍA	ACCESORIOS	TOTAL
ENERO	$105.106,87	$24.910,33	$33.834,40	$163.851,60
FEBRERO	$76.794,33	$20.790,06	$30.267,79	$127.852,18
MARZO	$84.651,31	$25.030,00	$37.324,11	$147.005,42
ABRIL	$96.969,42	$28.804,02	$34.395,09	$160.168,53
MAYO	$156.641,09	$23.624,48	$31.511,18	$211.776,75
JUNIO	$109.933,36	$24.048,03	$27.985,47	$161.966,86
JULIO	$111.495,50	$28.262,33	$31.104,71	$170.862,54
AGOSTO	$123.968,77	$30.406,97	$36.362,45	$190.738,19
SEPTIEMBRE	$130.949,36	$30.914,51	$39.844,43	$201.708,30
OCTUBRE	$122.211,15	$34.060,26	$42.707,79	$198.979,20
NOVIEMBRE	$122.011,83	$30.294,04	$39.922,67	$192.228,54
DICIEMBRE	$224.418,21	$36.791,07	$47.475,70	$308.684,98
TOTAL	**$1.465.151,20**	**$337.936,10**	**$432.735,79**	**$2.235.823,09**

Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor.

4.1.1 Ventas de calzado Ortopédico en el año 2011

Las ventas de calzado ortopédico que representan el 66% de los ingresos por ventas de Dr. Pie, presentaron un gran aumento en el mes de Mayo del 2011 (Mes de las Madres), esta fecha comercial es clave para la empresa, de allí en adelante las ventas se mantuvieron por encima de los 100 mil dólares hasta Diciembre, fecha en que se duplicaron las ventas de manera excepcional, gracias a estrategias de ventas, lanzamiento de nuevos modelos y promociones que fueron acogidas por los clientes por las festividades de Navidad.

Cuadro 38 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie
Año 2011
Valores en Miles de USD

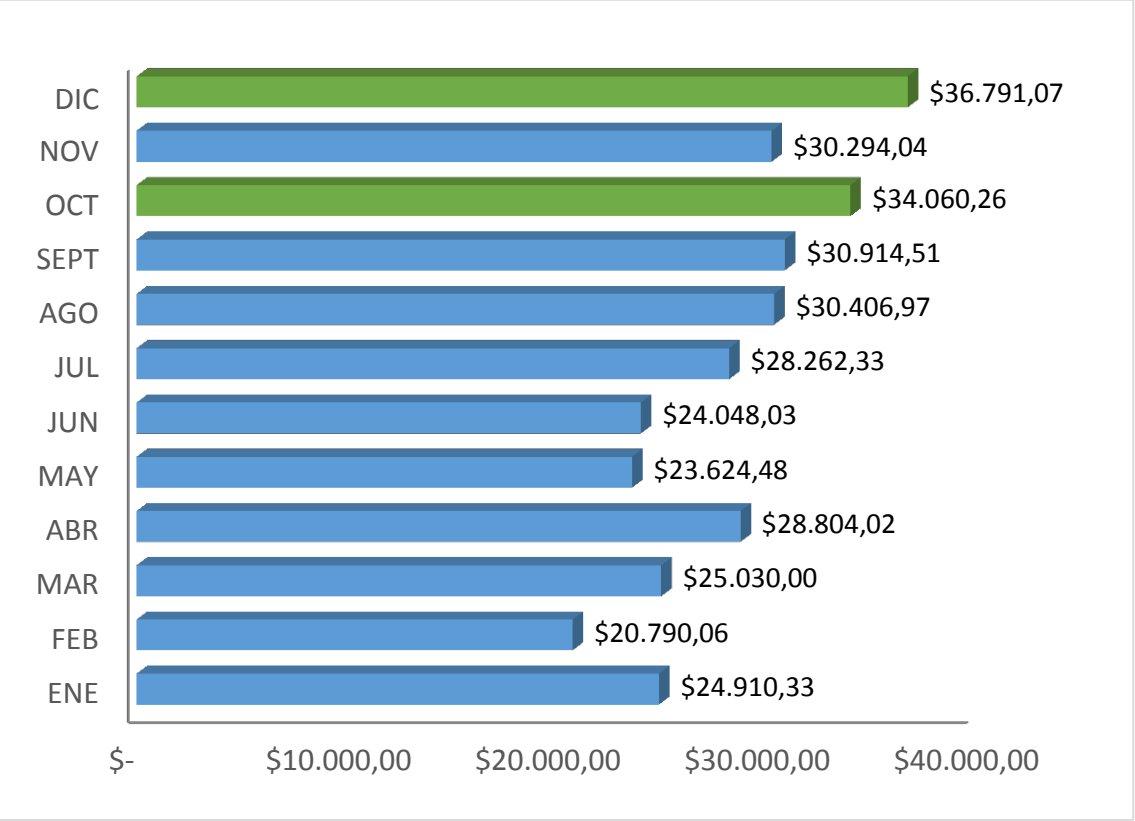


Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.1.2 Ventas de otros productos complementarios en el año 2011

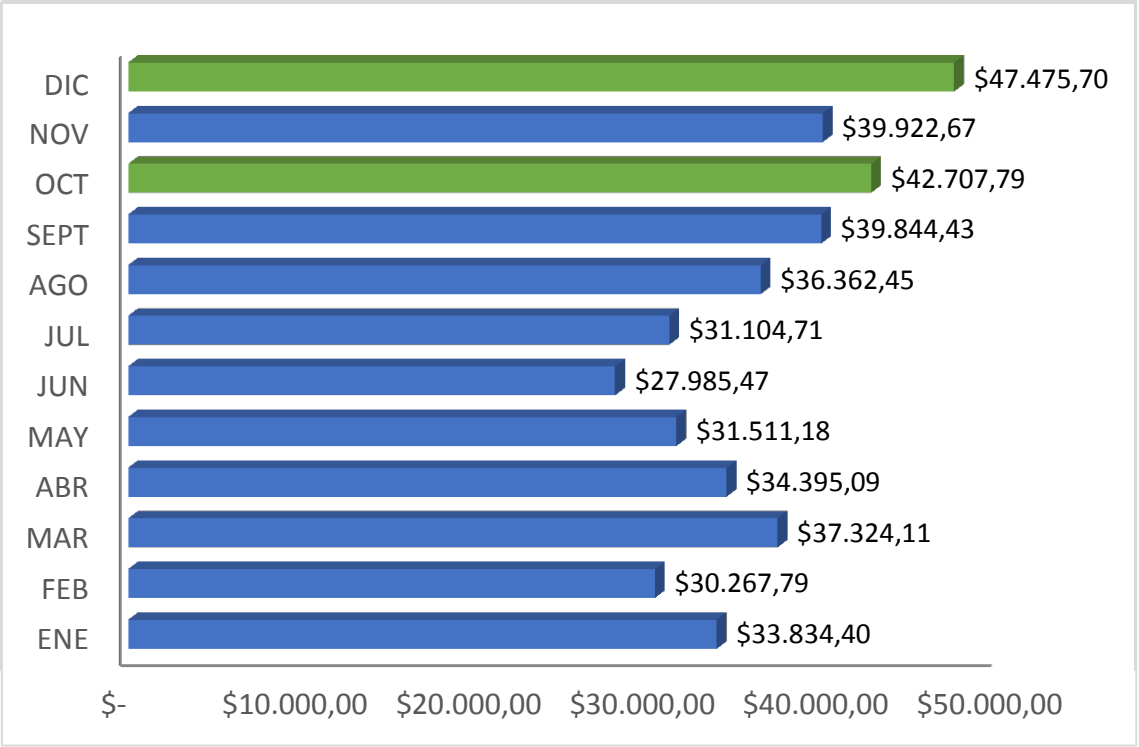
La venta de productos complementarios para el cuidado del pie durante el 2011, tuvo un gran repunte en el mes de Octubre, lo que coincide con el mes del adulto mayor (quienes son los mayores clientes de estos productos) y, aunque ciertamente son productos complementarios para el calzado al ser productos especializados, tuvieron una gran acogida en los meses siguientes llegando a su tope más alto en el mes de diciembre, este mismo comportamiento se registró en los servicios de podología, que por ser un servicio relacionado directamente con la salud presenta mayor repunte en el último trimestre del año ya que los clientes se preparan para las festividades navideñas del mes de diciembre.

Cuadro 39 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie
Año 2011
Valores en Miles de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

Cuadro 40 Ventas de accesorios de Dr. Pie
Año 2011
Valores en Miles de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

De acuerdo a declaraciones de la Gerencia de la empresa, estos resultados obedecen al impulso que se le ha venido dando a las líneas de productos complementarios y al servicio de podología, causando mayor preocupación a los clientes por el cuidado y la salud de los pies.

4.2 Ventas de DR. PIE en el año 2012

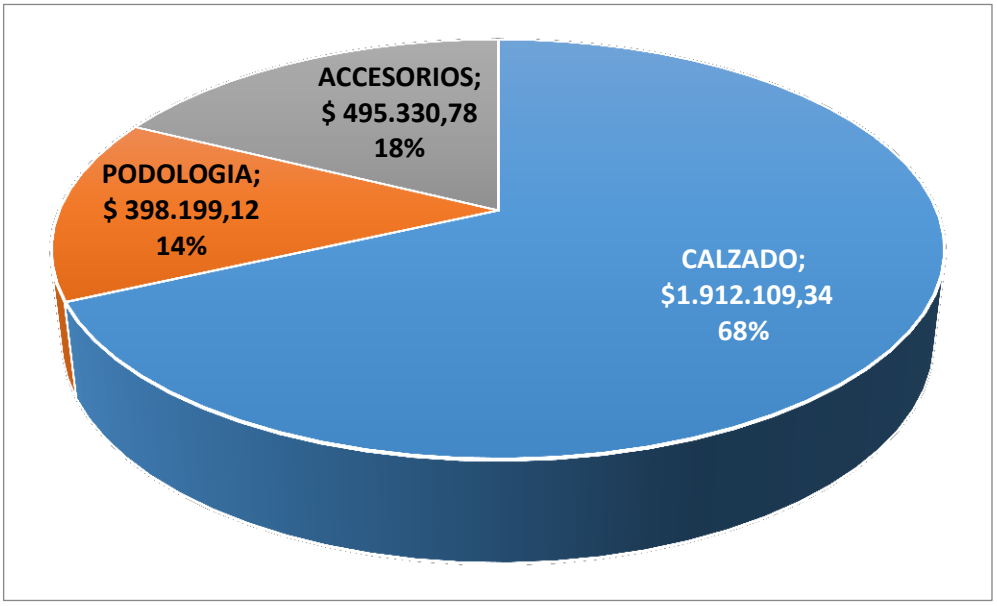
Dr. Pie durante el 2012 alcanzó un promedio de ventas mensuales superior a los 230 mil dólares, con alzas evidentes en sus ventas en los meses de Mayo por las festividades del día de la madre, Septiembre y también en la temporada navideña, meses en los que generalmente hay promociones que ayudan a impulsar las ventas.

En temporada baja las ventas no superaron los 200 mil, es indudable que se aprovechó muy bien una de las fechas comerciales más importantes para la

empresa, el día de las madres, donde sus ventas fueron se aproximaron a las de las festividades navideñas que generalmente son las más altas.

La venta de calzado ortopédico alcanzó USD 1.912.109,34 lo cual contribuyó en un 68% del total de ingresos por venta de Dr. Pie en ese año, mientras que el servicio de podología y la venta de accesorios contribuyeron con 14% y 18% de los ingresos brutos respectivamente; se alcanzó un total de ventas en ese año de USD 2.805.639,24.; 25,48% más que el año 2011.

Cuadro 41 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie
Año 2012.



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor.

Cuadro 42 Ventas por segmento de Dr. Pie
Enero - Diciembre 2012
Valores en Miles de USD

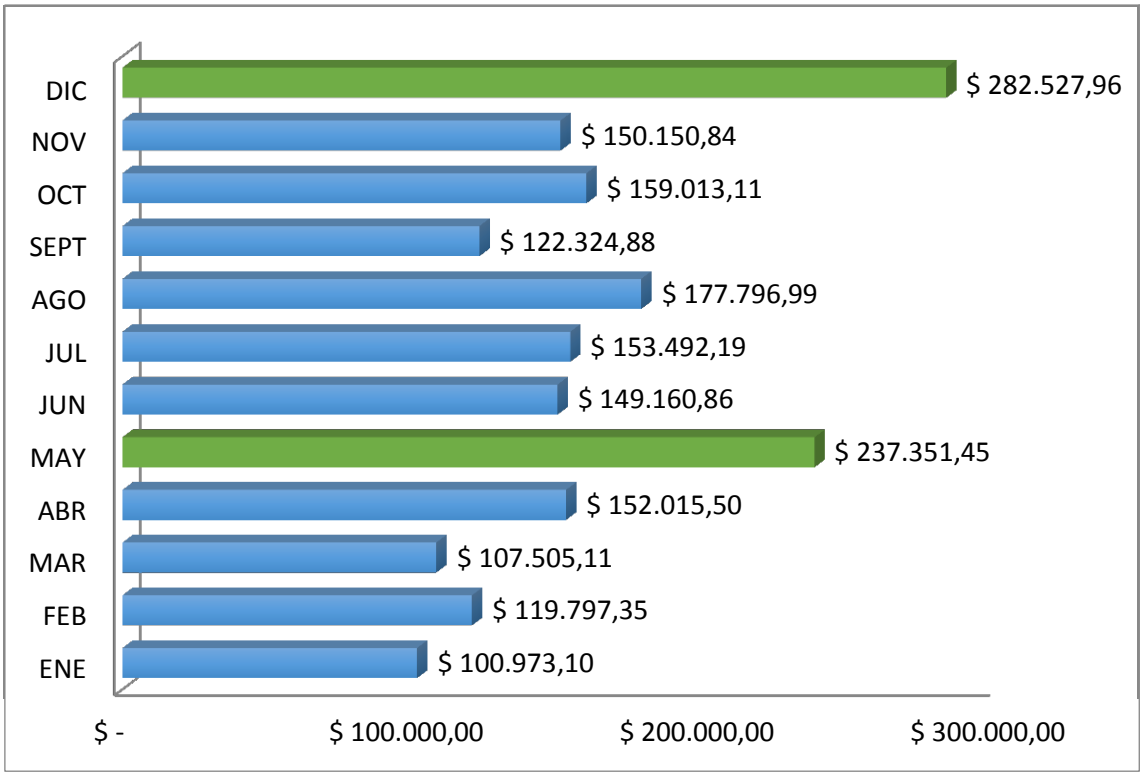
	LÍNEAS			
MESES	**CALZADO**	**PODOLOGIA**	**ACCESORIOS**	**TOTAL**
ENE	$ 100.973,10	$ 30.711,03	$ 35.492,96	**$ 167.177,09**
FEB	$ 119.797,35	$ 32.716,48	$ 33.433,80	**$ 185.947,63**
MAR	$ 107.505,11	$ 30.592,01	$ 42.424,02	**$ 180.521,14**
ABR	$ 152.015,50	$ 32.025,01	$ 49.470,29	**$ 233.510,80**
MAY	$ 237.351,45	$ 34.072,00	$ 47.071,10	**$ 318.494,55**
JUN	$ 149.160,86	$ 33.362,84	$ 42.691,40	**$ 225.215,10**
JUL	$ 153.492,19	$ 33.480,01	$ 45.924,46	**$ 232.896,66**
AGO	$ 177.796,99	$ 35.016,03	$ 43.912,67	**$ 256.725,69**
SEPT	$ 122.324,88	$ 30.907,53	$ 39.058,82	**$ 192.291,23**
OCT	$ 159.013,11	$ 35.682,64	$ 38.161,73	**$ 232.857,48**
NOV	$ 150.150,84	$ 32.910,53	$ 36.645,88	**$ 219.707,25**
DIC	$ 282.527,96	$ 36.723,01	$ 41.043,65	**$ 360.294,62**
Total	**$ 1.912.109,34**	**$ 398.199,12**	**$ 495.330,78**	**$ 2.805.639,24**

Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.2.1 Ventas de calzado Ortopédico en el año 2012

Las ventas de calzado ortopédico que representan el 68% de los ingresos por ventas de Dr. Pie, presentaron un gran aumento en el mes de mayo del 2012 (mes de las madres), las ventas alcanzaron hasta el doble de los ingresos por este rubro registrado en los meses de enero y abril, en los siguientes meses las ventas se mantuvieron en un promedio de 150 mil dólares hasta diciembre, fecha en que prácticamente se duplicó este promedio, gracias a las promociones y lanzamiento de nuevos modelos.

Cuadro 43 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie
Año 2012
Valores en Miles de USD



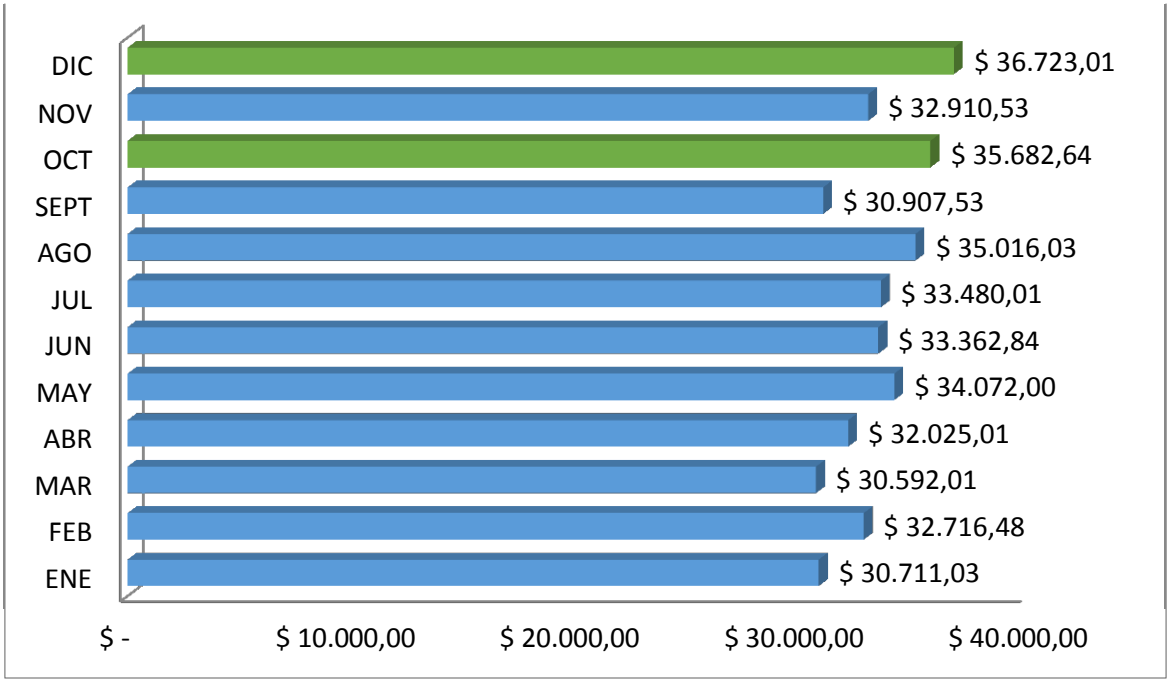
Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.2.3 Ventas de otros productos complementarios en el año 2012

La venta de productos complementarios para el cuidado del pie durante el 2012, tuvo una ligera alza en los meses de agosto y octubre, sin embargo las ventas en promedio estaban por encima de lo facturado en el año anterior. Como era esperado en el mes de diciembre, hubo un repunte en las ventas, aunque no llenó las expectativas de la administración.

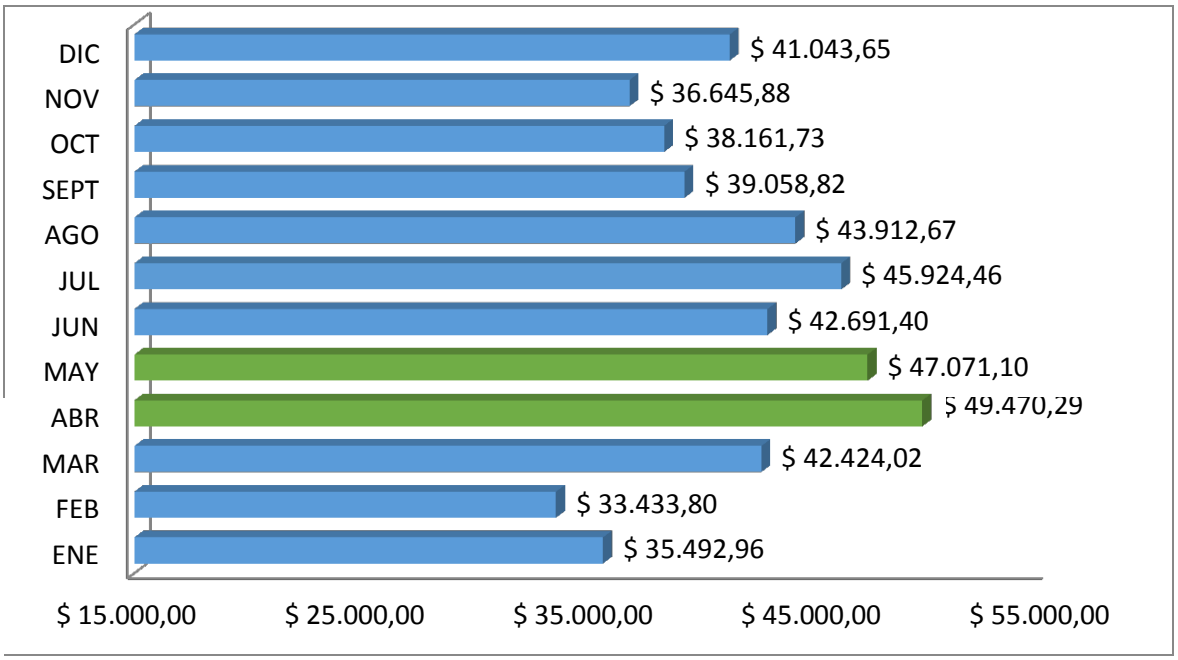
El servicio de podología aumentó su facturación y se mantuvo durante todo el año en por encima de los 30 mil dólares, a pesar de ser una actividad muy poco conocida, en los últimos años se ha convertido en una excelente fuente de ingresos para la empresa.

Cuadro 44 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie
Año 2012
Valores en Miles de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

Cuadro 45 Ventas de accesorios de Dr. Pie
Año 2012
Valores en Miles de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

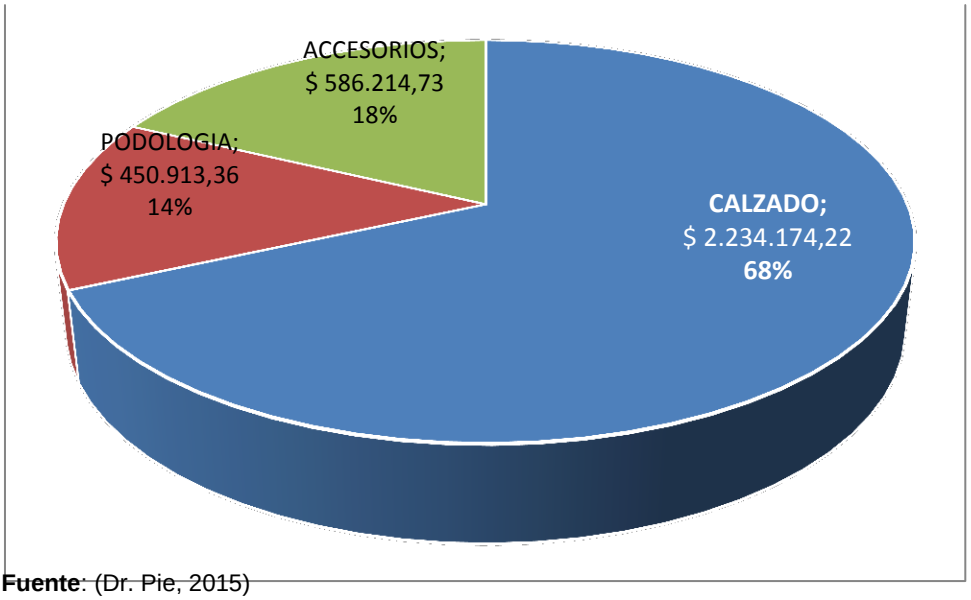
4.3 Ventas de DR. PIE en el año 2013

En el año 2013 Dr. Pie aumentó sus ventas promedio mensuales por encima de los 270 mil dólares, con alzas evidentes en sus ventas en los meses correspondientes al mes de Mayo por la celebración del día de la madres, en el mes de Agosto y también en la temporada navideña, meses que son claves, comercialmente para la empresa y en los que se aprovecha la intención de compra de los clientes con ofertas.

En temporada baja las ventas superaron los 200 mil, a excepción de febrero, pero hubo una gran recuperación en el segundo semestre cerrando el año con una venta total de USD 3.271.302,31; 16,59% más que en el 2012.

La venta de calzado ortopédico alcanzó USD 2.234.174,22 lo cual contribuyó en un 68% del total de ingresos por venta de Dr. Pie, mientras que el servicio de podología y la venta de accesorios contribuyeron con 14% y 18% de los ingresos brutos respectivamente.

Cuadro 46 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie
Año 2013



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

Cuadro 47 Ventas por segmento de Dr. Pie
Año 2013
Valores en Miles y Millones de USD

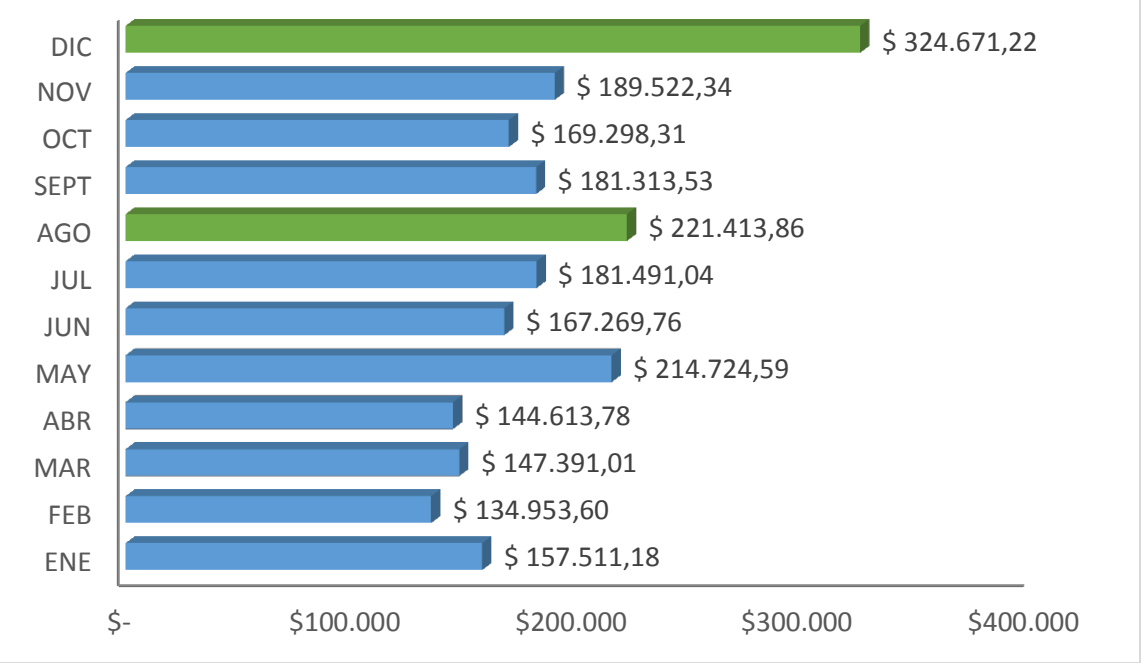
	LÍNEAS			
MESES	**CALZADO**	**PODOLOGIA**	**ACCESORIOS**	**TOTAL**
ENE	$ 157.511,18	$ 35.859,00	$ 43.043,49	**$ 236.413,67**
FEB	$ 134.953,60	$ 29.719,51	$ 32.276,21	**$ 196.949,32**
MAR	$ 147.391,01	$ 33.788,54	$ 35.708,56	**$ 216.888,11**
ABR	$ 144.613,78	$ 32.165,00	$ 37.835,71	**$ 214.614,49**
MAY	$ 214.724,59	$ 33.897,51	$ 38.529,10	**$ 287.151,20**
JUN	$ 167.269,76	$ 37.390,52	$ 39.514,43	**$ 244.174,71**
JUL	$ 181.491,04	$ 37.228,79	$ 38.414,32	**$ 257.134,15**
AGO	$ 221.413,86	$ 42.608,71	$ 44.044,86	**$ 308.067,43**
SEPT	$ 181.313,53	$ 39.920,60	$ 66.753,09	**$ 287.987,22**
OCT	$ 169.298,31	$ 40.975,06	$ 60.756,33	**$ 271.029,70**
NOV	$ 189.522,34	$ 40.647,54	$ 69.546,85	**$ 299.716,73**
DIC	$ 324.671,22	$ 46.712,58	$ 79.791,78	**$ 451.175,58**
Total	**$ 2.234.174,22**	**$ 450.913,36**	**$ 586.214,73**	**$ 3.271.302,31**

Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.3.1 Ventas de calzado Ortopédico en el año 2013

Dr. Pie en los últimos años ha tratado de posicionar mucho más su marca y los resultados en ventas desde el 2011 avalan esta gestión, las ventas de calzado ortopédico se mantienen con un 68% de contribución de los ingresos anuales por ventas, repiten picos altos en ventas en los meses de mayo, agosto – septiembre y diciembre, a partir de mayo las ventas se mantuvieron en un promedio superior a los 180 mil dólares hasta diciembre, fecha en que prácticamente se duplicó este promedio, como ya acostumbra la empresa.

Cuadro 48 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie
Año 2013
Valores en Miles de USD

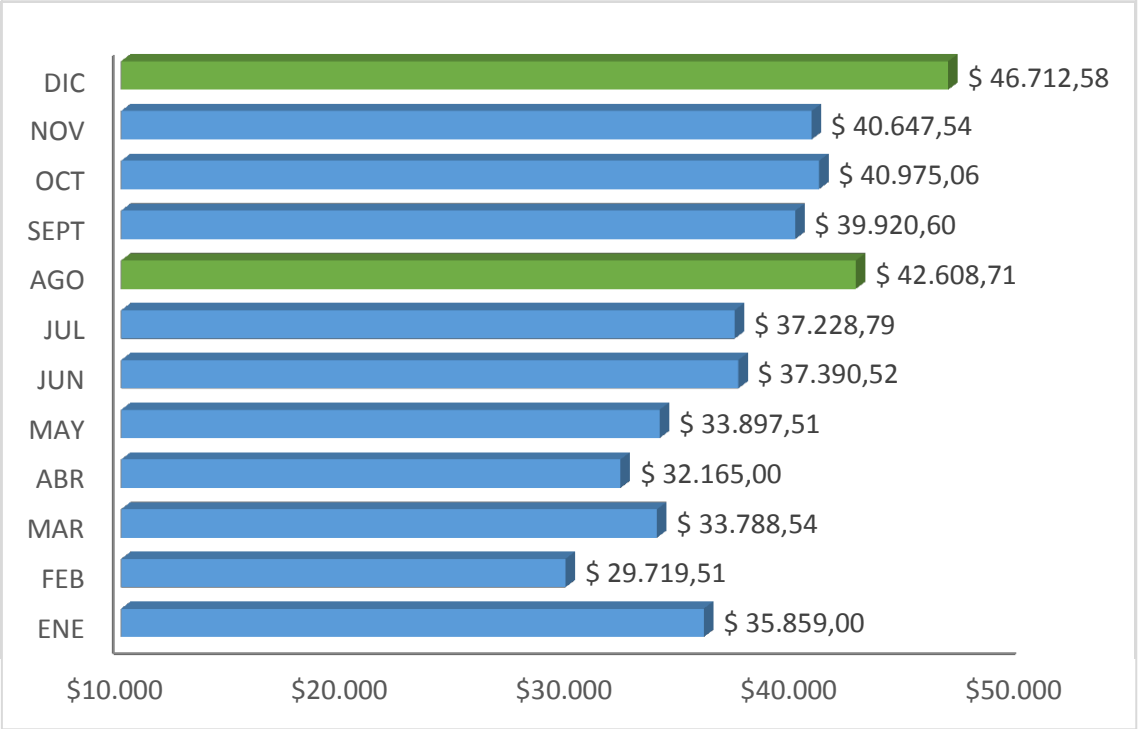


Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.3.2 Ventas de otros productos complementarios en el año 2013

El servicio de podología que brinda Dr. Pie durante el 2013 presentó un comportamiento inusual, las ventas de este servicio no se movieron de acuerdo a las temporadas altas o bajas que acostumbra la empresa para esta línea de venta, durante el primer semestre del año las ventas no respondían a las expectativas de la empresa, sin embargo para el segundo semestre se implementaron promociones que mejoraron los ingresos promedios mensuales de 33 mil a 41 mil dólares por este servicio aproximadamente.

Cuadro 49 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie
Año 2013
Valores en Miles de USD

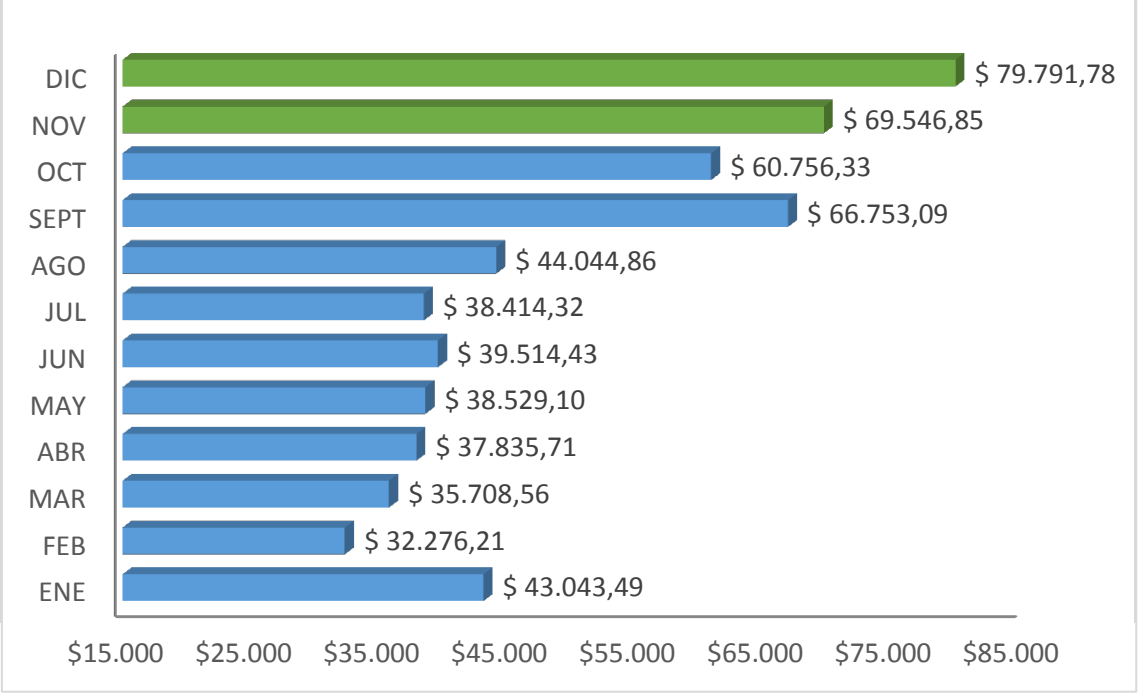


Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

La venta de productos complementarios para el cuidado del pie durante el 2013, presentaron un comportamiento también inusual con relación a los meses pico del año anterior, sus ventas se mantuvieron dentro del promedio durante los dos primeros tercios del año, sin embargo en el último tercio del año sus ventas promedio se incrementaron en alrededor del 68%, a partir de Septiembre en adelante las ventas mantuvieron un promedio de 69 mil dólares

por mes, aumentando los ingresos totales por la venta de accesorios en más de 100 mil dólares con respecto al año 2012, lo cual obedeció a una nueva línea de plantillas estabilizadoras a las que se les dio mucha difusión.

Cuadro 50 Ventas de accesorios de Dr. Pie
Año 2013
Valores en Miles de USD



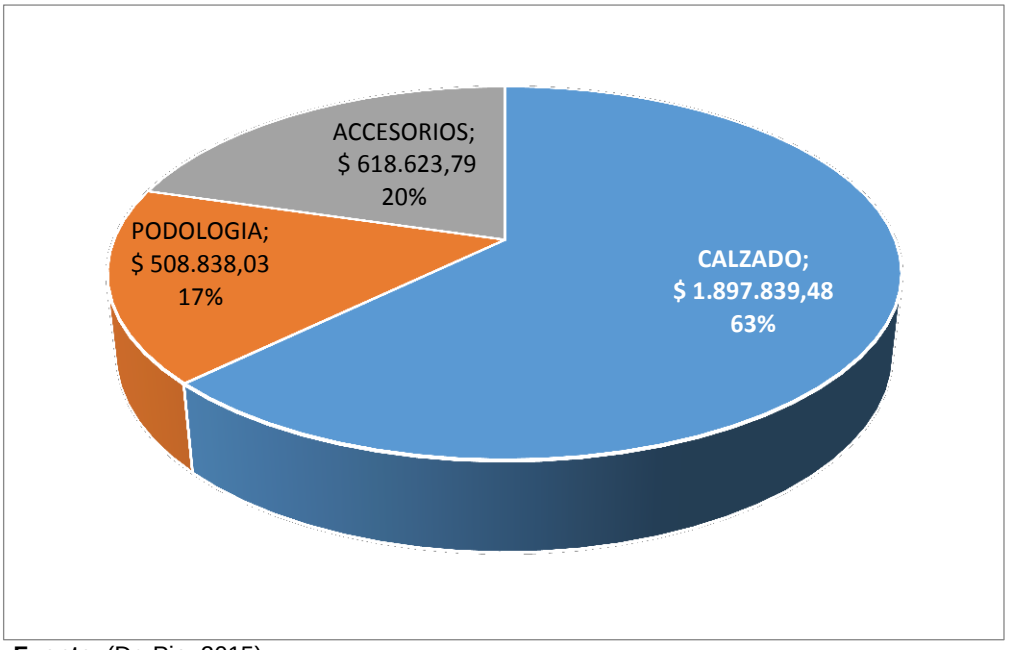
Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.4 Ventas de DR. PIE en el año 2014

En el año 2014 Dr. Pie disminuyó sus ventas promedio mensuales, las cuales hasta el 2013 se mantenían por encima de los 270 mil dólares, en el 2014 bajaron a 250 mil dólares promedio y aunque hubo un gran repunte en el mes de mayo (fecha comercial muy importante para la empresa), en adelante las ventas comenzaron a disminuir y mantenerse por debajo de las expectativas, las mismas que apuntaban a mejorar el ingreso por las ventas del año anterior, solamente se pudo recuperar como ya es normal en el mes de diciembre en que las ventas se incrementan, pero a pesar de aquello, éstas no superaron los ingresos obtenidos en el mes de mayo del mismo año, que siempre es la segunda más alta.

La venta de calzado ortopédico alcanzó USD 1.897.839,48 lo cual contribuyó en un 63% del total de ingresos por ventas de Dr. Pie, mientras que el servicio de podología y la venta de accesorios contribuyeron con 17% y 20% de los ingresos brutos respectivamente.

Cuadro 51 Porcentaje de Ventas totales de Dr. Pie
Año 2014



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

El 2014 se cerró con una venta total de USD 3.025.301,20; **7,52%** menos que en el 2013.

La razón principal, fue que en los últimos meses la empresa se vio limitada en sus importaciones, (debido a las restricciones aplicadas por el gobierno) y no consiguió renovar sus líneas de calzado con la misma frecuencia que acostumbran, lo cual impidió abastecer sus locales con mercadería nueva.

Cuadro 52 Ventas por segmento de Dr. Pie
Año 2014
Valores en Miles y Millones de USD

	LÍNEAS			
MESES	CALZADO	PODOLOGIA	ACCESORIOS	TOTAL
ENE	$ 132.870,26	$ 43.046,73	$ 52.976,49	$ 228.893,48
FEB	$ 120.866,50	$ 34.720,60	$ 36.701,67	$ 192.288,77
MAR	$ 138.302,59	$ 43.179,56	$ 57.815,10	$ 239.297,25
ABR	$ 147.047,08	$ 41.461,03	$ 59.354,27	$ 247.862,38
MAY	$ 221.174,90	$ 42.941,54	$ 69.765,88	$ 333.882,32
JUN	$ 162.170,52	$ 41.462,05	$ 51.220,60	$ 254.853,17
JUL	$ 154.737,77	$ 45.425,52	$ 50.762,69	$ 250.925,98
AGO	$ 156.239,83	$ 44.902,03	$ 58.782,74	$ 259.924,60
SEPT	$ 135.425,87	$ 36.595,63	$ 46.963,15	$ 218.984,65
OCT	$ 150.393,71	$ 45.287,83	$ 43.786,28	$ 239.467,82
NOV	$ 150.032,08	$ 40.429,55	$ 43.715,07	$ 234.176,70
DIC	$ 228.578,37	$ 49.385,96	$ 46.779,85	$ 324.744,18
TOTAL	$ 1.897.839,48	$ 508.838,03	$ 618.623,79	$ 3.025.301,30

Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

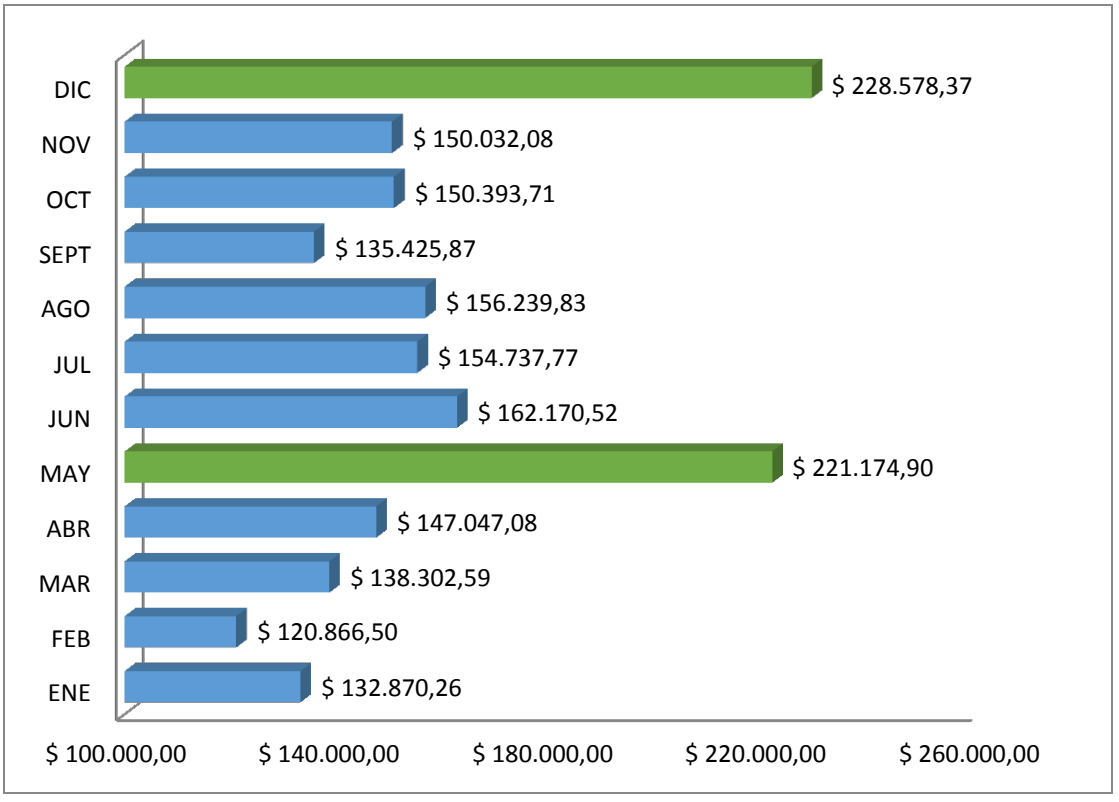
4.4.1 Ventas de calzado Ortopédico en el año 2014.

Las ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie, disminuyeron en aproximadamente 400 mil dólares, su contribución en los ingresos totales de la empresa bajó del 68% al 63%, una contribución incluso menor a la del 2011 (66%) que era la más baja de los últimos años analizados.

Se puede decir que se pudo rescatar algo de las ventas acostumbradas en dos meses, los cuales corresponden a temporadas altas de ventas, mayo y diciembre.

El total de ventas por calzado ortopédico alcanzó USD 1.897.839,48; por debajo de lo esperado (por encima de las ventas totales del año 2013).

Cuadro 53 Ventas de calzado ortopédico de Dr. Pie
Año 2014
Valores en Miles de USD



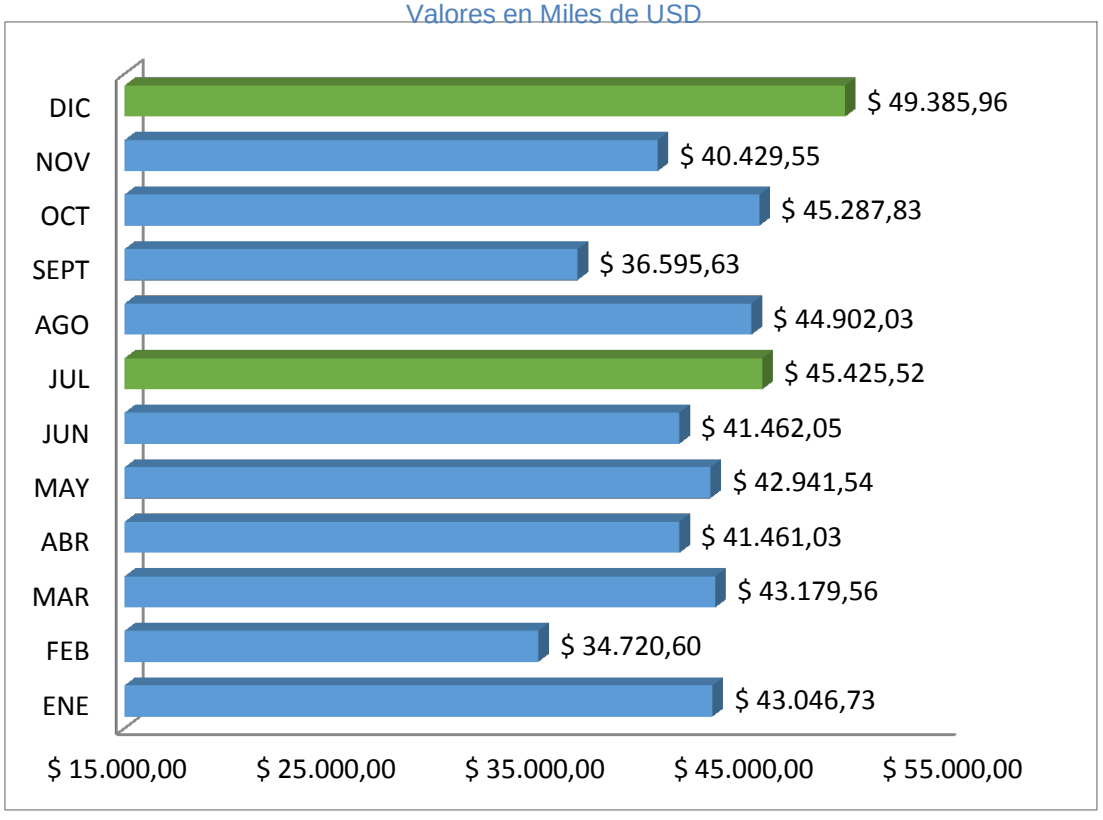
Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.4.2 Ventas de otros productos complementarios en el año 2014.

Ante la baja en las ventas de calzado por falta de mercadería se aplicaron estrategias de venta para aumentar el ingreso por podología.

El servicio de podología que brinda Dr. Pie durante el 2014 presentó una mejoría en las ventas, este servicio, naturalmente no se ve afectado por las restricciones a las importaciones de calzado y se mantuvo en un promedio superior a los 40 mil por mes incrementando su ingreso total en el año en 58 mil dólares aproximadamente frente al año anterior.

Cuadro 54 Ventas de servicios de Podología de Dr. Pie
Año 2014
Valores en Miles de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

La venta de productos complementarios para el cuidado del pie durante el 2014, presentaron un clara disminución después del mes de mayo (temporada alta), la venta de esta línea de productos se vio afectada por las restricciones a las importaciones, lo cual también afectó a varios productos de la categoría

accesorios (a excepción del mes de agosto también considerada temporada alta), debido a que partes de los productos de esta categoría también entraban dentro de los afectados por las restricciones por salvaguardias y normas INEN.

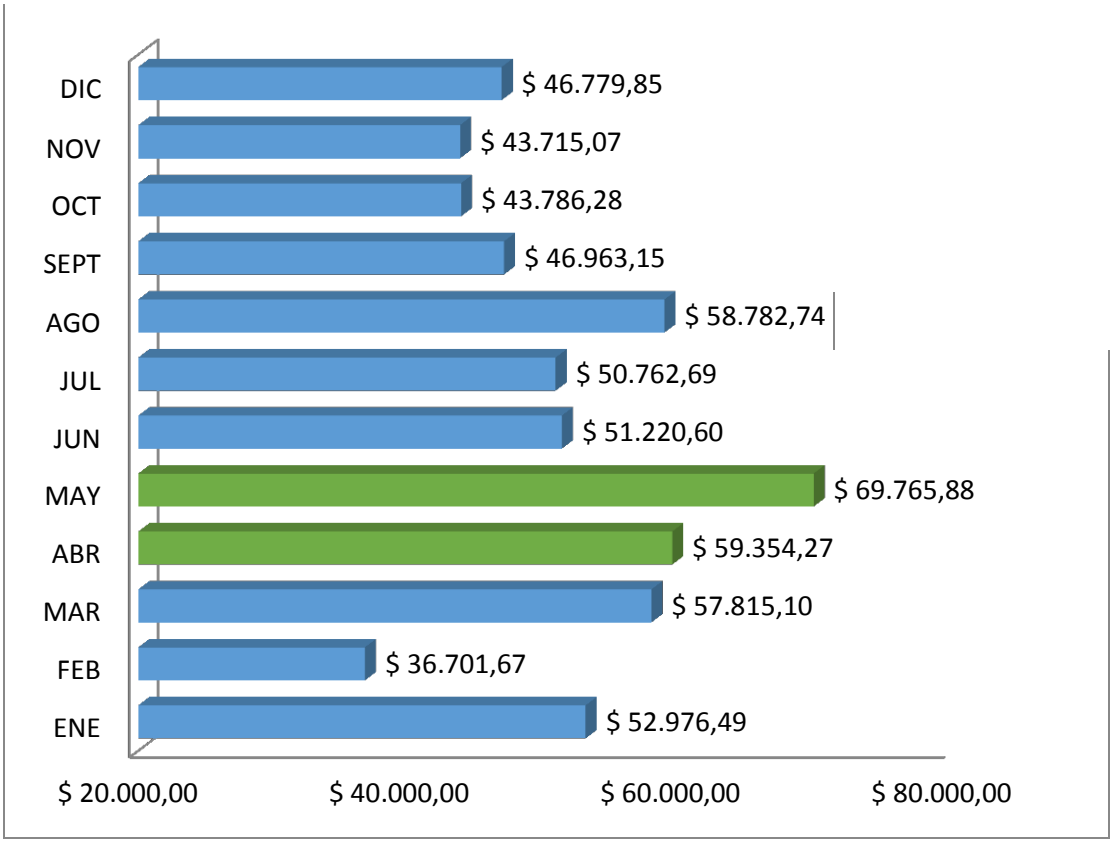
Varios de los embarques en los cuales venían estos productos fueron retenidos o devueltos debido a que en el transcurso del viaje se implementaban nuevas medidas que afectaban el ingreso de los mismos, lo cual también ocurrió con la categoría de calzados.

Las ventas fueron disminuyendo a partir del segundo semestre y no se pudieron recuperar ni en diciembre, que es un mes de aumento en ventas de todos los productos de la empresa. Esto obedeció a que el stock de productos era demasiado bajo, no se contaban con las tallas ni marcas más vendidas. Recién en la tercera semana de diciembre la empresa logró terminar de manera exitosa el proceso de importación de calzado y accesorios varios, de esta manera logró abastecer a sus locales para aprovechar en algo el poco tiempo que restaba para cerrar el año.

A pesar de que no se cumplieron las expectativas en ventas en la línea de accesorios, aumentó el ingreso por este producto aunque no en los aproximadamente 100 mil dólares del año anterior, sino en aproximadamente 32 mil dólares.

Su contribución al total de las ventas de la empresa ascendió al 20% con ventas totales de USD 618.623,69; este aumento en la participación de debe a la baja en las ventas de calzado ortopédico.

Cuadro 55 Ventas de accesorios de Dr. Pie
Año 2014
Valores en Miles de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

4.5 Comparativo de ventas de “DR. PIE”, periodo 2011- 2014 y tendencia de crecimiento para el año 2015

Los años 2012 y 2013 para Dr. Pie, fueron de gran avance para la empresa de este estudio, desde el 2009 toda la industria del calzado se venía recuperando gracias a las salvaguardas impuestas por el gobierno y a pesar de que cada par de zapatos importado era gravado con 10 dólares los directivos de la empresa supieron manejar adecuadamente esta medida, siendo el único ofertante de verdadero calzado ortopédico en el país.

Uno de los objetivos naturales de cualquier empresa en cuanto a sus ventas, siempre es superar a las de años anteriores, y este objetivo se cumplió durante los años 2012 y 2013, experimentando incrementos de 30.51% y 16.84%, respectivamente, mientras que en el año 2014 presentaron resultados negativos, obteniendo un decrecimiento de 15.05% en las ventas de calzado ortopédico.

Este fue un impacto muy significativo para la empresa, sobre todo porque hasta antes de ejecutarse las restricciones a las importaciones de calzado, Dr. Pie durante el primer semestre del 2014 estaba superado el promedio de ventas de calzado ortopédico de los tres años anteriores y las proyecciones de ventas totales a fin del año apuntaban a que fácilmente iban a superar las del 2013, aportando la venta de calzado ortopédico en un porcentaje bastante considerable a este objetivo, sin embargo después de ejecutadas las restricciones para importar, los ingresos por ventas de esta línea no alcanzaron las del 2013 por USD 336,334.74 (Ver columna 2013 y 2014 del Cuadro 56 Comparativo de ventas de Dr. Pie periodo 2011 – 2014). La causa fundamental fue que al ya no poder importar en los volúmenes acostumbrados, no se pudo surtir los locales de manera adecuada y literalmente no tuvieron zapatos para satisfacer la demanda.

Como medida paliativa se adquirió más zapato de confort fabricado en el país, y a pesar que son muy confortables y buenos en calidad de materiales y

acabado no son ortopédicos, y se los vende con esta aclaración al cliente, es una línea alternativa que ha empezado a manejar la empresa desde el 2014 para no perder a sus clientes habituales y también impulsando un buen producto nacional, aunque no tenga todas las características del calzado que diferencia a Dr. Pie de otras empresas.

Cuadro 56 Comparativo de ventas de Dr. Pie
Periodo 2011- 2014
Valores en USD

VENTAS	2011	2012	▲ ▼ 2012	2013	▲ ▼ 2013	2014	▲ ▼ 2014
CALZADO	1,465,151.20	1,912,109.34	30.51%	2,234,174.22	16.84%	1,897,839.48	-15.05%
PODOLOGIA	337,936.10	398,199.12	17.83%	450,913.36	13.24%	508,838.03	12.85%
ACCESORIOS	423,735.79	495,330.78	14.46%	586,214.73	18.35%	618,623.69	5.53%
TOTAL	2,235,823.09	2,805,639.24	25.49%	3,271,302.31	16.60%	3,025,301.20	-7.52%

Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

La restricción para importar en los volúmenes acostumbrados y el aumento en los tiempos para completar un proceso de importación debido a la implementación de más aranceles, salvaguardias, presentación de certificados, cumplimiento de nuevas normas y demoras en los tiempos de respuesta de las autoridades relacionadas, convirtieron esto en un proceso que tomaba antes 2.5 meses a otro que podía durar alrededor de 6 meses. Esto obligó a Dr. Pie a concentrarse un poco más en sus otras líneas de negocio, dado que comenzaron a resentir las consecuencias de la medida gubernamental, la empresa se enfocó y llevó todos sus esfuerzos a impulsar el servicio de podología, lo cual le permitió recuperar una parte de los ingresos que ya no percibía por la venta de calzado ortopédico, la línea de negocio más fuerte de esta empresa.

La venta de accesorios fue la otra línea de productos de Dr. Pie que se vio afectada por las restricciones a las importaciones, ya que parte de estos productos también estaban incluidos dentro de las categorías afectadas por las restricciones, adicionalmente que también los proveedores de accesorios y productos para el cuidado del pie, para la empresa son básicamente los

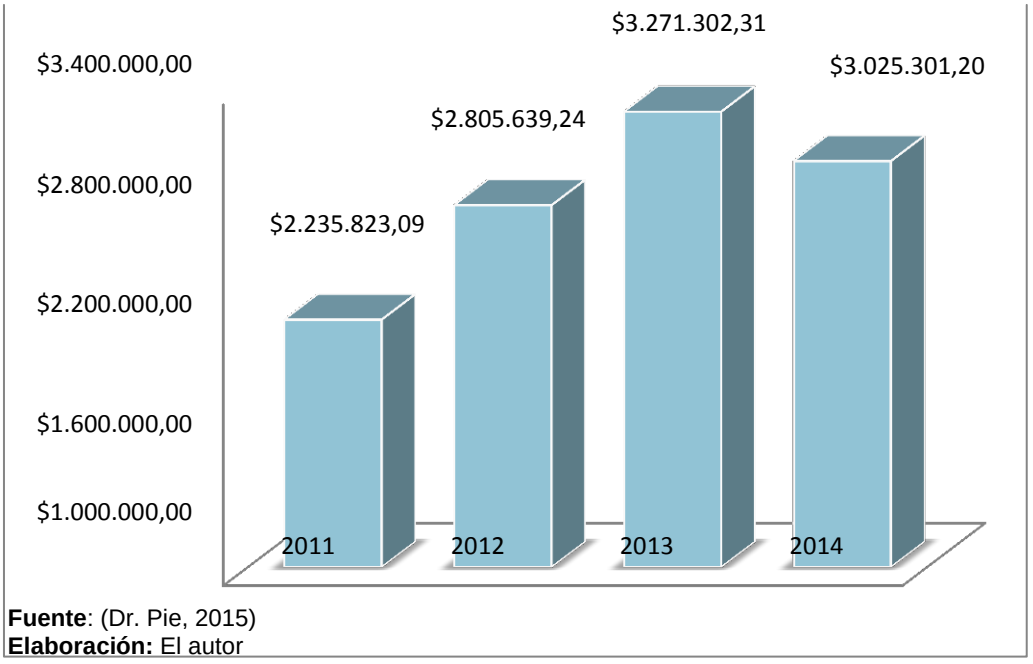
mismos y los proveedores de este tipo de calzado se encuentran mayoritariamente en Alemania y otros países europeos (principales países proveedor es de la empresa). El ritmo de trabajo con estos proveedores tiene una particularidad muy especial ya que los pedidos se hacen con mucha anticipación, prácticamente un año y, ante los cambios a los cuales se tuvo que ajustar la empresa ya no pudo importar todo lo que tenía planeado, tuvieron que modificar los pedidos, afectando la cantidad y variedad de accesorios y productos complementarios para el cuidado del pie que tenían previstos importar.

Este impacto resalta fácilmente al ver el crecimiento en ventas que tuvo la empresa en el 2014, en esta línea de productos, el cual sólo alcanzó el 5.53%, cuando en los años 2012 y 2013 había sido del 14.46% y 18.53% respectivamente (Ver columna 2013 y 2014 del Cuadro 56 Comparativo de ventas de Dr. Pie periodo 2011 – 2014).

Mientras las ventas de calzado ortopédico, accesorios y productos complementarios disminuyeron gracias a las restricciones para importar, las ventas por el servicio de podología en el 2014 no sufrieron alteraciones tan significativas, hubo crecimiento del 12.85% en las ventas, USD 57,924.67, más que en el año anterior, ya que todos los esfuerzos de publicidad fueron enfocados a este servicio para lograr apalear el efecto negativo que estaba sufriendo la empresa sobre sus ventas totales.

Afortunadamente para la empresa el servicio de podología no depende directamente de las importaciones que hace la empresa, aunque generalmente este servicio se ofrece y promociona entre los clientes como complementario al uso de calzado ortopédico.

Cuadro 57 Evolución de ventas anuales de Dr. Pie
Período 2011 a 2014
Valores en Millones de USD



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

El resultado obtenido en ventas totales en el año 2014 fue de USD 3'025,301.20, lo cual muestra un decrecimiento preocupante para la empresa ya que en los últimos años había experimentado un crecimiento sostenido con una tasa de dos dígitos. Según estos datos se puede determinar que la empresa vendió USD 246,001.11 menos que en el 2013, lo cual equivale un decrecimiento del **-7.52%.**

En el año 2014 Dr. Pie, en parte pudo rescatar la caída de sus ventas totales, las cuales se concentran en su línea de calzado ortopédico, reforzando las líneas complementarias, promocionando más los servicios de podología y la venta de plantillas y productos cosméticos para el cuidado de los pies.

A falta de un total surtido de calzado ortopédico en sus perchas, Dr. Pie la cubrió parcialmente con calzado confortable de fabricación nacional, el cual es de muy buena calidad, en acabado, estilo y materiales usados, pero como mencionamos anteriormente, su elaboración no contempla criterios de

fabricación ortopédicos o materiales de ese tipo, simplemente es calzado confortable.

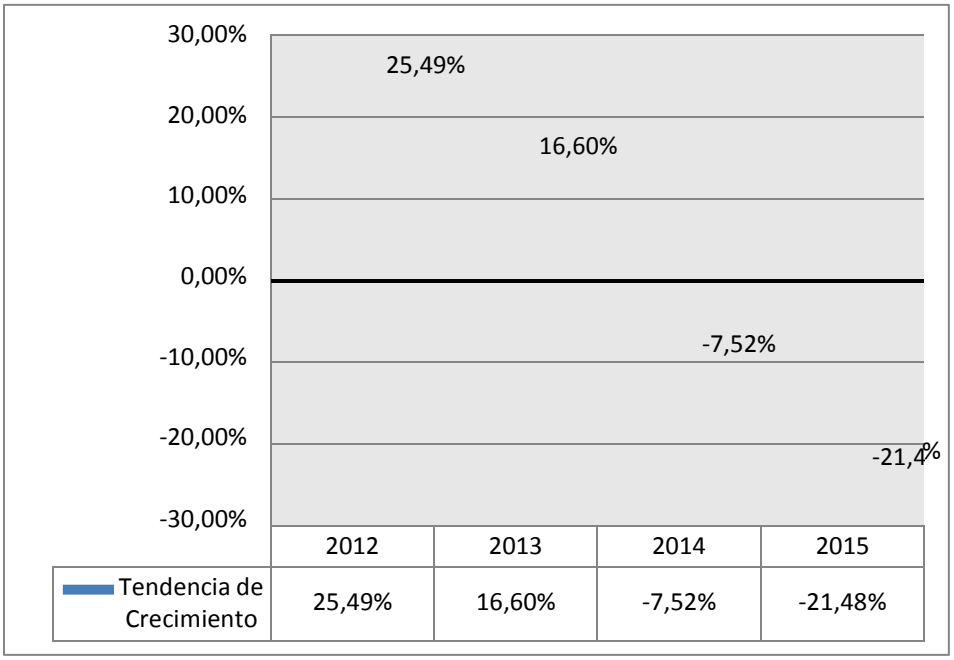
Al empezar a vender calzados que no son totalmente compatibles con las características del producto por el cual fue creada la empresa, esta pierde identidad.

Las expectativas para el 2015 de la empresa en cuanto a ventas, apuntan a mantener niveles de ventas iguales a los conseguidos en el 2012, siempre y cuando puedan cumplir con la cuota de importación y obtengan el éxito esperado impulsando la marca a través de medios de comunicación y redes sociales.

4.5.1 Tendencia de crecimiento para el 2015

En base al análisis realizado durante el desarrollo de este trabajo, brevemente se presenta a continuación, un gráfico donde se aprecian las tasas de crecimiento que ha presentado Dr. Pie y su proyección para el año 2015, de esta manera se podrá observar rápidamente cuál es el pronóstico para la empresa objeto de este estudio.

Cuadro 58: Tasa de crecimiento de crecimiento para Dr. Pie
Años 2012 a 2015



Fuente: (Dr. Pie, 2015)
Elaboración: El autor

De acuerdo a los datos que hemos recabado y analizado en este trabajo hemos podido realizar el pronóstico de crecimiento para Dr. Pie en el año 2015, podemos observar que la expectativa, manteniendo las condiciones económicas, muestran una tendencia para el 2015 de un decrecimiento en sus ventas del 21.48%. Bajo este pronóstico la empresa Dr. Pie debe prepararse revisando sus estrategias para enfrentar esta situación y lograr apalear el decrecimiento que se está proyectando en este estudio.

CONCLUSIONES

El criterio para plantear la hipótesis de que el crecimiento de Dr. Pie se desaceleró debido a la aplicación de restricciones a las importaciones y que esto influyó de manera negativa en la oferta de calzado ortopédico y la calidad de este producto, fue la aplicación del Gobierno Nacional en el año 2013 del informe técnico del INEN DRE-001-2013 el cual solicitó la inclusión de varias sub-partidas arancelarias como bienes sujetos al certificado de reconocimiento INEN 1. Esta medida para Dr. Pie representó un gran retraso de la importación de estos productos lo cual dio como resultado el desabastecimiento de su principal producto y basados en el estudio que hemos realizado, se acepta la hipótesis planteada en el presente escrito por varias razones que ya se han mencionado.

Desde el año 2013, Dr. Pie, incluso antes de entrar en vigencia la inclusión de sub-partidas arancelarias y del certificado de reconocimiento INEN 1 (19/09/2013), había emprendido la búsqueda de fabricantes nacionales que puedan suplir alguna de las líneas de calzado ortopédico que ofrece a su clientela, pero hasta ahora solamente encontró a dos empresas en la ciudad de Ambato que cumplían mínimamente los estándares de calidad y con capacidad instalada suficiente, aunque solamente para fabricar un tipo de calzado ortopédico (para enfermos de diabetes) y uno de confort, que simplemente es un calzado cómodo (no es ortopédico), pero a pesar de aquello no llenaron las expectativas de la empresa, sus tiempos de producción son demasiado extensos, se esperaba que su curva de aprendizaje mejore y pudieran proveer a la empresa en sus requerimientos futuros, sin embargo no ha sucedido, Dr. Pie continua enviando invitaciones a fabricantes nacionales, los visita en sus localidades, envía muestras de calzado proponiéndoles aumentar esta línea en sus procesos productivos, pero hasta ahora no lo ha conseguido.

La inclusión en sus líneas de productos de Dr. Pie de calzado que no es ortopédico, le traerán como consecuencia una pérdida de identidad de la marca.

Los fabricantes de calzado nacional no incursionan en la fabricación de calzado ortopédico debido a que suponen que la demanda por este producto es muy baja debido a:

- **Poca información a los usuarios** sobre el beneficio de su uso
- **Altos precios** (los zapatos ortopédicos de menor precio pueden llegar a costar hasta 8 veces lo que cualquier zapato normal)
- **Pocos puntos de venta** (las perchas están llenas de zapatos normales nacionales e importados)
- **Existencia de productos sustitutos** que no son ortopédicos y de mucho menor precio.
- **Implica mucha inversión**.

La inversión adicional es tal vez la principal razón para que los fabricantes de calzado nacional no incursionen en la fabricación de calzado ortopédico, debido a lo que esto les representaría, en una industria que compite la mayor parte del tiempo en desventaja, por la cantidad de calzado importado que existe en el país, sobre todo de calzado colombiano y peruano que se vende a precios menores a los USD 10.00, o como le ocurrió en la década pasada en la que compitió con calzado importado usado que se vendía en centavos.

La inversión en una línea de calzado ortopédico a cualquier fabricante le supondría disponer de nueva maquinaria y personal en áreas ajenas a las de producción, como por ejemplo:

Profesionales en diseño.- Diseño de un calzado ortopédico adecuado a los materiales especiales (ergonómicos[21]) que lo compondrían.

Profesionales en podología.- que ayuden en el diseño de los nuevos modelos de calzado, para que cumplan con la principal característica del producto, ser ortopédico y de alta calidad.

[21] Ergonómico, E**rgonomía,** disciplina que se encarga del diseño de lugares de trabajo, herramientas, componentes, que coincidan con las características fisiológicas, anatómicas, de quien las vaya a utilizar.

Inversión en maquinaria.- algunos modelos de calzado ortopédico son necesariamente ensamblados de manera especial, sin costuras o pegamentos (al calor, como un neumático).

Marketing y ventas, importación o compras.- entre los departamentos más esenciales, ya que tendrán que publicitar sus productos para conseguir más clientes mayoristas para este producto y deberán además tener personal que se encargue de la compra de la materia prima, ya sea nacional o importarla, ya que muchos materiales son fabricados con características especiales (lavables, antideslizantes extraíbles, plantillas estabilizadoras, plantillas suaves hechas de álamo, entre otras) y no se consiguen en el país.

En el mejor de los casos si un fabricante decidiera fabricar calzado ortopédico, sin contratar nuevo personal especializado, deberá importar la gran mayoría de sus componentes a Europa, prácticamente a los mismos fabricantes de calzado de este tipo, ya que esta variedad de materia prima es el producto de las innovaciones por muchos años de investigación que hacen los fabricantes de calzado ortopédico.

Ante la prácticamente inexistencia de proveedores locales de calzado ortopédico, Dr. Pie debió incurrir en costos superiores de inventario al tener que mantener siempre un stock de productos ortopédicos por encima del necesario, para suplir cualquier contingencia como la que le representó una restricción en sus importaciones en el 2014, año en que quedó desabastecido de su producto principal todo el segundo semestre y que le representó un decrecimiento en ventas de **–7.52%, (**USD 246,001.11 menos que en el 2013**)** .

RECOMENDACIONES

Dr. Pie, deberá seguir en la búsqueda de fabricantes nacionales de calzado ortopédico que le puedan suplir en cualquier momento y ante cualquier contingencia, de calzado ortopédico sea cual fuere el modelo.

Deberá analizar si es conveniente realizar alianzas estratégicas con fabricantes nacionales para invertir en maquinaria, infraestructura y personal para producir calzado que reúnan las características de un calzado ortopédico, aunque solamente se trate de la fabricación de algunos modelos (para diabéticos), debido a que si sigue introduciendo zapatos no ortopédicos (zapatos de confort) en sus líneas de productos perderá aquello que lo distingue de otras empresas, desgastando su marca y perderá identidad; experimentando la misma experiencia negativa que viven los fabricantes de pantalones jeans en la ciudad de Pelileo, que introdujeron pantalones chinos en sus productos y su prestigio como fabricantes se ha venido perdiendo por la baja calidad de esos productos, con las implicaciones que esto conlleva para sus economías.

La difusión de la marca y la característica de sus productos, mediante la participación en ferias de calzado nacional y extranjero sobre todo en la ciudad en donde se concentran los mayores fabricantes nacionales, puede contribuir a que haya más interesados en incursionar en la fabricación de este tipo de calzado, ofreciendo demostraciones del producto y capacitación con instructores (extranjeros) en cuanto a criterios básicos de la fabricación de un zapato ortopédico y charlas de podología.

Es importante que se mantenga el impulso continuo y la difusión de las otras líneas de productos de la empresa, que en conjunto le representan a la empresa más del 32% de sus ingresos anuales, suponen una alternativa muy importante para mantener los niveles de ingresos, ante cualquier otra medida en la industria que tome el gobierno y que afecte la importación de calzado ortopédico, como ya le sucedió.

COMENTARIO FINAL

Dr. Pie es una empresa que se dedica a la venta calzado ortopédico importado y complementa sus actividades con otras dos líneas de productos, pero depende mucho de la importación de su principal producto para seguir operando, lo cual la vuelve vulnerable ante los cambios en las condiciones para importar, y estos cambios son muy continuos, por lo tanto se deben tomar las recomendaciones anotadas y mantener su incursión en otros mercados como ya lo está haciendo en la actualidad, en caso de que sea imposible encontrar fabricantes nacionales de calzado ortopédico o las operaciones en el país ya no sean rentables.

BIBLIOGRAFÍA

Definiciones ABC. (2015). Definición de Comercio Exterior. Retrieved 4 de Agosto de 2015 from Definiciones ABC: http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php

Banco Central del Ecuador. (2015). www.bce.fin.ec. From www.bce.fin.ec

Banco Central del Ecuador. (2015). www.bce.fin.ec. From www.bce.fin.ec

Ministerio Coordinador de Producción, E. y. (2015). www.produccion.gob.ec. From www.produccion.gob.ec

Cámara Nacional de Calzado, C. (2014). www.caltuecuador.com. From www.caltuecuador.com

Banco Central del Ecuador. (2015). www.bce.fin.ec. From www.bce.fin.ec

EDS Holdings Limited. (Noviembre de 2014). www.edsfootwear.com. From http://www.edsfootwear.com/publicar/fabricacion-de-zapatos-en-china-y-otros-paises/

Dr. Pie. (2015). www.doctor-pie.com. From www.doctor-pie.com

Cámara Nacional de Calzado, C. (2015). www.caltuecuador.com. From www.caltuecuador.com

COMEXI. (22 de 01 de 2009). http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/01/lista-productos-arancel-ecuador.html. Retrieved 03 de 06 de 2015 from http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/01/lista-productos-arancel-ecuador.html

Trade Nosis. (2014). From http://trade.nosis.com/es/Comex/

Sapato Site. (2015). From www.sapatosite.com.br

Diario La Hora. (2013). From www.lahora.com.ec

Diario El Universo. (2014). From www.eluniverso.com

Diario El Universo. (2015). From www.eluniverso.com

Diario El Universo. (2013). From www.eluniverso.com

Diario El Universo. (2013). From www.eluniverso.com

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). From http://www.comercioexterior.gob.ec/

Diario La Hora. (6 de junio de 2013). (D. L. Hora, Ed.) From http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101517340/-1/La_industria_del_calzado_renace_en_el_Ecuador,_tras_crisis_de_2008.html

Definiciones ABC. (2015). Definición ABC. (D. ABC, Ed.) Retrieved Junio de 2015 from www.definicionabc.com/economia/importacion.phd

Ministerio de Comercio Exterior. (2014). From www.comercioexterior.gob.ec

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). From www.comercioexterior.gob.ec

El Telégrafo. (Julio de 2014). Retrieved 2015 from www.telegrafo.com.ec

Ministerio de Comercio Exterior. (2013). From http://www.comercioexterior.gob.ec/

Registro Oficial del Ecuador. (2010). Registro Oficial N° 351. Registro Oficial.

Registro Oficial del Ecuador. (2007). Decreto Ejecutivo N° 512 . Quito: Registro Oficial del Ecuador.

Diario El Universo. (Noviembre de 2013). Retrieved Junio de 2015 from www.eluniverso.com

Gonzalez, M. (5 de Abril de 2013). Historia y Evolución del Calzado - blogspot.com. (blogspot.com, Editor) Retrieved 10 de Octubre de 2015 from http://historiadelcalzado.blogspot.com/

Diario El Universo. (09 de 08 de 2010). Diario El Universo. Retrieved 2015 from www.eluniverso.com

LegisComex. (1 de febrero de 2006). From http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/calzadochina.pdf

Calzado Ecuador. (2010). www.calzadoecuador.com. From www.calzadoecuador.com

Diario El Universo. (18 de 11 de 2013). From http://www.eluniverso.com

EHow en Español. (n.d.). Retrieved 2015 from http://www.ehowenespanol.com

Dr. Pie. (2014). Manual de Capacitación Dr. Pie. Guayaquil.

Universidad De Chile, Escuela de Medicina. (n.d.). Sitio Web de la Escuela de Medicina de la Universidad de Chile. From http://escuela.med.puc.cl/publ/OrtopediaTraumatologia

Dr. Pie. (2015). Reportes de Ventas. Guayaquil.

Dr. Pie. (2015). Informe de Gerencia. Guayaquil.