



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACION PRESENTADO PARA OPTAR POR
EL TITULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**“ANÁLISIS DEL MARCO AMBIENTAL COMPARATIVO DE LOS
PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN DE CUERO DEL ECUADOR”**

AUTORA: LESLIE CATHERINE LEÓN CAICEDO

TUTOR: CPA. JUAN PABLO BURGOS RUELA

GUAYAQUIL, MARZO 2018



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

| | | | |
|---|--|---|--------------------------------------|
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | | | |
| Análisis del marco ambiental comparativo de los productos de exportación de cuero del Ecuador | | | |
| AUTOR(ES) (apellidos/nombres): | | León Caicedo Leslie Catherine | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres): | | CPA. Juan Pablo Burgos Rúela | |
| INSTITUCIÓN: | | Universidad de Guayaquil | |
| UNIDAD/FACULTAD: | | Facultad de ciencias administrativas | |
| MAESTRÍA/ESPECIALIDAD: | | Ingeniería en comercio exterior | |
| GRADO OBTENIDO: | | Tercer nivel | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | | No. DE PÁGINAS: | 228 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | | Marcos ambientales, negociaciones, industria, artesanos, estrategias. | |
| <p>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El tema de investigación relacionado a los marcos ambientales comparativos y la relación que posee con la exportación de productos de cuero, recae el interés por los múltiples inconvenientes que suelen suscitarse en las negociaciones internacionales, además se vincula a este tema todas aquellas acciones que no se dan o no se aplica para abarcar nuevos mercados internacionales, el objetivo de la presente investigación es determinar la complejidad de los marcos ambientales comparativos describiendo su impacto en la industria del cuero y de la posible demanda que se puede acaparar tanto en el mercado nacional como internacional, se mide además el entorno cultural, económico, político, tecnológico y ambiental que se presenta en la industria y en artesanos dedicados al cuero, se expande la información en base a estrategias que logren ampliar el mercado internacional contribuyendo a las familias dedicadas a esta área. La metodología aplicada abarca un estudio deductivo referente la importancia del cuero ecuatoriano para diferentes países con cultura diferentes, además se hace un estudio exploratorio donde se analiza el nivel de vida, conocimiento, idioma, actitudes, entre otras que fomentan la demanda y oferta. Los estudios realizados ameritan que el país está limitado en el manejo de los marcos ambientales comparados consolidando estrategias relativas a la comunicación, anfitrión, tecnología, entre otros que son partes específicas de la negociación.</p> | | | |
| ADJUNTO PDF: | | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | | Teléfono: 0995283204 | E-mail: leslieleonc@gmail.com |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: | | Nombre: | |
| | | Teléfono: | |
| | | E-mail: | |

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado **CPA JUAN PABLO BURGOS RUELA, MSc**, Tutor de Trabajo de Titulación, como requisito para optar por el Título de Ingeniería en Comercio Exterior presentado por las estudiantes:

Leslie Catherine León Caicedo con C.C. 0922198148

Tema: “Análisis del marco ambiental comparativo de los productos de exportación de cuero del Ecuador”

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes la estructura metodológica del trabajo de Titulación ya que es la adecuada y cumple los requisitos que determina la investigación científica, lo cual constituye un aporte a la investigación sobre el Comercio Exterior y se encuentra acorde a los parámetros adecuados en sus conclusiones y recomendaciones; por lo tanto, se encuentra apto para la sustentación.

CPA. Juan Pablo Burgos Ruela
Registro Senescyt #1013-15-86058918
Tutor de trabajo de titulación

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Leslie Catherine León Caicedo con C.I. No. 0922198148, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Análisis del marco ambiental comparativo de los productos de exportación de cuero del Ecuador” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

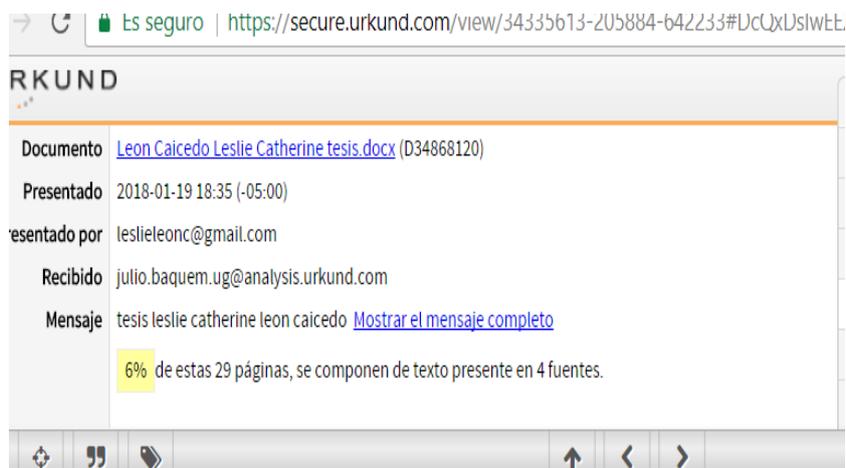
LESLIE CATHERINE LEON CAICEDO
C.I. No. 0922198148

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado CPA. JUAN PABLO BURGOS RUELA MSc., tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por: LEÓN CAICEDO LESLIE CATHERINE con C.I. 0922198148 con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Comercio Exterior.

Se informa que el proyecto: **“Análisis del marco ambiental comparativo de los productos de exportación de cuero del Ecuador”** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio PLAGIARIM quedando el **6%** de coincidencia.



CPA. JUAN PABLO BURGOS RUELA
C.I. 1203239700
DOCENTE TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este logro primero a Dios y a la Virgen, por ser parte de mi vida en todo momento y estar en todas mis acciones, a mi vida entera, y dedicación.

A mi familia madre, padre, esposo y mi hija, motivo de alcanzar esta meta, con su respaldo por siempre.

A mi Universidad por darme la oportunidad de ser mejor.

A mis amigos y compañeros de trabajo por su entereza y disponibilidad brindada en el presente trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su guía en mi vida

A mis padres, por su apoyo, comprensión y amor

A mis suegros, por su valor y honorabilidad en mí

A mi esposo, compañero de siempre, amor de vida

A mi hija, sueño, pasión, amor y mi vida entera

A la Universidad de Guayaquil, cuna del conocimiento y experiencia

“Análisis del marco ambiental comparativo de los productos de exportación de cuero del Ecuador”

Autor: Leslie Catherine León Caicedo

Tutor: CPA. Juan Pablo Burgos Ruela

RESUMEN

El tema de investigación relacionado a los marcos ambientales comparativos y la relación que posee con la exportación de productos de cuero, recae el interés por los múltiples inconvenientes que suelen suscitarse en las negociaciones internacionales, además se vincula a este tema todas aquellas acciones que no se dan o no se aplica para abarcar nuevos mercados internacionales, el objetivo de la presente investigación es determinar la complejidad de los marcos ambientales comparativos describiendo su impacto en la industria del cuero y de la posible demanda que se puede acaparar tanto en el mercado nacional como internacional, se mide además el entorno cultural, económico, político, tecnológico y ambiental que se presenta en la industria y en artesanos dedicados al cuero, se expande la información en base a estrategias que logren ampliar el mercado internacional contribuyendo a las familias dedicadas a esta área. La metodología aplicada abarca un estudio deductivo referente la importancia del cuero ecuatoriano para diferentes países con cultura diferentes, además se hace un estudio exploratorio donde se analiza el nivel de vida, conocimiento, idioma, actitudes, entre otras que fomentan la demanda y oferta. Los estudios realizados ameritan que el país está limitado en el manejo de los marcos ambientales comparados consolidando estrategias relativas a la comunicación, anfitrión, tecnología, entre otros que son partes específicas de la negociación.

Palabras Claves: Marcos Ambientales, Negociaciones, Industria, Artesanos, Estrategias.

**"THE COMPARATIVE ENVIRONMENTAL FRAMEWORKS AND THEIR RELATIONSHIP WITH
THE EXPORT OF ECUADORIAN LEATHER PRODUCTS."**

Author: Leslie Catherine León Caicedo

Advisor: CPA. Juan Pablo Burgos Ruela

ABSTRACT

The subject of research related to comparative environmental frameworks and the relationship it has with the export of leather products, is the interest in the multiple inconveniences that tend to arise in international negotiations, and all those actions that are not linked to this topic are linked to this topic. Whether or not it is applied to cover new international markets, the objective of this research is to determine the complexity of comparative environmental frameworks describing their impact on the leather industry and the possible demand that can be captured both in the national as international market, the cultural, economic, political, technological and environmental environment that is presented in the industry and artisans dedicated to leather is also measured, information is expanded based on strategies that can expand the international market, contributing to families dedicated to this area. The applied methodology includes a deductive study concerning the importance of Ecuadorian leather for different countries with different culture, in addition an exploratory study is done where the level of life, knowledge, language, attitudes, among others that promote demand and offer are analyzed. studies conducted merit that the country is limited in the management of environmental frameworks comparing consolidating strategies related to communication, host, technology, among others that are specific parts of the negotiation.

Keywords: Environmental framework, bussiness, industry, artisans, strategies.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA..... | i |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS | iii |
| CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD..... | iv |
| DEDICATORIA..... | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| RESUMEN..... | vii |
| ABSTRACT | viii |
| TABLA DE CONTENIDO | ix |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xii |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xiii |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO I..... | 3 |
| 1. PROBLEMÁTICA..... | 3 |
| 1.1. La problemática y relevancia del estudio | 3 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 3 |
| 1.2.1. Sistematización del problema | 4 |
| 1.3. Objetivos..... | 4 |
| 1.3.1. Objetivo General..... | 4 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos | 4 |
| 1.4. Justificación..... | 4 |
| 1.4.1. Justificación teórica | 4 |
| 1.4.2. Justificación metodológica | 5 |
| 1.5. Hipótesis y Variables..... | 5 |
| 1.6. Variables de la investigación..... | 5 |
| 1.6.1. Variable Independiente | 5 |
| 1.6.2. Variable Dependiente | 6 |
| 1.7. Operacionalización de las variables | 6 |
| 1.8. Aporte científico..... | 7 |
| CAPÍTULO II..... | 8 |
| 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 8 |
| 2.1. Marco teórico..... | 8 |
| 2.1.1. Entorno empresarial | 8 |
| 2.1.1.1. El cuero | 8 |

| | | |
|--------------------|--|----|
| 2.2. | Enfoques teóricos | 15 |
| 2.2.1. | Proceso de producción del cuero | 15 |
| 2.2.2. | Tipos de procedimientos para la elaboración del cuero..... | 17 |
| 2.3. | Marco referencial..... | 27 |
| 2.3.1. | La industria del cuero | 27 |
| 2.3.2. | Industrias de cuero en el Ecuador | 28 |
| 2.3.2.1 | Cartera de cuero | 29 |
| 2.3.2.2 | Ropa de cuero | 31 |
| 2.3.2.3 | Calzado de Cuero..... | 33 |
| 2.3.3. | Marco ambiental comparativo | 35 |
| 2.3.3.1. | Conciencia cultural | 35 |
| 2.3.3.2. | Como se cambian y forma la cultura | 36 |
| 2.3.3.3 | Fuente del cambio | 36 |
| 2.3.3.4 | El idioma como parte la cultura | 37 |
| 2.3.3.5 | El inglés, aceptación mundial | 38 |
| 2.3.3.6 | Prácticas del comportamiento que afectan a los negocios..... | 39 |
| 2.3.3.7 | Comunicaciones..... | 42 |
| 2.3.3.8 | Lenguaje no verbal..... | 43 |
| 2.3.3.9 | Sociedad anfitriona | 45 |
| 2.3.3.10 | Choque cultural | 46 |
| 2.3.4. | Venta de cueros Ecuatorianos..... | 47 |
| 2.3.5. | Exportaciones de cuero | 48 |
| 2.3.5.1 | Estrategias de las industrias de cuero para su comercialización..... | 51 |
| 2.3.5.2 | Producto | 51 |
| 2.3.5.3 | Precio | 52 |
| 2.3.5.4 | Causas de la problemática..... | 54 |
| 2.4. | Marco conceptual | 57 |
| 2.5. | Marco legal..... | 61 |
| CAPÍTULO III | | 63 |
| 3. | METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS..... | 63 |
| 3.1. | Estudio del caso..... | 63 |
| 3.1.1. | Tipos de investigación | 66 |
| 3.1.2. | Métodos de la investigación | 67 |
| 3.1.3. | Análisis cuantitativo y cualitativo de resultados..... | 69 |
| 3.2. | Análisis de resultados | 71 |
| 3.2.1. | Encuestas | 71 |
| 3.3. | Entrevista..... | 81 |

| | | |
|-----------------------|---|-----|
| 3.4. | Conclusiones de los resultados Obtenidos..... | 83 |
| 3.5. | Análisis FODA | 84 |
| 3.6. | PEST de los marcos ambientales..... | 86 |
| CAPÍTULO IV | | 91 |
| 4. | PROPUESTA | 91 |
| 4.1. | Tema | 91 |
| 4.2. | Justificación | 91 |
| 4.3. | Objetivos del plan de acción..... | 92 |
| 4.3.1. | Objetivo general..... | 92 |
| 4.3.2. | Objetivos específicos | 93 |
| 4.4. | Estrategias del plan de acción..... | 93 |
| 4.4.1. | Estrategia Aplicación de la conciencia cultural en la industria de cuero..... | 93 |
| 4.4.2. | Estrategia de aplicación de un idioma único en la industria de cuero. | 93 |
| 4.4.3. | Estrategia de confianza y orientación hacia el futuro en la industria de cuero. | 94 |
| 4.4.4. | Estrategia de comunicación en los negocios internacionales. | 95 |
| 4.5. | Actividades a desarrollar | 96 |
| 4.6. | Análisis financiero | 100 |
| 4.7. | Medición y seguimiento | 101 |
| CONCLUSIONES..... | | 102 |
| RECOMENDACIONES | | 104 |
| BIBLIOGRAFÍA | | 105 |
| APENDICE | | 110 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalización de las variables..... | 6 |
| Tabla 2 Procedencia de la piel y características | 9 |
| Tabla 3 Listado de maquinarias usadas en el proceso de elaboración de calzado | 18 |
| Tabla 4 Gastos internos por la exportación..... | 50 |
| Tabla 5 Precios unitarios del calzado de cuero..... | 52 |
| Tabla 6 Detalle de la mano de obra y gastos de fabricación..... | 54 |
| Tabla 7 Edades de los encuestados | 71 |
| Tabla 8 Género de los encuestados | 72 |
| Tabla 9 Compra de artículos de cuero | 73 |
| Tabla 10 Preferencia de cuero en prendas..... | 74 |
| Tabla 11 Prefiere que los zapatos sean de cuero 100% | 75 |
| Tabla 12 Frecuencia al adquirir productos de cuero | 76 |
| Tabla 13 Identifica los productos de cuero | 77 |
| Tabla 14 Usted considera que el Ecuador posee variedades de productos a base de cuero | 78 |
| Tabla 15 Lugar donde adquirir los productos de cuero | 79 |
| Tabla 16 Considera que el cuero tiene calidad y es duradero..... | 80 |
| Tabla 17 Análisis del marco ambiental comparativo..... | 90 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Variedades de calzado hecho en cuero 100% cuero | 8 |
| Figura 2 Cuero bovino | 10 |
| Figura 3 Cuero de cabra..... | 11 |
| Figura 4 Cuero equino | 12 |
| Figura 5 Cuero ovino..... | 13 |
| Figura 6 Cuero de becerro | 14 |
| Figura 7 Cuero de cerdo | 14 |
| Figura 8 Clientes masculinos buscan calzado de cuero..... | 16 |
| Figura 9 Calzado de calidad y producto terminado 100% ecuatoriano..... | 17 |
| Figura 10 Proceso inicial de elaboración de calzado..... | 20 |
| Figura 11 Materiales de cuero para la producción de calzado | 20 |
| Figura 12 Manufacturación del calzado | 21 |
| Figura 13 Producción artesanal de calzado | 21 |
| Figura 14 Sellado de calzado..... | 22 |
| Figura 15 Preparación de cortes | 22 |
| Figura 16 Armado del calzado | 23 |
| Figura 17 Pulida final | 23 |
| Figura 18 Engome del calzado | 24 |
| Figura 19 Limpieza y engome de la suela del calzado | 24 |
| Figura 20 Pegada del calzado | 25 |
| Figura 21 Prensada del calzado | 25 |
| Figura 22 Reparación detallada de calzado | 26 |
| Figura 23 Empaque final del calzado para la venta..... | 26 |
| Figura 24 Producto terminado | 26 |
| Figura 25 Diversidad de carteras de cuero | 31 |
| Figura 26 Diversidad de ropa de cuero..... | 32 |
| Figura 27 Análisis del PIB, y contribución a la economía del sector cuero, productos del cuero y calzado | 47 |
| Figura 28 Estrategias de industria | 51 |
| Figura 29 Partes del zapato..... | 51 |

| | |
|--|----|
| Figura 30 Índice de la participación del cuero y el calzado | 53 |
| Figura 31 Caso de la influencia externa en las negociaciones | 65 |
| Figura 32 Cálculo para la muestra | 70 |
| Figura 33 Edades de los encuestados | 71 |
| Figura 34 Género de los encuestados | 72 |
| Figura 35 Compra de artículos de cuero..... | 73 |
| Figura 36 Preferencia de cuero en prendas..... | 74 |
| Figura 37 Prefiere que los zapatos sean de cuero 100%..... | 75 |
| Figura 38 Frecuencia al adquirir productos de cuero | 76 |
| Figura 39 Identifica los productos de cuero | 77 |
| Figura 40 Considera que el Ecuador posee variedades de productos a base de cuero ... | 78 |
| Figura 41 Lugar donde adquirir los productos de cuero..... | 79 |
| Figura 42 Considera que el cuero tiene calidad y es duradero | 80 |
| Figura 43 Entrevista a Exportador de Cuero | 81 |

INTRODUCCIÓN

El tema de “Análisis del marco ambiental comparativo de los productos de exportación de cuero del Ecuador” tiene relación con la forma como se establece el desenvolvimiento de las entidades de comercio del país origen para con el país destino de la importación o exportación, donde la forma como se pronuncia la cultura es un tema que retribuye en la negociación, esto se refiere a un aporte directo de la industria de cuero existente en el país y cuáles deberían de ser los parámetros a considerar al momento de entablar una negociación.

El estudio es relevante por las acciones a realizarse, esto implica un análisis directo de cómo es la tendencia cultural en el país destino, para sí poder entablar un idioma enriquecedor que permita un justo equilibrio de las relaciones para aspirar un dialogo mi profundo en lo que se refiere a negociaciones y convenios futuros a realizarse.

El objeto de estudio trata de combinar las emociones descrita en una cultura local y cuáles serían las alternativa de ingresar a un mercado internacional que se conozcan cuáles son las tendencias en el dialogo en la seriedad de la negociación e incluso en la descripción de valores diferentes entre las partes. La normativa ambiental importa porque son los lineamientos necesario y exigible por parte de los importadores e incluso la comunicación refleja el principal eje de fortaleza para cualquier convenio o negociación.

En el capítulo uno se realiza una estudio sistemático de la problemática del porque no se aplican los marco ambientales comparativo antes y después de realizar un

convenio o negociación, se viabiliza su interés y se plantea los objetivos de la investigación, además la hipótesis y cuáles serían las variables intervinientes.

En el segundo capítulo se hace un estudio teórico referente al tema de los marcos comparativos ambientales, se ubican determinados ejemplos en una marco contextual de lo que al uso y transformación del cuero se refiere y se dan las principales definiciones provenientes de las variables planteadas, además se determina un marco legal referente a las normativas internacionales.

En el tercer capítulo se realiza un estudio metodológico de las principales técnicas de investigación utilizadas, además se establece si el mercado de cuero de la ciudad conoce del interés de los marcos ambientales comparativos y la tendencia de crecimiento de la industria del cuero en el ámbito internacional.

En el cuarto capítulo se realiza la propuesta que tiene que ver con los Fundamentos planteados y las diversas estrategias a utilizarse como la conciencia cultural en la industria de cuero, la aplicación de un idioma único, confianza y orientación hacia el futuro, y comunicación en los negocios internacionales.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMÁTICA

1.1. La problemática y relevancia del estudio

El actual contexto económico, social y político del país se encuentra promoviendo el desarrollo sostenible y sustentable de las industrias básicas, a través de implementación de políticas, planes, programas y proyectos que permitan la articulación del sector primario con el sector transformador nacional y el fomento del desarrollo endógeno del país.

En el Ecuador, las industrias del sector de cuero aun laboran con técnicas artesanales, pero debido a las implementaciones de nuevas tecnologías y al desarrollo del sector industrial. “Los cambios de las sociedades no industrializadas determina que un vasto sector de la población se encuentre al margen del sector "moderno o formal" de la economía”. (Pazmiño, 2017)

En el margen de la economía, en lo que respecta a la sustitución de los componentes primarios y mejora de la productividad del calzado de cuero, sin embargo aparecen los Productos sustitutos en el mercado, que desplaza al cuero real, por su parecido y grosor. Iniciativas que nacen de la creación de empresas.

1.2. Formulación del problema

¿Existen factores dentro del marco ambiental comparativo que impiden el desarrollo de las exportaciones de productos de cuero ecuatoriano?

1.2.1. Sistematización del problema

¿Cuáles son las preferencias del consumidor de productos de cuero?

¿Cuáles son los factores que promueven la producción de productos de cuero?

¿Cuáles son los factores socios económicos y culturales que mantiene las promociones de productos de cuero?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar estrategias de desarrollo de las exportaciones de productos de cuero ecuatoriano en base al marco ambiental comparativo

1.3.2. Objetivos Específicos

- Examinar las principales características del sector de los productos de cuero en el Ecuador.
- Identificar los componentes del marco ambiental comparativo en la producción de bienes manufacturados de cuero.
- Proponer estrategias de mejoras para la comercialización de productos de cuero en base marco ambiental comparativo.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

Se puede indicar que en el Ecuador la elaboración del cuero en estándares de calidad para lograr una productividad en la implementación de tecnologías, sustituyendo componentes que cumplan al sector productivo del Ecuador. Se mejora la producción del cuero y sus elaborados, con la extracción y manufactura de la materia prima, mediante actividades agrupadas en el marco ambiental comparado de una organización; tomando en consideración los componentes primarios importados.

1.4.2. Justificación metodológica

El análisis se enfocará específicamente a una investigación de carácter exploratorio al momento de visitar distintas entidades dedicadas al uso, manejo y transformación del cuero, además de aplicar un método descriptivo que permitirá el realizar una investigación de campo a través de la observación y encuestas a personas relacionadas en la industria artesanal del cuero y sus derivados. Las encuestas y entrevistas que se realizan, permitiría conocer el interés de usar cuero y la oportunidad de nuevas opciones de trabajo artesanal

1.5. Hipótesis y Variables

La aplicación de un plan de acción en la comercialización en base al marco ambiental comparativo permitirá el desarrollo de las exportaciones en el sector de productos de cuero en el Ecuador

1.6. Variables de la investigación

1.6.1. Variable Independiente

Ambiental

Cultural

Consumo

Productos

1.6.2. Variable Dependiente

Plan de acción a través del marco ambiental comparativo.

1.7. Operacionalización de las variables

Tabla 1 Operacionalización de las variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|---|--|---|---|
| Variable Dependiente | | | |
| Plan de acción a través del marco ambiental comparativo. | Son instrumentos orientados a la ordenación y manejo de forma directa a través de la formulación y seguimiento de planes de acción de corto plazo. | Lineamientos orientados a la gestión ambiental. Recuperación y conservación de los recursos naturales. | Componentes. |
| | | Sostenibilidad en el desarrollo cotidiano. | Funciones. |
| | | | Desarrollo. |
| Variable Independiente | | | |
| Ambiental | Es una de las estrategias de gestión productiva para así incrementar la eficiencia y productividad. | Procedimientos operacionales de fácil e inmediata ejecución. | Ahorro en materias primas. |
| Cultural | Son una de las prácticas que sitúa la producción cultural y social. | Contribuir al campo de la producción cultural en el contexto regional. | Intervención en sus distintos campos de acción. |
| Consumo | Consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente. | Reducción de la utilización de los recursos. | Cooperación para el desarrollo. |

| | | | |
|------------------|--|--|---|
| Productos | Conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. | Actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. | Transformar elementos, sistemas o procesos. |
|------------------|--|--|---|

Elaborado por: Leslie León

1.8. Aporte científico

La Producción de escala en el cuero en países desarrollados que ingresan al país hacen que los costos sean mínimos, y que no hay competencia directa, dejando a un lado la mano de obra ecuatoriana y ocasionando el desmoronamiento de la economía artesanal en el sector manufacturero. El aporte científico abarca el conocer cuáles son las tendencias de interés en la cultura para la expansión de la industria de cuero a diferentes mercados, es decir el saber de su cultura, idioma, tradiciones para que con el estudio de la cultura de dichos países proceder a dar un ámbito real al cuero.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Marco teórico

2.1.1. Entorno empresarial

2.1.1.1. El cuero

Los cueros, parte de subproductos de mataderos, proceden de animales fallecidos por muerte natural, cazados o atrapados en ceptos. (Dean B. Baker, 2009)



Figura 1 Variedades de calzado hecho en cuero 100% cuero
Fuente: Calzado Estrada, 2017

La industria de cuero en el Ecuador está en crecimiento, debido a la nueva visión sobre los productos nacionales, donde se debe ofrecer una buena calidad al mercado interno e internacional. La industria fabrica cuero tecnificado, generando trabajos e impulsando el manejo del marco ambiental en la cultura en las exportaciones. “La Piel cubre la carne de animales, después del curtido y preparado siendo su transformación de uso industrial”. (Aviles, 1914)

Tipos de Cuero

Tabla 2 Procedencia de la piel y características

| Procedencia de la piel y características | | |
|---|--|---------------|
| Tipo de piel | Características | Grosor |
| Bovino | Fibroso y elástico | 3,0 – 4,0 |
| Cabras | Pieles muy finas, mejor calidad, fibroso, compacta | 1,0 – 1,5 |
| Equinos | Piel es gruesa, resistente | 1.0-5,0 |
| Ovinos | Fina, extensible, flexible, pigmentación es oscura | 1,0-1,5 |
| Becerro | Fina, sedosa | 0,5 - 1,5 |
| Cerdos | Poroso, fuerte y suave | 0,5 - 1,5 |

Elaborado por: Leslie León

Fuente: Investigación de campo

“Estas propiedades hacen que, hoy en día, 1.5 mil millones de metros cuadrados sean transformados en calzado, tapicería, vestimenta, marroquinería y que 500.000 toneladas, en suela y cueros técnicos”. (Forcillo, 2015)

Cuero Bovino

El cuero del bovino, ayuda a facilitar cada una de las obtenciones de este tipo de calidad, dado que el cuero se ayuda a caracterizar cada una de las utilidades tanto como la parte flor, como la parte de carnes, siendo sus dos caras las que brindan la calidad requerida, dado que el cuero es muy suave y de tacto sedoso, moldeable, elegante y cómodo, el cual no es alérgico y muy adaptable.

La industria del cuero de bovino es una industria que está pasando una crisis social y económica crítica, en la actualidad se reemplaza al cuero por productos sintéticos de similar forma y a bajo costo según criterios mencionados por algunos productores de cuero. (ANCE, 2012)



Figura 2 Cuero bovino
Fuente: Investigación de campo

Este tipo de cuero es la cual se emplea para ser una amplia gama de productos, en donde las variedades de las pieles y sistemas de los procesados para poder así producir los cueros suaves como telas o duros como suelas de zapato. Las pieles de bovino, la principal materia prima de la producción de cuero, pueden ser ligeras y flexibles o duras y resistentes.

Cuero de cabra

Las prendas de pieles de cabras suelen resultar ligeras y esponjosas, la cuales son de cuero resistentes, utilizando así la fabricación de zapatos y bolsos, en donde su cuero es uno de los mejores pergaminos y encuadernación, dado que se muestran las mismas características que el de la gamuza.



Figura 3 Cuero de cabra
Fuente: Investigación de campo

Es una piel de gran calidad y su estructura es muy compacta, también tiene mucha flexibilidad y se utiliza en la industria de pieles finas y en la confección de productos de alto precio, hay dos tipos de piel de cabra: tafilete (posee un grano fino) y dórgola (el grano es más grueso y es más brillante). (Torres M. , Conoce los distintos tipos de piel para el calzado, 2017)

Cuero Equino

Dado a su espesor y a la resistencia estos resultan ser más industrializados, dado que a menor cantidad de pieles vacunas, no se logran desempeñar un papel mucho más importante dentro de la industria curtidora, dado que sus volúmenes nunca llegan a ser interesantes.



Figura 4 Cuero equino
Fuente: Investigación de campo

La sección delantera tiene una piel relativamente liviana y pese al crecimiento bastante espeso de pelo, la textura de esta zona es semejante a la de algunos tipos de pieles de caprinos la parte superior de los cuartos traseros, la piel es mucho más gruesa y muestra una red que es una estructura muy compacta de fibra. (EcuRed, 2013)

Cuero Ovino

Este es un tipo de piel de cubierta vegetal, la cual se conoce como badana, en donde se adecua el potro o la vaca para que los y trabajos en el taller, no obstante, no es fácil grabarla o repujarla, donde se trata de una piel elástica, fina, suave y con poco brillo.

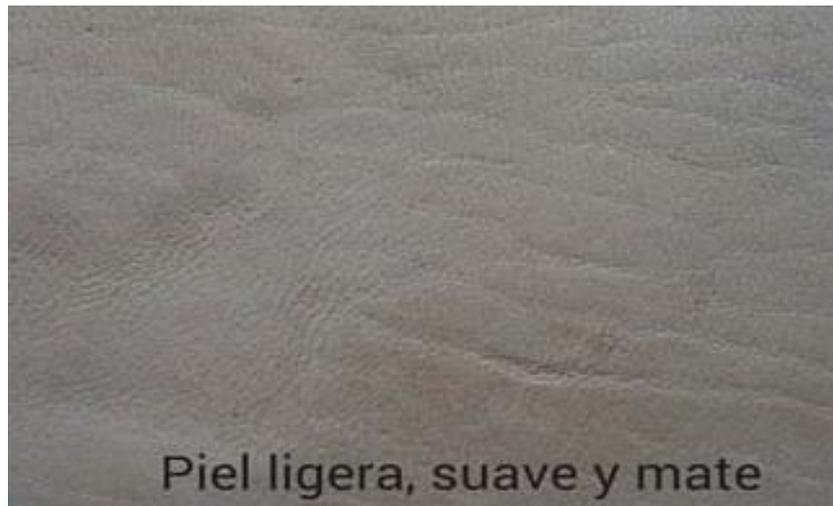


Figura 5 Cuero ovino

Fuente: Investigación de campo

A diferencia de lo que sucede con el ganado bovino, la mayoría de las razas ovinas se procrean principalmente por su lana o para la obtención de carne como de lana, siendo las menos las razas exclusivamente para carne. Las pieles ovinas de más calidad las proporcionan aquellas razas cuya lana es de escaso valor. Los animales jóvenes son los que surten a la industria de las mejores pieles, de los animales viejos solamente se obtienen cueros de regular calidad. El destino de estas pieles, cuyo volumen de faena las hace muy interesantes, es generalmente la fabricación de guantes, zapatos, bolsos, etc. (Lacerca, 2011).

Cuero Becerro

El pelo del becerro es más fino y los folículos capilares están mucho más juntos entre sí que en el caso de la vaca, por lo que su piel es muy fina y casi lisa si la comparamos con la de los cueros vacunos, se caracteriza entonces por su textura suave y delicada, como aterciopelada, a pesar de todo, sigue siendo muy resistente.

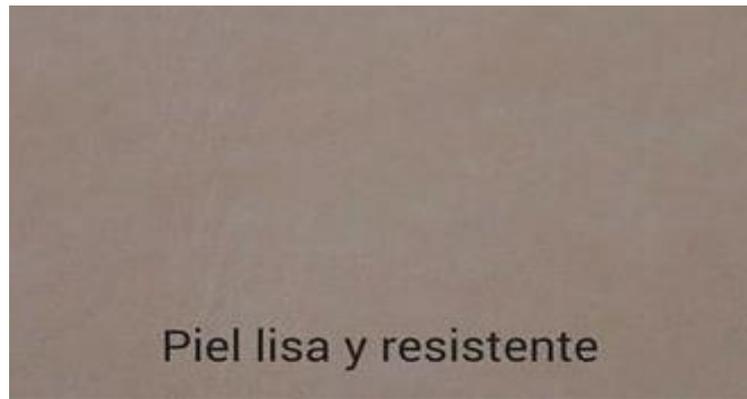


Figura 6 Cuero de becerro

Fuente: Investigación de campo

Los productos de la piel de becerro son conocidos por su textura escarpada casi aterciopelada y su alta durabilidad incluso en condiciones muy duras, aunque no es tan aislante o resistente a la intemperie como la piel de cordero, la de becerro es más resistente a la abrasión (Malandra, 2013).

Cuero de Cerdo

La piel de cerdo es muy fuerte y resistente, la cual lo hace duradera, dado que su aspecto es moteado por los agujeros en los que dejan los pelos que se presentan en grupos de 3 y son muy rígidos.



Figura 7 Cuero de cerdo

Fuente: Investigación de campo

En las materias primas se debe destacar que la piel de cerdo es suministrada por proveedores confiables, se encuentre en estado de congelación, sus características organolépticas son aceptables; poco contenido de grasa, de piel blanca no amarillenta ni negra, sin pelo en la piel. Los insumos se encuentran con fechas de vencimiento vigente, sin índices de humedad y sellados herméticamente (Hassan & Moreno, 2017).

2.2. Enfoques teóricos

2.2.1. Proceso de producción del cuero

El cuero en el calzado parte indumentaria que sirve como protección para los pies, para sus actividades diarias.

Desde el 2009, cuando el Gobierno Nacional empezó con el trabajo de impulsar la producción ecuatoriana, a través de la colocación de salvaguardias arancelarias a las importaciones, el crecimiento del sector calzadista ha tenido un significativo crecimiento (Diario La Hora , 2012).

Según (Cdei, 2012) Son medidas extraordinarias que se imponen en forma de restricciones a la importación sin que se alegue una práctica comercial desleal, que sólo pueden adoptarse en situaciones de urgencia. “El calzado masculino, junto al femenino, puede llegar a convertirse en la obsesión de personas a las que sobre todo les gusta cuidar los detalles a la hora de elaborar su propio estilismo” (Becé, 2012).

“El proceso de elaboración de los calzados de cuero es bastante complejo y delicado y la preparación que se le da a la piel sigue basándose en la experiencia de tiempos antiguos, tanto en los pequeños talleres de calzados de cuero artesanales como en las grandes fábricas” (Mejía Leonel, 2011).



Figura 8 Clientes masculinos buscan calzado de cuero
Fuente: Industria del cuero (2017)

Debido a la extensión de las barreras arancelarias que benefician a la industria artesanal, como se aprecia en los meses de enero y febrero se vende mucho más sandalias y el calzado de cuero.

“El cuero que se usa en el calzado está disponible en tipos diferentes que en general conforman la estructura superior del zapato y la suela inferior. El cuero liso tiene una superficie suave; se fabrica con piel animal con pequeños poros” (Ideboen Alyssa, 2013).

Se establece un negocio con venta promedio de aproximadamente 100 docenas de zapatos mensuales; es decir 1200 al año, de esta manera podemos conocer el costo unitario de producción. “Las pieles y el cuero fabricados a partir de pellejos curtidos de animales se utilizan desde hace miles de años para confeccionar prendas de vestir. La industria de la piel y el cuero sigue siendo importante en la actualidad” (Osinsky Debra, 2009). El artesano crea su molde y siempre es diferente, es por ello la gran aceptación de los productos artesanales ecuatorianos en países como Italia, España y Estado Unidos, en donde la garantía es que es hecho a mano.

“Uno de los sectores en el cual el Ministerio de Industrias y Productividad está trabajando, es el eje del cuero y calzado en la zona tres. Señaló que dicho trabajo lo están realizando con varias asociaciones nacionales y regionales y que la intención es identificar los grupos y la capacidad de producción relacionados al cuero” (Salguero Stalin, 2014).



Figura 9 Calzado de calidad y producto terminado 100% ecuatoriano
Fuente: Industria del cuero (2017)

La transformación del cuero representa un interés continuo el conocer que parte del amoldarlo y darle mayor resistencia, esto conlleva a relacionar los derivados del cuero ecuatoriano y compararlos con el que se comercializa en otros países.

2.2.2. Tipos de procedimientos para la elaboración del cuero

Existen varios mercados populares en la actualidad en donde las ventas informales se hacen sentir sin nada que lo impida, para lo cual la competencia desleal es definida como contrabando, corrupción y fabricación informal, dado esto se estipula que no existe respeto por la propiedad intelectual de cada subfacturación, exoneración de cada

impuesto y remates aduaneros, dado que los ingresos a precios d saldos son manifestadas como ingresos de calzado a precios marginales y dumping de origen chino y panameño.

Tabla 3 Listado de maquinarias usadas en el proceso de elaboración de calzado

| Cantidad | TIPO | MARCA | ORIGEN | MODELO |
|----------|--------------------|-----------|----------|-----------|
| 2 | M. Aparar recta | Brothers | Italiana | Km- 813 |
| 2 | M. Aparar de poste | Siruba | Koreana | Th- 3245 |
| 1 | Destalladora | Jomax | Koreana | PWTV'5 |
| 1 | Pulidora | Motor WEG | Ecuador | M80893 |
| 1 | Compresor | Punka. | España | M.929-512 |
| 1 | Troquel hidráulico | Ivomax | Japón | PS- 22 |
| 1 | Selladora | FAC | Italiana | |
| 1 | Horno | Ferra | España | |

Fuentes: (Ecofinanzas, 2014)

El proceso para fabricar calzado no ha variado significativamente a lo largo del tiempo, la elaboración se realiza con máquinas mecánicas y se trata de un proceso artesanal con participación muy reducida de maquinaria ya que la elaboración del producto se realiza básicamente a mano con técnicas rudimentarias. (Romagnoli, 2007)

Para la elaboración de cuero se obtiene varias pieles de animales que es de un material que es tratado de conseguir entre diversidades de colores en donde es mucho más resistente a los valores más altos que el cuero sintético, así también como es un material muy utilizado en las fabricaciones de calzado y así se pueda conseguir en grandes variedades de colores y texturas.

El 50% de las fábricas de calzado tienen una producción bajo pedido, esto debido a que son únicamente productores y para evitar pérdidas producen únicamente lo que van a vender, mientras que el otro 50% lo hacen de manera continua, ya que cuentan con almacenes donde venden sus productos de manera ininterrumpida (Guaraca, 2015).

Todos y cada uno de los calzados de cuero están siendo diseños y elaborados pero más aún convertidos en los productos terminados, en donde se registran inventarios iniciales y finales, teniendo como cuentas auxiliares cada proceso con los que se cuenta la fábrica taller, debitando cuando estos ingresen materiales de mano de obra y costos indirectos de los diferentes procesos de producción, cuando los productos se encuentran completamente terminados.

Proceso de producción:

Para poder escribir mucho mejor los procesos de elaboración de calzado de cuero estos se lograran definir por diversas etapas como los son:

Corte: Consiste en retirar el cuero llevándolo a la sección de cortes, que es efectuados a mano, con la chaveta bien afilada, se coloca encima del molde, luego es clasificado con base a las tallas formando los pares.



Figura 10 Proceso inicial de elaboración de calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)



Figura 11 Materiales de cuero para la producción de calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Destallada: Muchas veces la realización de cortes se procede a destallar, es decir, pulir e, cuero para poder así decir el pasar de los filos de las piezas, así como el talón, las taloneras, las lengüetas y demás accesorios, teniendo la única finalidad de brindar una excelente presentación del producto.



Figura 12 Manufacturación del calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Aparado: Se realizan los cortes para así pegar diferentes piezas de acuerdo a los modelos para así proceder a coserlos, dichas secciones también resultan ser colocadas con los diversos adornos como los ojales, hebilla y demás, así como se proceden a cortar los hilos y forros sobrantes.



Figura 13 Producción artesanal de calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Sellada: Una vez aparado se procederá a estampar cada uno de los logos y los tipos de marca de las placas diferentes a los modelos.



Figura 14 Sellado de calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Preparación de cortes: Estos ayudan adherir cada talonera, así como las punteras, empastes con blancola y así brindarle resistencia en las formas de corte.



Figura 15 Preparación de cortes
Fuente: Industria del cuero (2017)

Armado: Una vez que se ha obtenido las formas de los modelos, para así proceder a ponerlo en la horma del calzado, utilizando así herramientas como pinza, cortafrío y clavos, dejándolo todo listo para el comienzo y proceso de pulida.



Figura 16 Armado del calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Pulida: Se arman los cortes de las hormas, para así poder trasladada como máquinas pulidoras donde se aíslan cada uno de los filos y así dejarlo al cuero de forma natural, eliminando así los residuos que ocasionan este tipo de proceso.



Figura 17 Pulida final
Fuente: Industria del cuero (2017)

Engomar: Serán pulidos para así proceder a poner una capa mucho más fina de la goma blanca esperando así los veinte minutos para el secado.



Figura 18 Engome del calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Limpieza y engomada de suela: Este depende del tipo de suela (Espanso o TR) del cual se trabaje y así mismo se proceda a limpiar con un líquido activador dejando así lista la suela para poder engomar.



Figura 19 Limpieza y engome de la suela del calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Pegada: Se une el corte con la suela, dentro de un horno en tres minutos, permitiendo que las piezas se adhieran.



Figura 20 Pegada del calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Prensada: Este se lo realiza una vez terminada el proceso de ensamblaje del calzado, en donde se procederá hacer llevado el zapato aun con la hora y así ser llegado hacer prensada.



Figura 21 Prensada del calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)

Arreglada.: Se coloca cada uno de la quema de los hilos en donde se etiqueta y se enumera con cartón gris, para así finalmente enfundarla para ser llevado el producto terminado en la bodega.



Figura 22 Reparación detallada de calzado
Fuente: Industria del cuero (2017)



Figura 23 Empaque final del calzado para la venta
Fuente: Industria del cuero (2017)



Figura 24 Producto terminado
Fuente: Industria del cuero (2017)

2.3. Marco referencial

2.3.1. La industria del cuero

La historia, en los países desarrollados, en los productos importados sujetos a diversos acuerdos; son susceptibles a liberación de impuestos e incentivos, sin generar desequilibrios en lo económico conservando el impacto social. La industria del cuero por su capacidad de generar empleo, es proveedora de múltiples artículos de consumo que satisfacen necesidades básicas de ciudadanos (Noyola Francisco, 2010).

El análisis se centrará en la industria y artesanía del cuero, para determinar si las medidas coyunturales adoptadas por este régimen han cumplido los objetivos referentes:

- Mejoramiento de la competitividad,
- Incremento de las ventas y producción interna, y,
- Equilibrar la balanza de pago nacional, fomentando las exportaciones.

La industria del cuero tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización, en el Ecuador existe producción de calzado para montaña, exclusivo de cuero e industria, la industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados (PRO ECUADOR, 2013).

El cuero es uno de los pocos materiales que se han ido evolucionando con la humanidad con el pasar de los años, tanto por su versatilidad, así como su duración y la belleza, alrededor del mundo se analiza mucho la compra en los mercados, dado que se debe poner en diferencia entre el mercado actual y el potencial, puesto que, el mercado actual es el que en un momento precios del tiempo demanda cierta cantidad de

productos, así como en el mercado potencial sea el máximo número de los consumidores al que se puede destinar la oferta comercial y que la disponibilidad para que todas y cada una de las organizaciones sean determinados, hay que tener en cuenta que los clientes potenciales son estimulados de forma correcta llegando a demandar a los productos ofertados. La piel como en la suela, eran fabricados con cuero de res, el cual era cocido a mano, pegado o clavado, y las máquinas que se utilizaban eran sólo para darle un acabado final a la piel (Vásquez, 2011).

El calzado de cuero es muy común y conocido como zapato, el cual es un accesorio de vestir cuya función principal está en proveer entre las protecciones al pie, así también como la comodidad que tiene al realizar cada una de las actividades, al igual que las prendas de vestir el calzado es diseñado para diversos fines estéticos, donde a través de la cultura y el tiempo ha estado diseñado enormemente como una de las apariencias estrictas en donde están ligadas en cada uno de los cumplimientos de sus funciones y luego con diseños impuestos por la moda.

2.3.2. Industrias de cuero en el Ecuador

La industria del cuero en el Ecuador es uno de los sectores más importantes en la economía, dado que la línea de manufacturación representa un aproximado de 14.78% de la contratación de la mano de obra nacional, donde la producción nacional de calzado es de 28 millones de pares, donde suelen estar comercializados en valores alrededor de 18 dólares cada uno, de un total de la producción es del 50% destinando así al mercado interno en tanto sea el 50% restante de lo cual se exporta.

La empresa debe proporcionar productos de calidad que traten de tener una relación importante con los costos de producción y el precio de venta, además de las exigencias que actualmente se están poniendo como requisitos para vender como es el caso de las Certificaciones ISO 9001-2000, todo este ambiente competitivo nos exige realizar este trabajo (Torres M. A., 2011).

Es de suma importancia identificar cada una de las dificultades que se desaceleran con el crecimiento, donde se limita que el acceso a líneas de crédito por parte de las entidades de sistemas financieros, por otra parte el cierre de emisión de cartas de crédito internacional para la importación de maquinarias, insumos y materia prima, la poca variedad de productos por restricción arancelaria, o la creencia del consumidor nacional que la salvaguardas vuelven a nuestra industria ineficiente, son solo algunos de los argumentos que no permite un crecimiento sostenido del sector.

El sector del cuero hoy en día se ve protegido por cada uno de los aranceles y salvaguardas, como medida de protección, también disminuyó la importación de productos finales que se derivan del cuero como el calzado, correas, carteras, de lo cual se llevó al incremento de plazas de trabajo (Canelos, 2011).

2.3.2.1 Cartera de cuero

La mayoría de mujeres en la actualidad usan y requieren de carteras con utilitarios, los cuales permitan guardar sus accesorios personales con seguridad, en vista de esta necesidad, se han procedido a producir prototipos de cartera tejida, con cuero e

impermeable, del cual se ayude precautelar el caso de derrame de algún tipo de líquido hacia el interior e a cartera.

Dentro de las principales debilidades están la capacitación del personal, el mejor activo que poseemos como empresa será el proceso de elaboración de los zapatos y carteras tejidas, por ese motivo al capacitar a nuestro personal tendremos un peligro de futura fuga de información, que puede ser acogida por nuestros competidores (Rodrigo & Daniel, 2011).

Es por ello que las carteras han sido utilizadas como generaciones como medios de transporte de accesorios en donde se ha tenido varios cambios a medida de que las civilizaciones se modernizan, en los actuales momentos existe variedades de modelos, colores y formas sobre tributos que reflejen los gustos de los clientes y la oportunidad de brindar así el producto de los diversos y novedosos en la actualidad como aceptación esencial en la que se recuerda una gran cantidad de mujeres adolescentes que transportan sus accesorios y útiles, proporcionándoles mayor comodidad y facilidad en la seguridad de su medio.

Los compartimientos dependerán de la utilización que se le va a dar y al mercado al cual va a ser comercializado, en el caso de las carteras para universitarias, tendrán adiciones necesarias para el transporte de su material de estudio y sus accesorios de uso personal, las carteras para mujeres que laboran en empresas, se crearán modelos para la ocasión y contendrán las

comparticiones que les permita llevar sus accesorios necesarios para su normal labor (Mercado, 2012).



Figura 25 Diversidad de carteras de cuero
Fuente: Industria del cuero (2017)

En el Ecuador, esta industria se encuentra en desarrollo, y para ello se busca cubrir las necesidades del mercado con las billeteras de piel de salmón, como un producto innovador, para exportación, teniendo en cuenta que este producto por materia prima no posee competidor directo, pero como sustitutos, se encuentran las billeteras de cuero, cuerina, jean y otras telas textiles, tanto en el mercado nacional e internacional.

2.3.2.2 Ropa de cuero

Dentro del sector textil de las confecciones se ha ido canalizando la tecnología de punta sobre todo en niveles grandes tanto para empresas grandes y medianas en donde se mantendrá el acceso a este tipo de herramientas de producción, para lo cual existen lagunas de las pequeñas empresas y talleres que elaboran producciones artesanales, dichas variedades tecnológicas hacen que cada empresa o producto disponga de su mercado específico para sus productos, originándose así diversos tipos de precio, diseños, calidad y presentación de confecciones.

La selección y clasificación de materiales textiles, pieles y cueros. Comportamiento de los materiales al corte (tejidos, laminares, pieles y otros susceptibles de corte), mostrar interés por conocer y diferenciar las propiedades y características de las materias textiles, pieles y cueros, y sus aplicaciones (Educación, 2015).



Figura 26 Diversidad de ropa de cuero
Fuente: Industria del cuero (2017)

Valorar la importancia de la calidad de los textiles, pieles y cueros en los procesos de fabricación de prendas y artículos, así se podrá relacionar las propiedades de las pieles y cueros con los procesos de tratamientos y acabados que los han originado, para distinguir los tipos de pieles o cueros, más significativas, y su relación con las características del artículo que se va a fabricar con ellas (Estacio & Aguiar, 2011).

Analizar las técnicas de clasificación y selección de las pieles o cueros en las distintas fases del proceso de comercialización en relación al destino de las mismas en la industria del curtido, pudiendo evaluar los defectos y anomalías de las pieles y

cueros, identificando el origen de los mismos, teniendo en cuenta la inutilidad parcial o total para sus aplicaciones en la fabricación de artículos o uso industrial.

2.3.2.3 Calzado de Cuero

El calzado es una pieza fundamental de la indumentaria en donde estos sirven como producción para los pies, en donde sus actividades diarias son de:

Desde el 2009, cuando el Gobierno Nacional empezó con el trabajo de impulsar la producción ecuatoriana, a través de la colocación de salvaguardias arancelarias a las importaciones, el crecimiento del sector calzadista ha tenido un significativo crecimiento (Diario La Hora, 2012).

Según él (Cdei, 2012), son medidas que se imponen en diversas formas de restricciones a las importaciones así como se alegue una de las prácticas comerciales desleales para que se adopte en situaciones de urgencia, dichas restricciones son las que aseguren a que el comercio nacional puedan protegerse a los inversionistas ingresan al país del calzado económico, así como la mala calidad que se distribuye en el mercado artesanal perjudicando los productos. “El calzado masculino, junto al femenino, puede llegar a convertirse en la obsesión de personas a las que sobre todo les gusta cuidar los detalles a la hora de elaborar su propio estilismo”. (Becé Alejandro, 2012).

Los diseños de sandalias muchas veces ameritan de pocas inversiones y de mucha dedicación y un buen precio, como por ejemplo, el ubicar franquicias en el Ecuador para distribuir sandalias a un precio de 25 dólares. Las empresas ecuatorianas no podría competir, por el alto costo en los aranceles, prefiriendo lo nuestro, es decir una sandalia

de calidad a un precio aceptable de hasta 15 dólares. El proceso de elaboración es delicado porque la transformación de la piel la realizan pequeños talleres artesanales por separado de las grandes industrias (Mejía Leonel, 2011).

Los niveles de ventas de calzado de cuero es mantener la complejidad entre los meses de Diciembre a Mayo de forma respectiva, dado que pro la época de compras y fiestas se amerita un exhaustivo estudio sistemático de las evaluaciones de los periodos estacionales para así medir los interés de industria de calzado nacional en comparación de los importados, debido a las extensiones de las barreras arancelarias que se benefician a las industrias artesanales. El cuero que se usa es disponible en la estructura de todo producto, el cuero liso es superficie suave; se lo industrializa con la piel animal (Ideboen Alyssa, 2013).

Esta ventaja del cuero permite poner un negocio en los rubros en la elaboración de la línea de vital importancia con venta promedio de 100 docenas de zapatos mensuales; eso refleja un promedio de calzado de 1200 al año, siendo necesario un costo unitario en la producción que se relaciona con el mercado de cuero en el país.

Muchas de las pieles y el cuero fabricados a partir de pellejos curtidos de animales se utilizan desde hace miles de años para confeccionar prendas de vestir, la industria de la piel y el cuero sigue siendo importante en la actualidad (Osinsky Debra, 2009).

El producto calzado es elaborado de manera artesanal por varios operarios que realizan actividades de manufactura utilizando el calzado, las sandalias y más un el impacto de que las manos realizan los zapatos.

Los sectores del cuero señaló que dicho trabajo se lo realiza con la integración de varias asociaciones regionales e internacionales, con la intención es identificar la cultura y características de cada grupos y de conocer cuál es su capacidad en la producción de cuero (Salguero Stalin, 2014).

La transformación del cuero es parte del calzado ecuatoriano y compararlos con cualquier producto internacional crea un aspecto innovador, por la dedicación del artesano al preferir la industria ecuatoriana en el apego de los diferentes importadores del mercado internacional.

2.3.3. Marco ambiental comparativo

2.3.3.1. Conciencia cultural

La mayoría de las culturas son parte de continuas de rutinas y reglas que se repiten a diario, entre las principales áreas se considera las relaciones sociales, el idioma, emociones, entre otras. Las principales variables mencionadas tienden a forjar la cultura y esta obviamente abarca una sociedad que está puesta a hacer lo que todos los demás hacen. Esta cultura tiene como ejemplo el propagara una forma de baile, participación de la danza, afición por ir al cine, entre otras (Brown, 2013, págs. 47-54).

Es muy difícil crear conciencia cultural, normalmente esta nace directamente con la familia y tiende a estar en desacuerdo con otras culturas tomando en cuenta la experiencia en el ámbito internacional (Lenartowicz & Roth, 2014, págs. 23-51).

Tampoco podemos aislar la cultura producto de nuestro país en las diferentes condiciones económicas que se desarrollan y las políticas del momento, una encuesta manifiesta que la mayor parte de la actitud emprendimiento está reflejada directamente por la capacidad económica vigente y lo relacionado a asumir el riesgo de invertir en proyectos y negocios locales, nacionales e internacionales.

Un ejemplo tradicional de cultura podemos citar lo acontecido en China en donde normalmente se considera que las familias que son pareja puede tener un niño, y este niño a la vez llevará el apellido paterno por lo que trasciende, esto forma parte de la cultura sin embargo otros aspectos se considera al hombre para que éste directamente involucrado en el campo y a la mujer buscar la manera de cuidar de los padres cuando éstos ya tenga mayoría de edad (Waldmeir, 2010).

2.3.3.2. Como se cambian y forma la cultura

Referente este tema podemos tomar en cuenta que el padre transmite todo su conocimiento, talento, intelecto, experiencia, y otros factores de la actitud a su hijo, en una situación de maestro a alumno, donde el padre el líder social en la familia. Los psicólogos consideran que la mayor parte de la persona están sostenidas a través de valores que los recibe en la niñez como es el ser bueno, limpio, feo o bello, paradójico, entre otras, cada honesto valores pueden ser muy complicado el cambiarlos, porque ya viene parte de las raíces en la familia (Triandia, 2010, págs. 143-144).

2.3.3.3 Fuente del cambio

Los valores nacen directamente de las costumbres esta permanece fija y se hacen ya una tendencia que forma parte la cultura que se tienen la familia y para con la sociedad, al examinar la evolución en los procesos culturales hay cierta práctica en los

negocios para con la empresa internacionales que tratan en lo posible de introducir su producto o servicio a través de la cultura del país a donde se exporta. Lo que interesa a en este título es haber que existe un cambio en las actividades de negocios acorde a la elección o a la imposición que se presente en el momento de negociar.

Un cambio se realiza por elección en el momento que se observan reacciones en la comunidad por aspectos sociales o económicos, apareciendo una nueva opción para cada uno de los ciudadanos, depende muchas veces de la necesidad por ejemplo podemos cambiar alguna costumbre que son tradicionales como la de trabajar en un horario normal de ocho horas, siendo necesario la interacción trabajar en horarios nocturnos, o en su defecto en el campo o en el área agrícola trabajar desde las tres de la mañana, entre otros ejemplos que forman parte de la elección de cada uno de los ciudadanos para impulsarlo como parte de la cultura.

Un cambio se realiza por imposición se lo conoce también como aplicación del imperialismo parte de la cultura de un conglomerado, normalmente una cultura extraña que a través de las leyes logra cambiar la tendencia, y la cultura de los ciudadanos, es decir a través de reglas y lineamientos fijados por las autoridades, esto sucede con mucha frecuencia en los países asiáticos, un ejemplo práctico podríamos citar los chinos que forman parte de una mezcla de culturas entre la China y varias culturas locales (Aihwa, 2013).

2.3.3.4 El idioma como parte la cultura

En diferentes países el idioma es un fin común que nace con la familia, éste se desplaza a través del tiempo transfiriéndose a diferentes personas, forjando una cultura en su forma de expresar el idioma. En el mundo existe un promedio de alrededor de

6000 diferentes tipo de idiomas, muchos de ellos son hablados por un mínimo grupo de personas en regiones y sectores mucha veces vulnerables en áreas urbanas y rurales.

Muchos países transfieren su lengua a otros, el idioma de mayor interés y de trascendencia es el inglés, francés, y el español, siendo la aceptación del inglés en 52 países, el francés en 21 países al igual que el español.

El comercio resulta más sencillo el tener una misma lengua, y normalmente todos los países buscan aprender a leer y escribir en inglés que forjan a las negociaciones, consolidando resultados aceptables tanto para los importadores y exportadores

2.3.3.5 El inglés, aceptación mundial

La producción mundial lingüística pone a la lengua materna el inglés, que es hablada por la tercera parte del globo terráqueo, su aplicación directa abarca a que en muchos países es parte de la cultura de idioma, y en otros países es parte de una segunda lengua que es la que se dedica directamente a las negociaciones. Un ejemplo podríamos citar que una corporación de los Estados Unidos donde todo el personal habla el inglés pone sucursales en países como Ecuador, Chile y Perú donde su primera lengua en el español, en ese momento estas corporaciones buscan a personal que dominen el inglés, en ese momento aparece en grupo de personas dedicadas a manejar la lengua nativa y la lengua en la negociación que es el inglés.

Entre los principales grupo lingüístico existente el mandarín ocupa el 21%, el inglés está en segundo lugar con un 8%, cabe destacar que el 24% que hablan casi 6000 diferentes idiomas en todo el globo terráqueo, el español o el castellano lo hablan alrededor del 8% del total de habitantes del mundo. Es importante señalar que las negociaciones internacionales en su gran mayoría el idioma nativo no es el adecuado

para la comunicación de las negociaciones internacionales, sino que todos enfrascan aprender una sola línea cultural de negociación a través del idioma inglés.

2.3.3.6 Prácticas del comportamiento que afectan a los negocios

Se considera que la cultura es la principal estructura que afecta la mayor parte de los negocios internacionales, es importante destacar las actitudes y valores que forjan a las personas al momento de realizar una transacción existiendo ciento de posibilidades de relacionar los negocios con la cultura de cada país.

La estratificación social se refiere directamente a la posición cultural de una persona con otra, la estratificación social trate lo posible de dividir las clases, lo beneficios financieros, el estatus que tiene una persona dentro de una comunidad incluyendo la cultura en la que se desenvuelve. En los negocios involucra directamente a los grupos que conforman la gerencias, jefaturas, autoridades y propietarios de las unidades de producción, considerando la estratificación por medio de los logros alcanzados e incluso título académico percibidos, también incluye la ubicación en determinados gremios o grupos objetivos internacionales que buscan participar en metas internacionales.

Preferencias de relaciones

En el análisis realizado se observa normalmente el comportamiento de los negocios combinando la cultura de cada uno los países y su estratificación social e incluso se involucra a la motivación laboral existente. La preferencia de relaciones abarca directamente factores de interés como la distancia del poder, el individualismo contra el colectivismo y la diferencias situacional en la familia.

La distancia del poder se refiere directamente cuando éstas serán de un país a otro, donde el empleado suele ser diferente al momento de interactuar con jefes subordinados o compañeros, es importante que existan consideraciones debido a la naturaleza del país al que no estamos dirigiendo, siendo necesario que las empresas busquen los estilos de administración con base a la cultura del país al que nos dirigimos siendo necesario un liderazgo conocido como distancia del poder.

Es muy importante describir en muchos adherentes, aplica un estilo autocrático en las relaciones de jefe con subordinado, donde su principal eje de es el saber delegar adecuadamente las órdenes e instrucciones para que sean ejecutada al pie de la letra, en esta acción nunca se acepta la interacción consultiva entre ambos niveles jefe y subordinado, dejando a un lado algún tipo de relación igualitaria.

La preferencia de relaciones cuando hay individualismo contra el colectivismo en un empleado busca mejorar las habilidades fuera de la empresa, muchas veces le interesa recibir compensación directa y no prestar de manera dependiente es sus servicios y busca sus propios desafíos dentro del trabajo. En cambio el colectivismo el empleado forma parte la organización y depende de ellas, esta trata la posible capacitar lo y crear de la satisfacción necesaria para que continúe su trabajo. En siete países con alto individualismo por lo que se busca la oportunidad de realización donde los empleados tratan en lo posible alcanzar sus metas y desafíos, la cultura de aquellos empleados que se encuentran dentro de las organizaciones trate lo posible la satisfacción de su seguridad y de tener permanencia y alcanzar el buen vivir (Hosfstede, 2013).

Comportamiento relacionado con el riesgo

Todo trabajo tiene su actividad y esta amerita riesgo, donde se debe analizar diferente tipo de actitudes a presentarse como es la incertidumbre, la orientación, confianza y el fatalismo. Cuando hablamos de la inclinación a la incertidumbre, se ponen consideración a países en donde su inclinación en lo político, social, económico por la incertidumbre alta, donde los empleados prefieren aprender de los lineamientos y aplicar la política debidamente, donde su preferencia directamente en el colectivo organizacional, el empleado prefiere la incertidumbre dentro de la organización que estar en cualquier otro lugar (Hofstede, 2013).

Comportamiento basada en la confianza

Los negocios que se realizan en el ámbito internacional cuentan con la confianza como base prioritaria para realizar algún tipo de gestión de transferencia de dinero, comercio o producción de un producto o a la estabilidad de un servicio, en términos de comunicación no se puede ser tan cuidadoso para tratar con la gente, es decir la cultura es fundamental para la negociación pero no hay evidencia la confianza que debe de existir entre la gente (Inglehart, 2011).

Comportamiento basado en la orientación hacia el futuro

Existen cultura diferente en toda parte del mundo, sin embargo el objetivo del agente es vivir mejor en el futuro, países desarrollados siempre piensan en vivir mejor el futuro tales como Suiza países bajos y Canadá, son más pronunciados que Rusia, Polonia e Italia (Correia, 2012). Las culturas buscan siempre el emprendimiento y tratan en lo posible detener motivado a todos sus empleados, realizando programas atractivos

en los sueldos, salarios e incentivos e incluso la organización trate lo posible de formar planes de ahorros para cuando éste se jubile y tenga una vida digna.

Comportamiento basado en el fatalismo

La autodeterminación es una herramienta importante que tienen los empleados dentro de cualquier organización sea esta capitalista o socialista, lo importante que el empleado considera que debe de trabajar fuerte para alcanzar las metas y de esa forma asumir todas las responsabilidades asignadas, en este tipo de cultura se considera que todos los eventos que se presenten en la vida son inevitables y tiene que dársele solución inmediata, normalmente no busca una recompensa por el trabajo realizado más bien lo mantienen seguro y cumplen a cabalidad cada una de sus propuestas.

Normalmente no se planifican acciones a realizar cuando existe en controversias adversas, suele presentarse la situación muchas veces en el caso de culturas religiosa donde existen diferencias en las actividades que se realizan por ejemplo podemos citar empleados que son religiosos en donde la tendencia manifiesta la voluntad de su buenos actos porque son rendido con base a una cultura religiosa que aplica el suceso de la voluntad de Dios, cada uno de ellos están dispuestos a cumplir los lineamientos asumidos de responsabilidad dentro del trabajo (Ping, y otros, 2015, págs. 584-304).

2.3.3.7 Comunicaciones

Dentro de la trámite comparativo se establece la cultura con el tema de comunicación, esto se refiere directamente a la legitimidad y efectividad con que se traduce el idioma tanto escrito y hablado en términos de negociación, los principales problemas inconveniente que se le suscitarse cuando se realiza una negociación

internacional es que las pautas del idioma no son claras, esto ocasiona que la información no esté en su totalidad completa, es decir existe deficiencia en el mensaje que será, esto por la aplicación del llamado lenguaje no verbal.

2.3.3.8 Lenguaje no verbal

No se puede considerar al lenguaje hablado como al escrito como el principal medio de comunicación que se establece entre diferentes naciones al momento de realizar una negociación, existen otros indicativos que de forma internacional suelen representar un mensaje o característica especial, la información que se traslada de un país a otro, estableciendo comparaciones para la respectiva toma decisiones. Entre los principales elemento considerar tenemos los colores, la distancia, el tiempo y la puntualidad, el lenguaje corporal, entre otros.

Al referirnos a un lenguaje no verbal en los colores, por una cultura distinta dentro del producto, porque éste lleva una imagen que representa a las acciones a realizar. Dentro de la comunicación los colores representan una visión objetiva del mensaje que se quiere difundir, por ejemplo el uso de taxis de color amarillo en los Estados Unidos y compararlo con el uso de taxis de color negro en reino unido, en los países occidentales el negro representa luto, en África a color blanco representa también una situación de sepulcro, el morado en el país de Tailandia denota femineidad mientras que en Japón significa masculinidad. El color forma parte de la cultura del país que la aplica, por ejemplo una compañía aérea entregó claveles blancos a los mejores clientes que poseía, mucho esos clientes eran de Hong Kong, sin embargo en dicho país al entregarle un clavel blanco significa condolencias porque ha fallecido un familiar, creándose una situación adversa totalmente debido a que la comunicación establecida dio un mensaje negativo por no conocer la cultura que existe en dicho país.

En lo que se refiere al lenguaje no verbal a través de la distancia en el momento de estar en el diálogo, hay mucha persona diferentes países que no le gusta estar a más de 50 cm de distancia de la otra persona, sin embargo en otros países al menos hay que tener una instancia de 1 m con la otra persona. En Estados Unidos la situación abarca una distancia para la negociación de 1,5 a 1,8 metros, por eso muchas veces cuando un gerente de estados unido bien al Ecuador, éste tiene que estar retrocediendo para mantener la distancia, situación que muchas veces los ejecutivos ecuatoriano no suelen tomar en cuenta y se apegan para entablar un diálogo.

El lenguaje no verbal en el tiempo y la puntualidad suele quedar con funciones en el ámbito internacional. En Estados Unidos se puede citar que se llega puntual a una entrevista de negocio, porque de ello depende que éste se llegue a concretar, se llega tarde a una cita o cena en el hogar, pero normalmente se llega muy tarde cuando hay un evento social o agasajo. Esta la cultura que se establece en la comunicación en los Estados Unidos en lo que se refiere a, apresar las acciones acorde a cada uno de sus actividades. Existe millón forma de medir el tiempo como si fuera un acto de honorabilidad, porque el hecho de perder lo es lamentable y normalmente nunca se lo puede recuperar (Fulford, 2012).

Cuando tratamos el lenguaje no verbal corporal o también conocido como cinético, es la manera como muchas veces la persona camina, mueve su cuerpo, tocan, entre otras acciones que normalmente son forjados por la cultura que tenga la gente. Por ejemplo un griego podría decir un SI con el simple hecho de mover su cabeza, sin embargo otros países podría significar que es un no.

Lenguaje no verbal basado en el prestigio, es un factor importante que tiene relación directa con el status que tiene la gente, considera netamente un ambiente organizacional, es decir un gerente posee experiencia y conocimiento que son factores claves en el prestigio de la organización y para la realización de cualquier negocio.

2.3.3.9 Sociedad anfitriona

Cuando hablamos una cultura anfitriona normalmente se espera que los extranjeros trate en lo posible adaptarse a ella, pero normalmente eso no suele pasar en el momento que se tuvo interés de negociación es la parte beneficiar a la que tiene lo posible que tratar adaptarse para gestionar una comunicación eficiente que logre trascender en el cierre de la negociación. La cultura anfitriona normalmente tiende a aceptar el producto extranjero o el servicio a conseguir siempre cuando exista una compensación que satisfaga a la negociación. Muchas veces la sociedad local mira a los extranjeros de manera distinta, donde se dejan llevar muchas veces por el tipo de vestimenta que estos llevan, colores extravagantes, señales de tatuaje o imágenes, e incluso idioma distinto al natural, considerando normalmente que no puede ser bien visto dentro de una sociedad (June, 2015, págs. 321-322).

Existen diferencias culturales porque are diversidad de características en cada uno de los países, es decir muchos idiomas, variedades de religiones, diferentes clima en la ubicación geográfica, e iniciará, está todos, forma desarrollo, entre otros. La distancia cultural abarca que existen más de 43 sociedades distintas en valores humanos y hay más de 405 dimensiones culturales (Inglehart, 2011, pág. 16).

2.3.3.10 Choque cultural

Normalmente cuando una persona entra a un país se da cuenta que la cultura es muy distinta a la suya por lo que existe en un conflicto o frustración, las empresas internacionales normalmente buscan que personas que tengan la misma cultura se encuentre en otros países, para de esa manera evitar que si existan inconvenientes entre la diferente forma de actuar y trabajar. Esto significa que la organización que se encuentra en un país y quiere abrir una sucursal en otro país no suele contratar a la misma gente más bien prepara personal para que este viaje y tengan similitud de costumbres en la gestión realizada.

Los trabajadores normalmente cuando van a otro país se encuentran con culturas diferentes esto ocasiona un choque en su forma de desenvolverse, tratan de lo posible de alcanzar un proceso de adaptabilidad, sin embargo muchos se encuentran fascinados por algunas situaciones que suelen ser hasta rara para ello. La ventaja de que el choque cultural no se mantiene firme, este comienza a disminuir a través del tiempo, es decir después de uno a dos meses tiende a bajar, y la persona, empleado de la organización normaliza sus actividades considerando la cultura extranjera en la que está envuelto en la actualidad.

Un choque cultural inverso, es cuando este empleado que por mucho tiempo pasó en otro país, aprendió de su cultura, vive con la alimentación, como el entretenimiento, con la calidad y nivel de vida, entre otra, le toca regresar a su país natal y existe un cambio de cultura inversa, debido a que lo que un día se mantenía normal en su país, después de tanto año regresar se encuentra inmerso en otra forma de vida.

2.3.4. Venta de cueros Ecuatorianos

En el Ecuador la industria del cuero tiene una trayectoria muy relevante dado a que se mantienen en niveles artesanales, ha incrementado la demanda de zapatos en estos últimos nueve meses en mercado nacional, sin embargo es necesario implantar mecanismos que permitan a los fabricantes fortalecer nuevos modelos específicos. En el siguiente gráfico notaremos el Análisis del PIB, y contribución a la economía del sector cuero, productos del cuero y calzado según el Banco Central del Ecuador.

La industria del cuero mantiene un desarrollo en materia de diseño, y especialización. En Ecuador hay producción exclusiva de cuero industrial, que se encuentra inmersa en procesos de tecnificación principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Guayas y Pichincha (PRO ECUADOR, 2013).

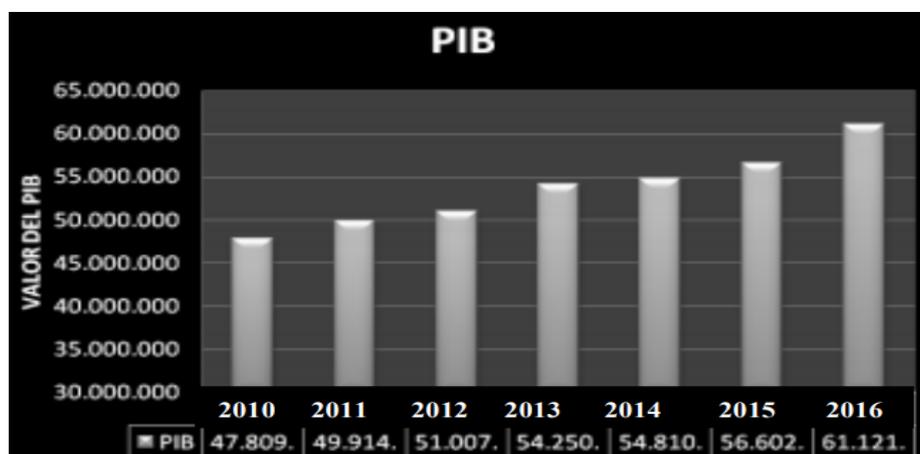


Figura 27 Análisis del PIB, y contribución a la economía del sector cuero, productos del cuero y calzado

Fuente: Banco Central

Es notable que entre los últimos 7 años se ha determinado que a economía ecuatoriana ha promovido una creación con relación a las empresas nuevas, donde existe una variación desde el año 2010 hasta el 2016, donde específicamente en el año 2013 con relación al 2012 da un porcentaje de 7.98% por lo cual se proyecta que en los

próximos años exista un alto incremento y la producción de esta siga incrementándose de forma considerable.

La industria del cuero ecuatoriano, tiene una trayectoria relevante. Según el Mipro el desarrollo del sector curtidor, desde los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades inicia su industrialización; según el Banco Central la competencia interna y externa exigía productos cada vez de mejor calidad y en el futuro de posibles certificaciones que validen el proceso de producción y la fabricación de los productos a base de Cuero (Larrea, 2013).

El Ecuador no cuenta con la suficiente tecnología la cual permita curtir al cuero con estilos diversos, por lo que la industria requiere de suma especialización de la producción y así generar marcas fortaleciendo diseños por medio del Ministerio de Industrias y Productividad conocida como MIPRO, donde se pretende emprender programas de desarrollo, cada uno de los productos donde serán intervenidos, lo demás está siendo reconocido a nivel internacional y a través de las capacitaciones futuras para este sector elevar los estándares de calidad y que permitan posicionar el producto en el extranjero.

2.3.5. Exportaciones de cuero

Las exportaciones de cuero y sus confecciones han ascendido, así como lo registra PRO-ECUADOR a \$26,6 dólares, donde sus principales países exportadores son Italia, Venezuela, Perú y Colombia, por su parte, las exportaciones de calzado han

logrado ascender a \$38,9 dólares destinados como los principales países Colombia, Guatemala, Perú, Venezuela y Estados Unidos.

En Ecuador, la industria del cuero, tiene una trayectoria relevante, el desarrollo del sector curtidor, hasta los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades inicia su industrialización, en la actualidad, con las regulaciones de fomento en el año 2015, el sector ha crecido de manera muy importante (Intriago, 2016).

Entre los diversos productos de exportación el calzado de cuero se ha elegido como uno de los más dignos de exportación en donde se formen productos potenciales, basándose así de manera estratégica, intentando abarcando en cada mercado, para así formar tendencias y atributos en cada uno de los valores, brindando la mejor calidad y experiencia en cada uno de los calzados que se brindan.

Para la producción de calzado de Creaciones Estrella se precisa describir de forma particular los gastos generados para su exportación a nivel interno del taller, pero que son parte del proceso productivo en la elaboración, manejo y movilización del calzado hacia el puerto, con relación a la cantidad de producción mensual y el 50% destinado para la exportación (El Universo, 2012).

Tabla 4 Gastos internos por la exportación

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD |
|---|-----------------|
| Embalaje | 500 |
| Almacenaje | 15 |
| Estiba | 120 |
| Movilización | 150 |
| Despacho | 150 |
| Totalidad de los gastos internos | 935 |

Elaborado por: Leslie León

La forma de convenio de pago, se pacta con el bróker en el momento de la negociación, ya sea por medio de correo electrónico o por teléfono, es mediante:

Pago anticipado.- Si se desea la mercadería, el anticipo es del 50%, desde 1000 a 5000 pares de zapatos.

A consignación.- Es la devolución hasta 60 días posterior a la entrega de la mercadería, los gastos generados de despacho, por otra parte los gastos por devolución de consignación están a cargo del comprador.

Crédito a cuenta.- Representa la entrega final con transferencia directa a cuenta de transferencia de dinero directa para cobro.

Giro bancario.- Es el beneficiario o de tercero.

2.3.5.1 Estrategias de las industrias de cuero para su comercialización

Existe diversidades de herramientas que ayudan a dar fin a las organizaciones que ayudan a satisfacer cada una de las necesidades de cada uno de los consumidores y así formar elementos básicos como son el producto, el precio, la plaza y la promoción de los mismos.

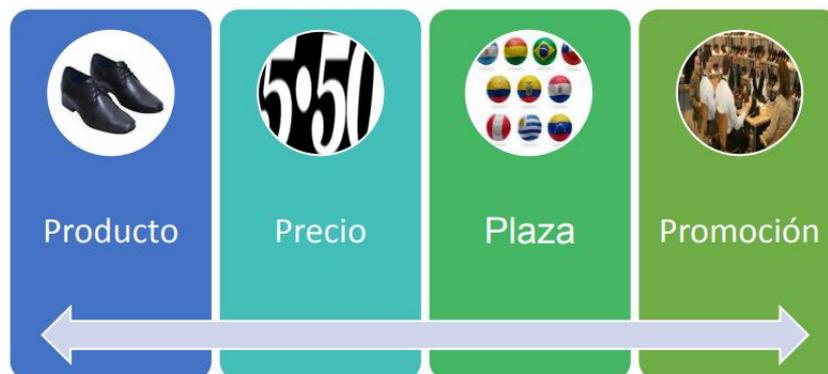


Figura 28 Estrategias de industria

Elaborado por: Leslie León

2.3.5.2 Producto

El calzado de vestir de cuero para caballero es uno de los productos estrella, donde el 90% de la materia prima ecuatoriana está constituida con costos bajos para la elaboración, donde su principal competente es el cuero ecuatoriano, el cual está ubicado en la ciudad de Ibarra, en donde existe los principales proveedores del país.



Figura 29 Partes del zapato

Elaborado por: Leslie León

Por otra parte, muchos de los artículos complementarios como son los cordones, los forros y sus respectivos ojales son comprados a proveedores de la ciudad de Cuenca o en los puntos de distribución ubicados en las fábricas de Guayaquil, esto dependerá mucho de la premura con la cual se requiera la elaboración del detalle a pedir, sus especificaciones propias del calzado y la técnica del producto es la siguiente:

El forraje.- Este suele ser pegado o cosido en la parte externa del calzado el cual lo hace mucho más higiénico.

Las plantillas.- Estas corresponden a las bases y son ajustados por la suela del zapato.

El cabrión.- Se la denomina a la forma del arco del zapato.

El contrafuerte.- Esta ayuda a que se mantenga la parte redonda en la parte trasera.

El tacón.- Es utilizado de materiales como madera, caucho y son prefabricados de manera sintética.

2.3.5.3 Precio

Los costos de producción de calzado están entre los \$7 dólares por cada par, donde se estima una producción mensual de hasta 5000 pares donde se elaboren 230 diarios, siendo su costo de producción manufactura de:

Tabla 5 Precios unitarios del calzado de cuero

| Precios unitarios | Unidades producidas |
|-------------------|---------------------|
| Precios unitarios | $\frac{1609}{230}$ |
| Precios unitarios | \$7,00 |

Elaborado por: Leslie León

La industria del calzado es muy pequeña y no suele representar fracciones importantes de las ventas de cuero sintético, a diferencia de sus vecinos, pero más aún la gran parte de los costos de un zapato es el que determina las composiciones de cuero sintético, dado que la tecnología del recubrimiento suministra vario de los insumos, en donde cuanta la calidad de forro, capellada, las plantillas y algunas aplicaciones decorativas.

Precisamente uno de los sectores que se prevé impulsar en el Ecuador es la confección industrializada del calzado, cambiando mejorando el método artesanal para producir en mayor escala y si es posible mejorando la calidad que en gran medida vaya distinguirse un producto ecuatoriano a través de la implementación de maquinarias totalmente industrializada que permita desarrollar mejores procesos de producción de calzado ecuatoriano, permitiendo a su vez que sea un producto de exportación. (Salvatierra & Sánchez, 2015)

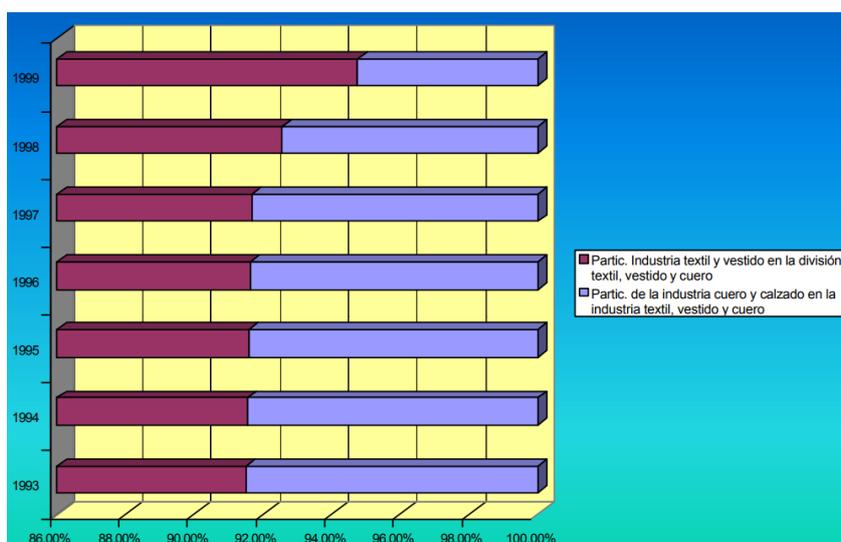


Figura 30 Índice de la participación del cuero y el calzado
Fuente: SIREM, 2015

Por eso mismo los precios de los insumos para cada uno de los calzados son los rangos de los precios que a diferencia claramente depende de los destinos de los productos dentro del mismo calzado, la capellada normalmente es uno de los productos mixtos que poseen gran resistencia, además de los efectos y diseños particularmente, así como de los brillos y colores, para ampliar el cálculo efectuado en el costo unitario, se describen los rubros utilizados en dólares para 230 pares de zapatos producidos diariamente, en la tabla a continuación:

Tabla 6 Detalle de la mano de obra y gastos de fabricación

| | |
|------------------------------|--------------------|
| Cuero fino | \$ 121,30 |
| Forro | \$ 92,00 |
| Etiqueta | \$ 11,50 |
| Planta sintética | \$ 107,00 |
| Carton de plantilla | \$ 95,00 |
| Hebilla | \$ 84,00 |
| Pegamento | \$ 117,00 |
| Cabado de suela | \$ 121,90 |
| Hilo | \$ 46,00 |
| MANO DE OBRA | |
| Operarios | \$ 580,90 |
| GASTOS DE FABRICACIÓN | |
| Transformación | \$ 232,40 |
| TOTAL PRODUCCIÓN | \$ 1.609,00 |

Elaborado por: Leslie León

2.3.5.4 Causas de la problemática

La Comercialización del cuero en general data desde la aplicación de las medidas y regímenes de aranceles, la industria del cuero se ha incrementado cada una de sus producciones, donde la mayoría de estas forman parte de las participaciones de la matriz productiva, así como el incentivo de cada uno de los bienes de los valores agregados diferentes, todo estos respecto a cada uno de los bienes importados a fines a lo nuestro.

La globalización del comercio mundial en auge, el cuero importado es introducido a nuestro país, el cual ocasiona una

destrucción a los talleres, empresa pequeña y las grandes industrias, debido que los precios de venta son por debajo de los costos nacionales de producción (Cubillo, 2014).

Dado a la materia prima escasa, se tiene presente el caso de los productos químicos que son en su mayoría importados, dado que el cuero que es sintético, de tinte o de goma posee una falta de capacitación profesional, motivación y liderazgo, en donde la industria que procesan el cuero es muy diversa, más aun cuando la producción puede ser para hombre como para mujer, niños y niñas dado que cada producto derivado del cuero es elaborado con varios diseños, colores y tamaños.

La Situación actual del Ecuador referente al cuero y las pieles constituyen la materia prima del curtido, son tejidos animales constituidos por células antes vivas y por sus productos, un cuero o piel tiene muchos tejidos, la obtención de un curtido lleva consigo separar los tejidos que no cabe convertir en curtido y tratar los demás de modo tal que el producto acabado posea las propiedades apetecidas, el cuero o la piel de los animales tienen una estructura sumamente compleja, el conocimiento de ésta y de las complicadas reacciones químicas y físicas y de los cambios biológicos que se operan dentro de la piel antes y durante el proceso de fabricación del curtido, pondrá al curtidor rural en condiciones de comprender y apreciar mejor el trabajo que lleva a cabo.

El sector del cuero sufre de una competencia desleal por parte de los productos chinos, que entran al mercado por medio de triangulación, documentos falsos e importaciones sub registradas, de los grandes almacenes, como éxito, para la comercialización de sus productos, que dificultaban la

comercialización y disminuían las utilidades (Serrada & Fierro, 2014).

Actualmente el sector enfrenta dificultades como la entrada de producto chino, que además de ser más económico, entra por medio de contrabando, evadiendo impuestos, con lo que sus precios pueden ser aún más competitivos. La volatilidad de la tasa cambiaria genera inestabilidad para las exportaciones, actualmente la tasa está a la baja, lo cual empuja hacia un déficit la balanza comercial del sector.

La situación actual en Guayaquil se relaciona con el crecimiento nacional que se ha venido dando, otorga el poder adquisitivo de cada una de las poblaciones, en donde en la actualidad de las tasas de interés suelen ser representadas las oportunidades de crecimiento en el sector, así como los factores que pueden ser las claves de las definiciones de sí mismo, así como los encuentros en los tratados de libre comercio, dado que las buenas relaciones tanto políticas como económicas están siendo manejados por el país, así como la creación de clústeres en la ubicación de país, así como las reformas tributarias legales que se están dando.

Al tener otra perspectiva de negocio desde la academia, podrían explotar grandemente el potencial que tienen, y no solo para mejorar la competencia nacional, sino para aprovechar las oportunidades que se encuentran en el extranjero. De igual manera las cadenas de almacenes no tienen claro su gestión como empresa y llegan hasta tener una competencia desleal debido a su poder de mercado y son así muchas las pequeñas

nuevas empresas que no logran surgir por esta situación (Hernández R. , 2012).

No obstante, mucho del aumento que se tiene en el intercambio comercial tiene como oportunidad en el sector el representar un reto para sí mismo, así como el de competir de forma mucho más directa entre las empresas de los países desarrollados, donde estos cuentan con mejores infraestructuras y tecnificación, además de que su producción es en escala, puesto que, no se debe de buscar el generar valores agregados sino medir el segmento de gama alta que posee la economía.

2.4. Marco conceptual

Calzado curtido.- Las pieles para los calzados ayudaran a soportar los procedimientos de curtido y que se fermente, dando flexibilidad a los químicos, para así poder conseguir resultados que no son excluyentes, se mezclan con distintos componentes para llegar a un producto intermedio.

Cuero crudo.- Este es el nombre que se le otorga al cuero, para así poder despojar las pieles de animales, lavando y procediéndole a secar, dado que su procedimiento es utilizado en químicos, para lo cual la piel se consigue siendo rígida y quebradiza para así ser utilizado en hacer juguetes para animales que inclusive son utilizados en la fabricación de alfombras.

Cuero curtido con sesos.- Son complicados en donde consiste en llenar varias pieles en aceites emulsionados obteniendo los cerebros para después ser estirados a secarse, el curtido no es empleado actualmente en contexto industrial.

Cuero de curtido vegetal.- El proceso es de curtido vegetal, es más antiguo y consiste en curtir el uso del tanino de origen vegetal, brindando el color que se desee llegar, al cuero blando de color marrón, ingredientes utilizados entre el curtido y el color original curtido, que no es estable en el agua, luego al secar se fortalece.

Cuero de curtido al alumbre o al aluminio.- Este es un proceso en donde se curte utilizando ingredientes principales pero las alumbre muchas veces es un alumbre que es una de aluminio, dado que las técnicas se consiguen dado que el cuero es muy blanco, pero las pieles con este tipo de técnicas se curten en el agua por los ingredientes que posee el aluminio, este tipo de piel es obtenida y eran las fabricaciones de pergaminos.

Cuero curtido al cromo.- Es un proceso moderno que da efecto del curtido utilizando sales del cromo, teniendo la tonalidad gris y azulado antes de ser teñido, la mayor parte de las industrias utilizan este proceso, y es por este método que se logra la mayor parte del cuero.

Cuero cosido.- Es duro dado por el proceso de ser introducido en el agua o en el aceite hirviendo, es por ello que mediante este tipo de método de colágeno se podrá reducir este tipo de fragmento de cuero para así encoger y ponerse más rigurosa y mucho más dura, cierto tipo de cuero curtido es el que sirve para este tipo de proceso, en la actualidad este se emplea en los re creacionismos o incluso para las artes y esculturas.

Cuero engrasado.- Este ayuda ampliar con mayor firmeza, lo cual, restablece los oleos naturales persistentes en el cuero después de cada uno de los procesos de curtido, para así impedir que se pierdan con el uso rutinario del mismo, todo los tipos de cuero curtido pasar por procesos de grase no obstante, los cueros curtidos con efectos naturales son los más esponjosos, absorbiendo así la grasa, prolongando una delicada conservación del cuero.

Cuero teñido.- Este cuero trata de que los procesos de pigmentación se obtengan de diferentes tonos decorativos, en donde los tipos de curtidos de cuero se pueden teñir, para así poder matizar los cueros en artesanías manejados en anilina diluidos en alcohol, los procesos de uso industrial de cuero son implementados sobre todo tipo de colores y disolventes que están determinados en los tipos de cuero para así poder obtener como producto final y normalmente por operaciones de inmersión.

Cuero cocido.- El cuero se endurece en agua, grasa hirviendo, dónde se sumerja y su resistencia es distinta, cuando la piel se enfría es moldeable, manteniendo al endurecerse.

Cuero graso.- Resistente más al agua, se reponen de los aceites al natural en el cuero después del curtido, el cuero sea flexible al momento de engrasárselo e impide que sea quebradizo, obteniendo un tiempo de vida mayor.

Cuero teñido.- Tratado con diversos tipos de colorantes con tonos decorativos, se lo puede teñir con diferentes tintes de anilina que están disueltos con alcohol o acrílicos.

Charol.- Cubierto el cuero con barniz de poliuretano, con un brillo que se realiza más impermeable y resistente.

Su flexibilidad y resistencia son las dos principales características de la piel, es de esperarse que todas ellas se transmitan a los zapatos fabricados con este material gracias a ello se obtiene un calzado de calidad y con gran durabilidad, gracias a su elasticidad son cómodos al andar y se adapta a cualquier tipo de pie, esta es la principal razón por la cual se recomiendan para personas con alguna enfermedad que afecta sus extremidades, esa misma característica los hace más duraderos, se adaptan a nuestros pasos sin romperse en los pliegues que se forman al anda (Torres M. , Club Verde Calzado, 2017).

La calidad del calzado es otro factor fundamental que se debe tener en cuenta para lograr una buena posición en el mercado, es decir, la selección de materiales tanto en cuero como en insumos de herrajes deben ser de buena calidad, ya que no sirve de nada que el cuero sea de buena calidad si la hebilla colocada se dañará al poco tiempo de uso, todos los elementos deben estar en perfecto estado.

En la actualidad se pueden encontrar varias empresas que se dedican a la producción de calzado de cuero pero es importante aclarar que la mayoría de ellas se basan en volúmenes de ventas bastante elevados haciendo que los modelos de zapatos se realicen en serie (Guayasamin, 2012).

El diseño del calzado es la clave para que la venta del mismo se dé a manera de exclusividad y sobre todo vanguardista, por esto es importante contar con un departamento de diseño propio, en el cual se deba invertir para una asignación de recursos y materiales; los mismos que ayudarán a fusionar los materiales obteniendo así nuevos diseños; no solo dibujarlos sino también jugar con los colores y texturas para crear un zapato que sea casi exacto a lo imaginado.

2.5. Marco legal

Dentro del marco legal en el marco ambiental comparativo se considera las alianzas estratégicas que existen entre la diferentes naciones, buscando relación directa entre los problemas o negocios relacionado con la energía considerando los cambios climáticos y los derechos humanos, por ejemplo podemos añadir el acuerdo bilateral de Ecuador con China donde se convirtió Ecuador en un socio estratégico comercial, también necesario involucrar pacto de libre comercio con los Estados Unidos para que esa forma los marcos ambientales se fortalezcan,

Existen sitiales estratégica basada en la negociaciones o tratado con la unión europea, lo importante de todo acuerdo en que el Ecuador siendo un país individualista se enfrasca a buscar un mercado amplio a través de los acuerdos bilaterales que tiene relación directa con las preferencias comerciales e incluso con el libre comercio para esa manera cumplir los objetivos generales del cuero.

Las operaciones extranjeras difiere mucho veces por la cantidad recurso que estos poseen, siendo necesario que existan compensaciones dentro del marco ambiental

cuando existe un interés por la producción extranjera, esto implica que la legalidad busca obtener licencias que se otorga a una empresa extranjera para que de esa manera pueda involucrar su producto o servicio sin ningún tipo de riesgo político o económico.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1. Estudio del caso

Para la presente investigación de los marcos ambientales comparativos y su relación con la exportación de productos de cuero Ecuatorianos, será constituido por varios métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos en las cuales se emplearan varias ejecuciones dentro de los proyectos de investigación para así poder poner a prueba la hipótesis, en donde alcanzar objetivos de la investigación y así poder brindar una respuesta ante el problema a investigar.

El realizar una negociación no solo depende de un precio previamente establecido, sino más bien intervienen parámetros relacionados a la calidad, al desarrollo del crédito, al transporte e incluso a los modelos y marcas diferentes que se logren exportar, sin embargo el tema relacionado a los marcos ambientales son muy pocos aplicados, no se conoce la tendencia del país en donde se realiza la negociación y muchas veces por no conocer las costumbre o cultura del país importador suelen suspenderse o simplemente no darse.

Los negocios involucran personas y al estar en diferentes países su tendencias culturales son distintas, esto implica la necesidad de conocer cómo es su desenvolvimiento, tema de interés para el comercio internacional, el detallar claramente lo que se debe de hacer, decir y actual al momento de entablar un dialogo de negociación, solo así se detalla un aspecto innovador y de control.

El principal esquema u objetivo de que se cumplan los marcos ambientales, comparados en el comercio internacional es que aumente las ventas, dando un incremento en las tendencias o metas de un país para exportar variedades de cuero al mercado internacional, siendo de interés su aplicación directamente para el empresario Pymes ya que es el que procesa muchas veces en forma artesanal el cuero en producto acabado, donde normalmente se acepta la mano de obra como un espectro de calidad.

La diversidad de productos de cuero al exportarse a otro país, la tendencia es que la cultura de negociación puede influir directamente en el costo, en la calidad del cuero exportado y en la forma como se aplica la tecnología, más aun cuando la comunicación es prioridad en la negociación.

El objetivo estratégico de los marcos ambientales comparados dentro de las negociaciones internacionales es el alcanzar el bienestar social y económico, esto se da con el manejo de las tendencias culturales en los diferentes países involucrados, donde las partes constituyentes están vinculadas en un mismo idioma, tendencia, y necesidad.

Un ejemplo, las Pymes buscan el bienestar económico como principal eje de la comunicación, esto favorece las actividades productivas obteniendo un valor económico que sirve de divisas para el país. Una razón t para justificar los marcos ambientales comparados es la generación de empleos, el desarrollo de infraestructura, nuevos esquemas sostenido de productividad obteniendo beneficios sociales.

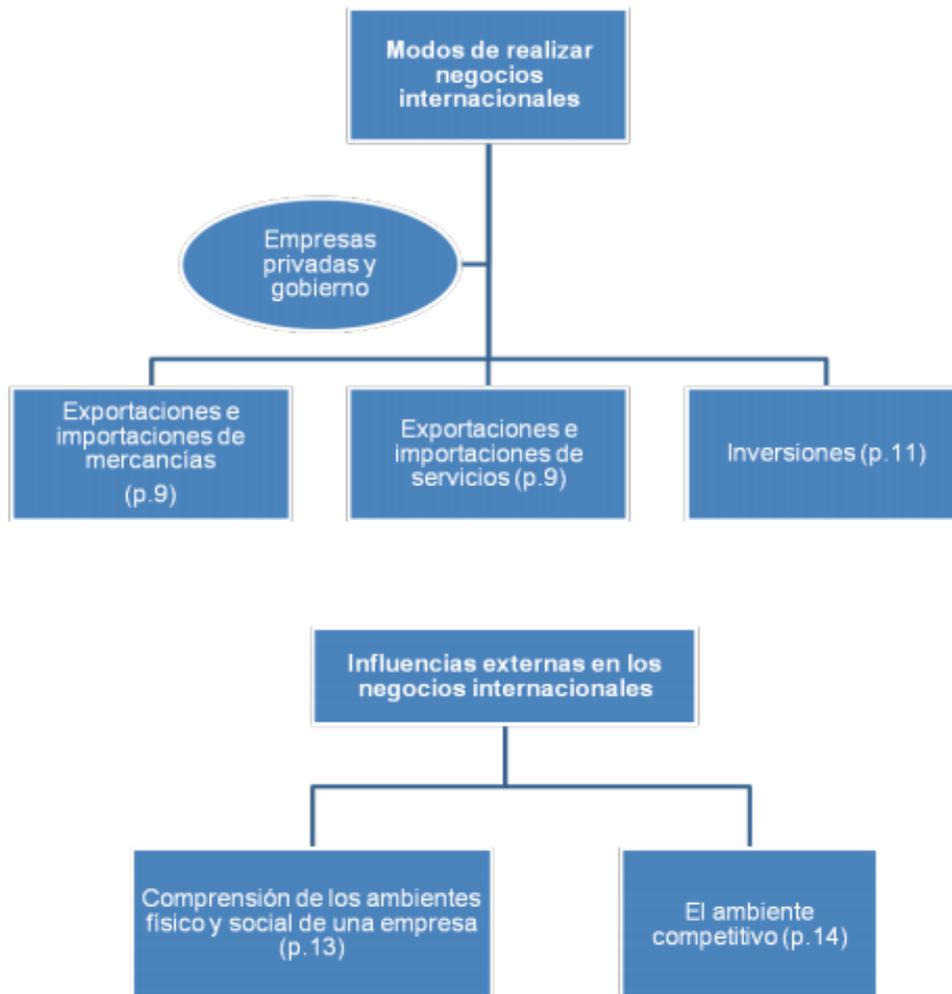


Figura 31 Caso de la influencia externa en las negociaciones
Fuente: (Chang, 2015)

La planeación en los marcos ambientales comparados en el comercio internacional permite que los procedimientos e instrumentos usados estén combinados y que ambas partes de la negociación estén de acuerdo con el convenio o tratado, esto es verificado a través del desglose de los aspectos técnico, financiero e institucional en el desarrollo de proyectos a corto, mediano y largo plazo.

3.1.1. Tipos de investigación

Basada en los objetivos propuestos en la investigación se han propuesto determinar una investigación en donde se presenta las características de los siguientes tipos de investigaciones:

Descriptiva: Esta ayuda a describir cada una de las problemáticas de las investigaciones en donde las posibles razones y consecuencias están en persistir el mismo paradigma crítico de una forma mucho más positiva de las estrategias y comercialización de calzado de cuero. Este método llega a “destacar las características o rasgos de la situación, fenómeno u objeto de estudio, su función principal es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio”. (Sierra Guzmán, 2012)

De la misma forma se analizó cada una de las discusiones de resultados para así poder hacer que las encuestas puedan ser comprobadas mediante estrategias acerca del calzado de cuero, destacando así las características y rasgos de la situación de los fenómenos de estudio, como las funciones principales para así poder seleccionar las características principales y fundamentales del objetivo de estudio.

De campo: Este tipo de investigación ejecuta el lugar en donde se presenta el problema, dando así lugar a una investigación de campo, donde se hará los respectivos análisis, determinando así los principales problemas y las posibles y prontas soluciones de las investigaciones, el cual será tomando por la Población Económicamente Activa de Guayaquil (PEA), procediendo a un respectivo análisis y observación explícita. “La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa

no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. Nos ayuda a optimizar el estudio puesto que nos permite instituir contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor, la finalidad de esta radica en exponer nuevas proposiciones o transformar las existentes, en desarrollar las nociones; es el modo de llegar a elaborar teorías". (Graterol, 2013)

De tal forma podríamos definirla que es uno de los procesos más utilizados dentro del método científico, para así permitir la obtención de nuevos conocimientos de campo ante las realidades sociales, así como la investigación pura, para poder estudiar la situación en los diagnósticos y necesidades de problemas hacia los efectos aplicados de conocimientos con fines prácticos.

3.1.2. Métodos de la investigación

Entre estos métodos investigativos, el desarrollo, las explicaciones y las justificaciones han tenido la finalidad de comprender cada uno de los procesos y resultados en donde por las metodologías se han visto de forma diferente y con manera de adquisición de conocimientos científicos abundantes, así como los cuestionamientos que se plantea en la metodología.

Descriptiva: Este método ayuda a describir las características más relevantes de un determinado objetivo de estudio de acuerdo a los comportamientos en donde se buscare describir formas y diferencias de una u otra situación que este dentro del contexto dado. Los estudios descriptivos también proporcionan información para el planteamiento de nuevas investigaciones y para desarrollar formas más adecuadas de enfrentarse a ellas, de esta aproximación, al igual que de la del estudio exploratorio,

tampoco se pueden obtener conclusiones generales, ni explicaciones, sino más bien descripciones del comportamiento de un fenómeno dado. (Campbell & Stanley, 2013)

De observación: La observación científica es la búsqueda deliberada y controlada de objetos, hechos y fenómenos, bajo ciertas condiciones previamente determinadas, la más importante de las cuales es la intersubjetividad, la objetividad de la ciencia en el campo empírico se basa en la posibilidad de que la observación sea realizada por cualquier observador ubicado en una situación análoga. La observación por tanto, se caracteriza como una percepción intencionada e ilustrada. Intencionada por qué se hace con un objeto determinado, ilustrada por que va guiada de algún modo por un cuerpo de conocimiento, la observación es selectiva e interpretativa, es selectiva porque tiene una finalidad, porque es intencionada, y es interpretativa porque es ilustrada. (Benguría, 2010)

Encuestas: Este es uno de los procesos que se realizaron por medio de preguntas de forma alternada donde los encuestados seleccionan las respuestas de acuerdo a su parecer ya que tanto consumidores como exportadores han sido encuestados en dos grupos, para luego así analizar y determinar cuál es la percepción sobre la situación que se ha venido dando en la comercialización y ventas de artículos y prendas derivadas del cuero. La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica, además la encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. (Hernández, Cantín, López, & Rodríguez, 2014)

3.1.3. Análisis cuantitativo y cualitativo de resultados

Los diseños de investigación son relacionados con técnicas que están combinadas y recogidas por medio de datos que son derivados de las metodologías cuantitativas y cualitativas, dado que estas combinaciones de técnicas y estrategias de las aproximaciones metodológicas.

Cuantitativo: Es considerado como uno de los métodos principales ante la recolección de datos. La investigación social cuantitativa está directamente basada en el paradigma explicativo. Este paradigma, ya presentado en el primer módulo de este curso, utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia, en las formas que es posible hacerlo en el nivel de estructuración lógica en el cual se encuentran las ciencias sociales actuales. (Briones, 2016)

Cualitativo: Este es considerado uno de los cuestionarios no estructurados, sino exploratorio, basadas en preguntas abiertas y cerradas, indagando así con cierto grado de profundidad. La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema, la misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular. (Vera, 2013)

Población

Para la medición y análisis de resultados se tomara en cuenta en la presente investigación a la Población Económicamente Activa, de acuerdo a las cifras correspondientes al censo del INEC, donde se tiene la aproximación de la cantidad de

ciudadanos, donde la cifra correspondiente es de 1'510.312 habitantes que se encuentran laborando, entre estos comerciantes y artesanos de la productos y artículos derivados del cuero, lo cual este ayudara para una determinación de la muestra a tomar.

Muestra

Para la realización de las encuestas se tomó en consideración la cantidad de Personas Económicamente Activas (PEA) donde los datos recogidos fueron de un total de 1'510.312 habitantes y que de acuerdo a este universo se procedió a sacar la muestra para las encuestas, donde dicha cantidad es de 272 personas, entre ellos comerciantes y artesanos, para lo cual, el error muestral (E) fue de 0,05, mientras que la variable positiva (P) fue del 0,5 así como la variable negativa (Q), llegándose a considerar que el valor de la confianza (Z) era del 1,65 de acuerdo al 95% de probabilidad óptima.

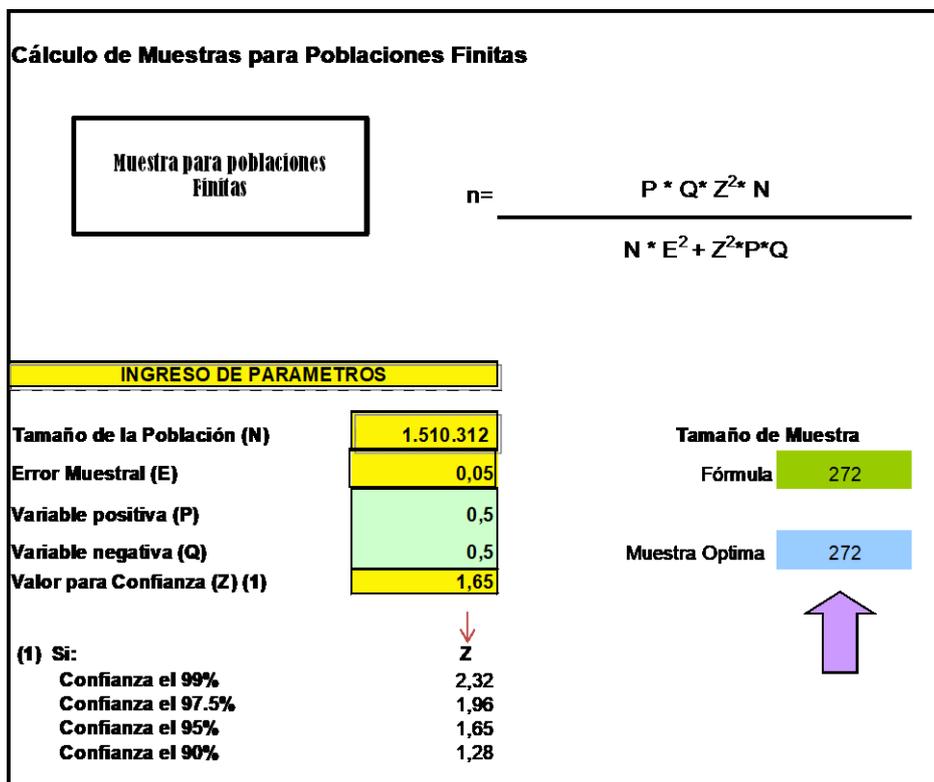


Figura 32 Cálculo para la muestra
Fuente: INEC, 2010

3.2. Análisis de resultados

3.2.1. Encuestas

- **EDADES**

Tabla 7 Edades de los encuestados

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| 18-30 | 50% | 136 |
| 31-45 | 50% | 136 |
| 46-MAS | 0% | 0 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Elaboración de campo – Enero 2017

Elaborado por: Leslie León

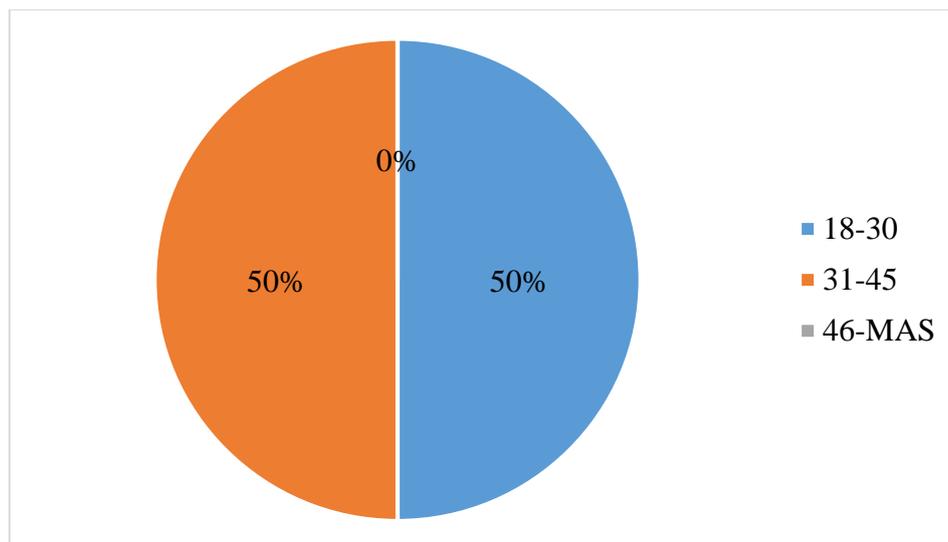


Figura 33 Edades de los encuestados

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Por medio de esta encuesta se logró determinar las edades de los encuestados, en donde el 50% es de 18 a 30 años, mientras que el otro 50% restante es para las edades de 31 a 45 años total.

- **GÉNERO**

Tabla 8 Género de los encuestados

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|------------|------------|
| MASCULINO | 57% | 154 |
| FEMENINO | 43% | 118 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

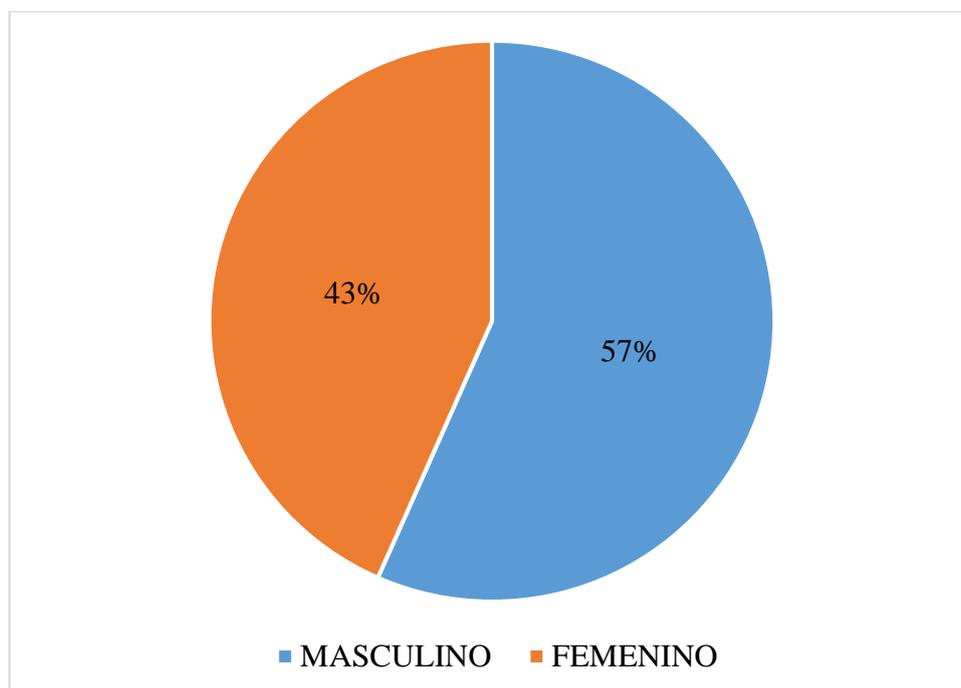


Figura 34 Género de los encuestados

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Para poder determinar el género de encuestados se analizó que en las encuestados tomadas, el 57% reflejaba para el género masculino, mientras que el 43% para el género femenino.

1. ¿Compra usted artículos de cuero?

Tabla 9 Compra de artículos de cuero

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| SI | 59% | 161 |
| NO | 8% | 22 |
| TAL VEZ | 33% | 90 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

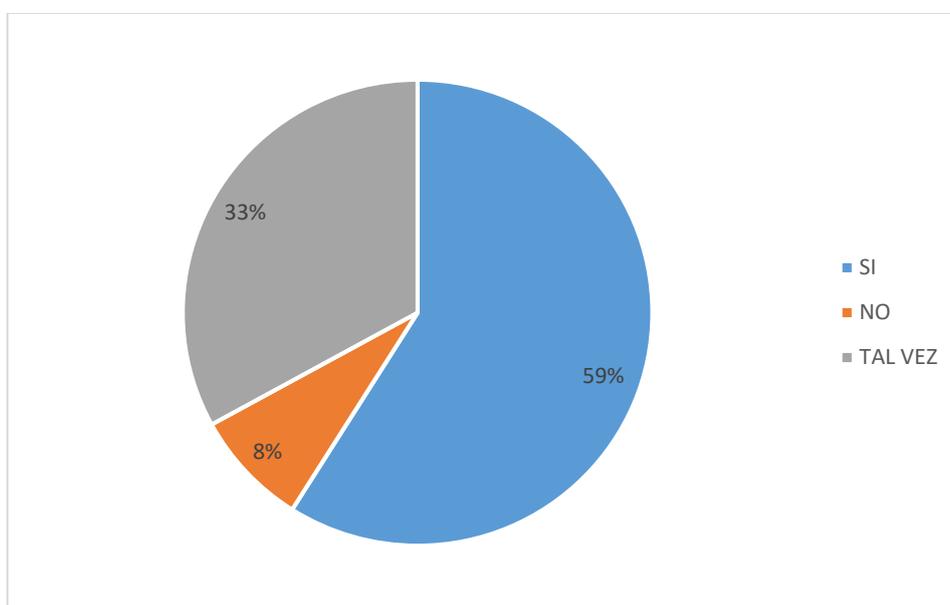


Figura 35 Compra de artículos de cuero

Fuente: Investigación de Campo, Correo electrónico – Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Dentro de esta interrogante se planteó si los encuestados compran artículos de cuero, siendo entonces el 59% de los mismos que si adquieren variedades de productos de este tipo, mientras que el 33% tal vez a comprado alguna vez productos así y por último el 8% no compra artículos de este tipo, para lo cual se interpreta que la fomentación y creación de artículos variados de cuero fomentaría mucho a la adquisición y producción para los artesanos y empresarios de Guayaquil.

2. ¿El cuero utilizado de preferencia lo desea en?

Tabla 10 Preferencia de cuero en prendas

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| CALZADO | 67% | 182 |
| CARTERA | 28% | 76 |
| ROPA | 6% | 15 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Correo electrónico – Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

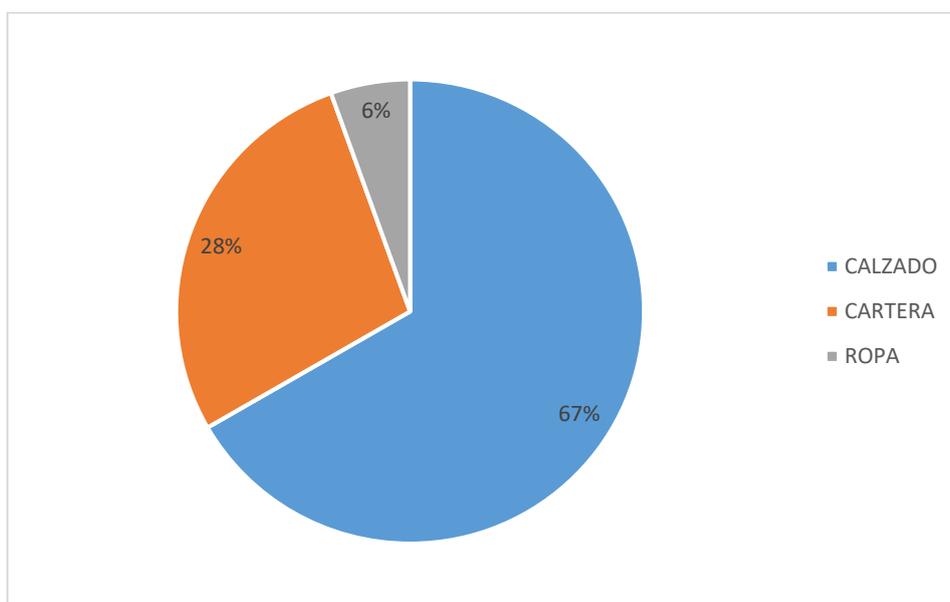


Figura 36 Preferencia de cuero en prendas

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Se interrogó cuál es su preferencia en artículos y prendas de cuero, para lo cual se determinó que, el 67% lo desean para los calzados, el 28% para las carteras y finalmente el 6% restante que sea distribuidos en ropa, donde se interpreta que el auge mayoritario para la utilización de prendas de cuero son el calzado, dado que este brinda un confort y diseño único que lo hace sofisticado y cómodo.

3. ¿Prefiere totalmente que sus zapatos sean 100% a base de cuero?

Tabla 11 Prefiere que los zapatos sean de cuero 100%

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| SI | 52% | 142 |
| NO | 48% | 130 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

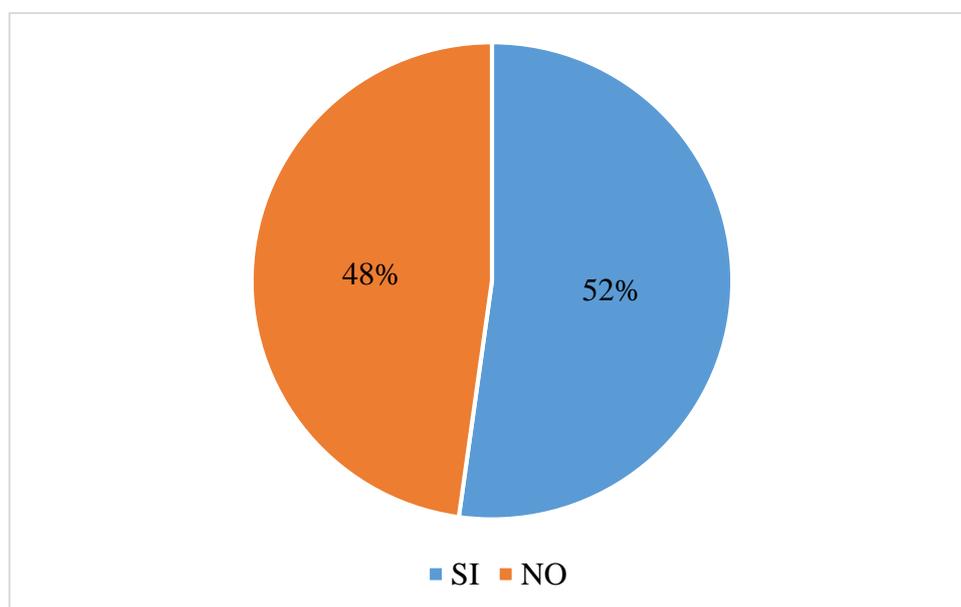


Figura 37 Prefiere que los zapatos sean de cuero 100%

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Se analizó por medio de esta interrogante si los encuestados preferían los zapatos que sean a base de cuero 100%, para lo cual estos respondieron que el 52% si desea y gusta adquirir zapatos de 100% cuero, mientras que el otro 48% no le es importante este detalle, donde se interpreta que la industria del cuero en calzado debería de incentivar mucho más la compra del mismos, haciendo un alce en sus ventas y conocimientos del calzado.

4. ¿Con que frecuencia adquiere usted productos de cuero?

Tabla 12 Frecuencia al adquirir productos de cuero

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| 1 VEZ AL MES | 37% | 100 |
| 1 VEZ AL AÑO | 59% | 160 |
| NUNCA | 4% | 12 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

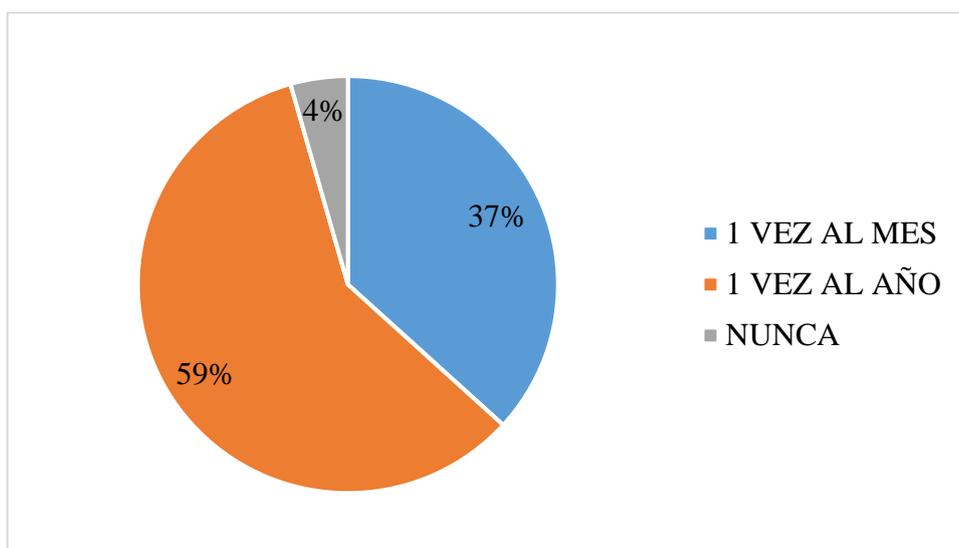


Figura 38 Frecuencia al adquirir productos de cuero

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Se interrogó la frecuencia en la cual adquirir productos derivado del cuero, para esto se logró determinar que, el 59% una vez al año, por otro lado, el 37% una vez al mes y finalmente el 4% restante nunca, siendo entonces la interpretación final que la cantidad en la cual se logra adquirir productos derivado del cuero no es tan periódica, dando así pie a que se fomente de mejor manera la industria de productos de cuero.

5. ¿Identifica usted fácilmente un producto elaborado del cuero?

Tabla 13 Identifica los productos de cuero

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| SI | 50% | 136 |
| NO | 25% | 68 |
| Tal vez | 25% | 68 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

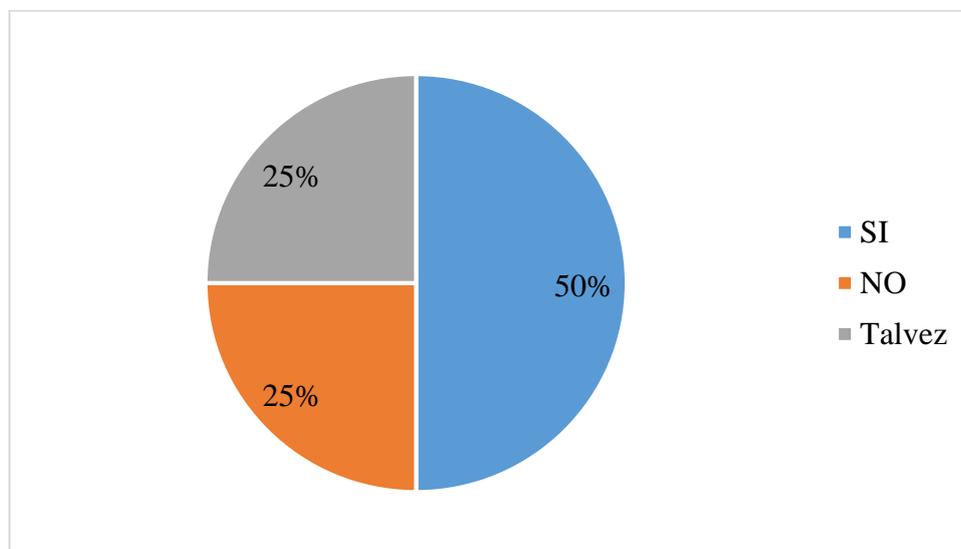


Figura 39 Identifica los productos de cuero

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Se interrogó si entro los encuestados estos identificaban fácilmente los productos elaborados cuero, para lo cual se determinó que del 100% de encuestados, el 50% si logra una facilidades de la identificación de los artículos de cuero, mientras que el 25% tal vez logre reconocerlos y el 25% restante no logra una identificación rápida del mismo, para lo cual se interpreta que existe un conocimiento base en la identificación de productos de cuero, lo cual lo hace valido y seguro para la industria y los nuevos comerciantes y artesanos.

6. ¿Cree usted que Ecuador tiene variedades de tipos de productos elaborados a base de cuero?

Tabla 14 Usted considera que el Ecuador posee variedades de productos a base de cuero

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| SI | 71% | 194 |
| NO | 0% | 0 |
| TAL VEZ | 29% | 78 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Correo electrónico – Enero 2018
Elaborado por: Leslie León

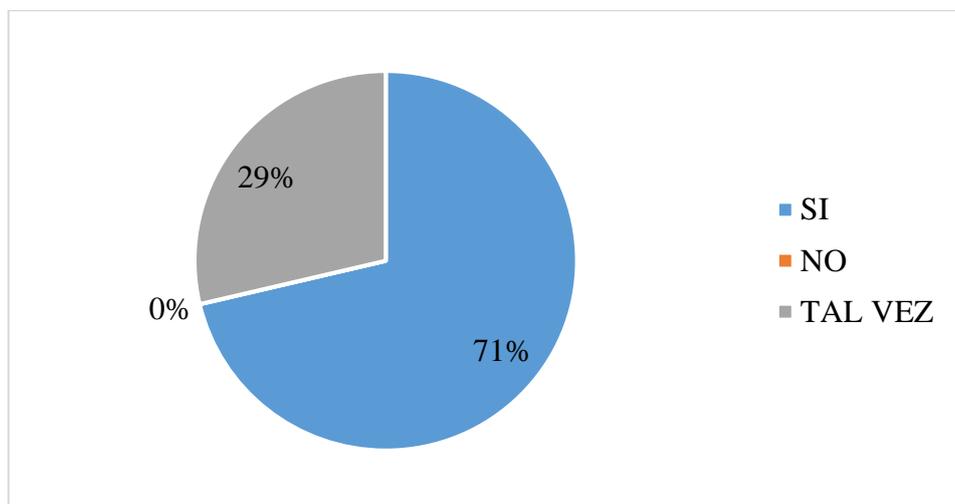


Figura 40 Considera que el Ecuador posee variedades de productos a base de cuero

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Dentro de esta interrogante se planteó si en el Ecuador existe variedades de productos que estén elaborados a base de cuero, para lo cual se interpretó que, el 71% si lo está, mientras que el 29% restante tal vez, para esto se llega a la interpretación de que la falta de publicidad o el poco impulso por parte del gobierno hace los artesanos y microempresarios depende mucho de los nuevos proyectos e impulsos que han hecho que no sea tan conocido un sinnúmero de productos y artículos derivados del cuero, dando así pocas bases en el mercado.

7. ¿Cuándo desea adquirir un producto de cuero, donde procede a comprarlos?

Tabla 15 Lugar donde adquirir los productos de cuero

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-------------------------|-------------|------------|
| CENTRO COMERCIALES | 53% | 144 |
| FERIAS ARTESANALES | 36% | 98 |
| REDES SOCIALES | 4% | 12 |
| TIENDAS DEPARTAMENTALES | 7% | 18 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

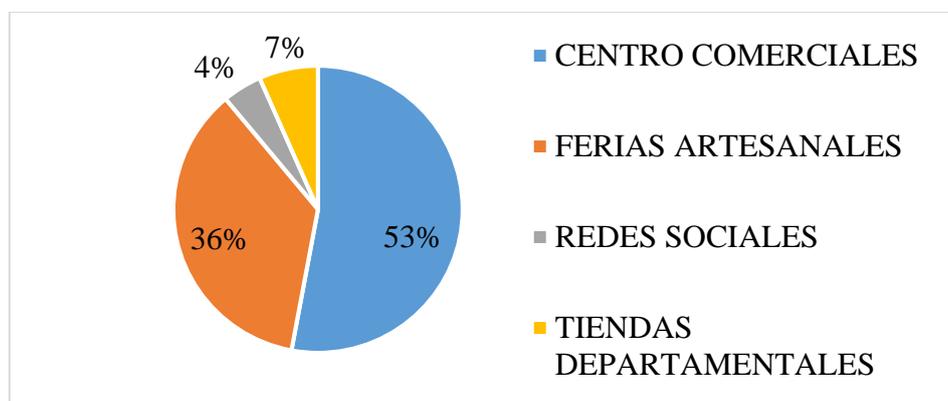


Figura 41 Lugar donde adquirir los productos de cuero

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Dentro de esta interrogante se planteó la frecuencia con la cual los encuestados adquieren un producto de cuero y donde estos logran adquirirlos, para esto se determinó varias logares, donde el 53% determino que los compran en los centros comerciales, el 36% en ferias artesanales, el 7% en tiendas departamentales y finalmente el 4% mediante las redes sociales, para esto se interpreta que, la adquisición de estos productos deberían ser mucho más trabajados dado que los compradores al momento de adquirir un producto les resulta ser más cómodo y ágil la compra presencial dado que estos pueden ser probado y apreciados tanto la calidad como el confort del mismo.

8. ¿Considera usted que el cuero ecuatoriano es de calidad y duradero?

Tabla 16 Considera que el cuero tiene calidad y es duradero

| DESCRIPCIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|-------------|------------|
| SI | 79% | 214 |
| NO | 17% | 46 |
| DESCONOCE | 4% | 12 |
| TOTAL | 100% | 272 |

Fuente: Investigación de Campo, Correo electrónico – Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

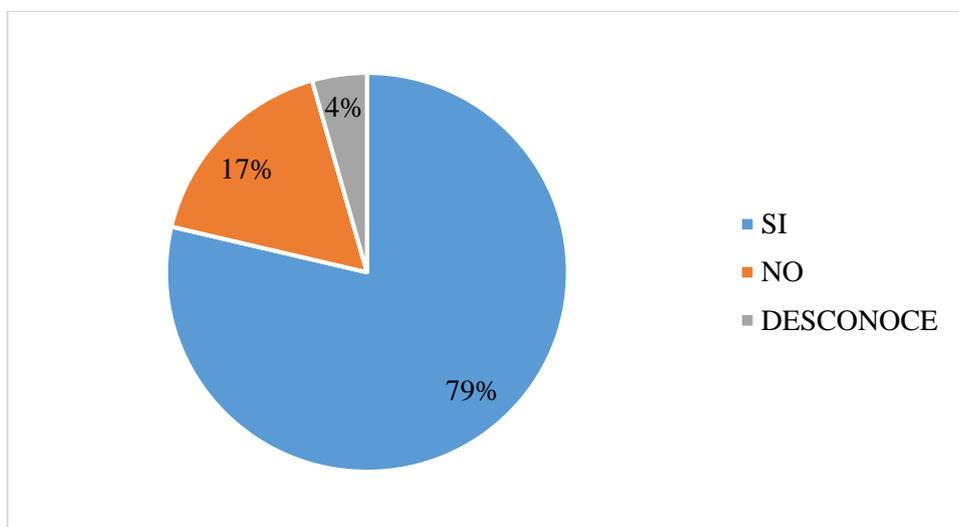


Figura 42 Considera que el cuero tiene calidad y es duradero

Fuente: Investigación de Campo, Enero 2018

Elaborado por: Leslie León

Análisis de los resultados: Dentro de esta interrogante se logró medir si el cuero ecuatoriano mantienen la calidad y resulta ser duradero, para esto se determinó que el 79% si cree que es bueno, mientras que el 17% no lo es y finalmente el 4% lo desconoce, para esto se interpreta que, el cuero ecuatoriano es una de las calidades mejores y de alta calidad.

3.3. Entrevista

Entrevistado: Carlos Barriga Estrada
Lugar; Empresa Grupo Estrada
Fecha: 22 Enero 2018
Cargo: Accionista y Jefe de Exportaciones



Figura 43 Entrevista a Exportador de Cuero
Fuente: Industria de Cuero Grupo Estrada
Elaborado por: Leslie León

¿Considera que las actividades de exportación deben de están vinculados con los marcos ambientales comparados?

Las exportaciones son aquellos que sostienen la economía de un país, permite crear fuentes de trabajo y a la vez en la generadora de nuevos proyectos y emprendimientos, por lo tanto cada una de las actividades deben estar directamente relacionada con la cultura que existe en los países que normalmente realizan la compra del cuero acá en el Ecuador, siendo importante visualizar un ambiente de comparado que se relaciona en forma directa con la idiosincrasia del país importador, esto quiere

decir conoce su tendencia, costumbres, cultura, alimentación, forma de saludar, idioma, entre otras.

¿Es Importante el desarrollo de las actividades de comercio internacional conocimiento la cultura de otros países?

Cada país tiene una cultura muy distinta a la que se maneja en el Ecuador, por lo tanto es imprescindible tratar en lo posible de adaptarse a la forma como ellos negocian, es importante destacar que en algunos casos cuando tú negocias con el Canadá y está en presencia de una empresaria de dicho país es fundamental dar dos beso de cortesía en la mejilla si tú te atreves a dar solamente uno es una situación negra activa e incluso la empresaria se siente código vida a tal punto que en no cae bien la comunicación que se está llevando hasta el momento, motivo que obviamente podría limitar algún tipo de negociación entre ambos países.

Otro caso muy importante detallar dentro de los marcos ambientales comparativo se presentó con los Estado unidos, cuando viene un importador directamente detrás instalaciones y se procede a enseñar toda la industria y los diferentes tipos de cueros existente para su posterior exportación, sin embargo el estadounidense trajo consigo un show guardé mucho interés que tenía un costo de mercado de alrededor de 3000 \$, y uno de los ejecutivos nuestro procedió a solicitarle una copia para instalarlo en la portátil que poseía, la situación se comprometió, el estadounidense pensó que le faltamos al respecto y lo inducimos a realizar un acto de corrupción, la tendencia obvia, ellos manejan adecuadamente la protección intelectual, respetan al autor de determinadas obras, y no piratean como nosotros lo hacemos con todo lo civil o materiales que lo duplicamos sin permiso o autorización. Esta situación presentada pudo haber causado que las negociaciones con dicho país no se realicen.

¿Desde cuándo aplica los marcos ambientales comparados en su organización?

Con las múltiples experiencias acontecidas hoy en día se aplica el análisis total de la cultura del país que va importar cuero, para esa manera estar tranquilo con las negociaciones y poder realizar convenios y tratados en beneficio de ambas empresas. Los marcos ambientales si bien es cierto no se conoce a profundidad su nombre como parte de la ciencia, sino como parte de la lógica el saber cómo actuar y cómo comportarse con personas de otros países considerando los marcos ambientales del mismo.

¿Podría indicar cuáles son las ventajas en la aplicación de los marcos ambientales comparados?

Entre las principales ventajas podemos citar la realización de la negociación a través de convenios y tratados, conocer a profundidad por eso la tendencia y cultura del país al que estamos exportando cuero, se considera también el idioma como punto fundamental para tratar todo tipo de negociación por lo que es fundamental contratar a un experto considerando la lengua de dicho país. La tendencia de las negociaciones continúan depende de la orientación que tengan los ejecutivos y sus detalles en relación con los convenios realizados con empresas internacionales.

3.4. Conclusiones de los resultados Obtenidos

Es importante destacar que el estudio realizado a la 272 personas un gran número de ellas se dedican a abusar de implementos de cuero, tanto en hombres como en mujeres, los resultados alcanzados manifiestan que existe entre los ecuatorianos un gran interés por usar cuero, además en diferentes países del mundo el interés es eminente, según la información recibida por encuesta realizada vía correo electrónico a ciudadanos peruanos, colombianos, argentinos, españoles, entre otros. A la persona encuestada

inclinan su tendencia a comprar mayor cantidad de calzado de cuero, tendencia que respetara y sostenida por muchos ciudadanos en otros países, esto permitiría que las negociaciones interculturales sean más amplias buscando nuevo consenso en los marcos ambientales comparativos.

La tendencia de consumo de cuero en los diferentes países tienen un apego directo al producto de calzados en un promedio de alrededor del 52% según las encuestas realizadas, además el proceso de adquisición abarca un promedio de al menos en un año comprar zapatos de cuero o productos similares en un promedio de alrededor del 59% de los ciudadanos nacionales e internacionales encuestados.

Desde el mercado internacional, los ciudadanos conocen el cuero, además asemeja mucho con la calidad dentro de producto del utilizan, se ha este calzado, cartera, vestimentas, entre otras en un promedio de alrededor del 50%, esto permite que la tendencia de compra a nivel internacional se eleve constantemente por la apertura del material dentro del país. Es importante rescatar que el Ecuador es un país que tiene un nombre y presencia en diferentes países relativo a la producción y comercialización del cuero en un 70%, cifra que hace que hace al país tenga un accionar en los marcos ambientales comparativos

3.5. Análisis FODA

Fortaleza

- F 1. Comunicación eficiente en las relaciones internacionales
- F 2. Respaldo legal y político en las transacciones realizadas por exportadores ecuatorianos
- F 3. Masificación de productos derivados del cuero

- F 4. Eficiencia del tratamiento del cuero
- F 5. Mano de obra eficiente
- F 6. Tratado de libre comercialización
- F 7. Manejo del dólar como política monetaria sostenida
- F 8. Tecnología en las negociaciones, convenios y tratados

Debilidades

- D 1. Limitada expansión de productos derivados del cuero
- D 2. Mínima acciones de gestión con gobiernos internacionales
- D 3. Carencia de ferias internacionales
- D 4. Análisis de culturas e idiomas y costumbres el mercado internacional
- D 5. Programas de apoyo a industrias exportadoras referente a los marcos ambientales comparativos
- D 6. Reducido soporte legal a la industria para el mercado internacional
- D 7. Proyectos de comercialización internacional respaldado por el gobierno
- D 8. Costumbres idóneas y fijas en temas tecnológicos

Oportunidades

- O 1. Expansión a nuevos mercados
- O 2. Proyectos equitativos entre países
- O 3. Aprendizaje de nuevas costumbres
- O 4. Actualización y ampliación de tecnología
- O 5. Sistematización de procesos acorde a necesidades
- O 6. Gestión de nuevos proyectos de carácter internacional

Amenazas

- A 1. Política de Estado cambiantes
- A 2. Lenguaje empírico y mal manejo del idioma
- A 3. Leyes flexibles en los convenios internacionales

3.6. PEST de los marcos ambientales

Aspecto político

La parte política por los lineamientos, reglas, procesos a realizarse mediante la configuración de los marcos ambientales comparado donde se establecen tendencia de cómo negociar en el comercio internacional, fijando claramente los lineamientos que será parte de convenios o tratados, la realidad objetiva de las negociaciones tiene que ver directamente con la estabilidad que posee dicho país en términos laboral, además involucra las acciones o estrategia que tomen los gobiernos de turno en el Tratado de Libre Comercio con los diferentes países e incluso cuales el ambiente en político o y democrático a tomarse en cuenta al momento de exportar o importar cuero desde diferentes sectores territoriales.

El aspecto de la corrupción de la política encierra también un contexto negativo que no permite que las acciones de convenios y tratados se organicen adecuadamente, esto limita el desarrollo de la empresa, por el hecho de que existen inconvenientes en el área legal y política, dando un preámbulo adverso a todo tipo de acción. La negociación se tienen que basar con el respaldo de la política de servicio para contribuir a la creación de nuevos proyectos que permitan la concienciación de colaboradores para con la cultura de los países a donde llegamos con nuestro producto.

La capacidad de resolver conflicto, constituir normas claras, dar la oportunidad de avanzar y emprender nuevas negociaciones e incluso facilitar líneas de crédito son parte del esquema político que todo gobierno debe llevar a consideración para que la industria y organizaciones logren entregar al mundo todo lo que produce su país, esto se da con la realización de comer en el tratado que oriente en el optimismo y la capacidad de difundir el precio la calidad del cuero ecuatoriano.

Aspecto económico

El Producto Interno Bruto ecuatoriano refleja un incremento constante que según el banco de central de 4,3%, donde su soporte de será por la comercialización del petróleo y por los múltiples créditos otorgados por organismos financieros internacionales para soportar el actual flujo del sector público. La tendencia de incremento del PIB permite que exista un incremento en el gasto público e incluso la tendencia de emprendimiento de nuevos proyectos.

Lo marcos ambientales comparativo refuerzan las actividades realizadas por la industria ecuatoriana y comercio para con las empresas internacionales, fortaleciendo la exportación y a la vez considerando todos los elementos económicos impuestos que deben tomarse en cuenta para que la balanza comercial mejore su resultado.

En el momento de sistemas exportaciones esta será porque hay un concepto muy claro sobre la cultura existente en todos los países del mundo, y la industria ecuatoriana dedicada a la explotación y transformación del cuero debe conocer las pautas necesarias dentro del ambiente comparativo para sienta hablar nuevas negociaciones y expandir el mercado internacional dando un mayor auge al incremento de la industria y a la vez incrementar el portafolio de productos derivados del cuero que pueden expandirse al mercado internacional.

Dentro del marco mental comparativo se considera la moneda como 1 U de interés en el ámbito internacional, debido a que el dólar es una moneda muy fuerte conocida en todos los mercados de la región americana, Europa y Asia, dando un despliegue de interés por negociar como un país que posee un ámbito monetario reconocido. Toda la negociación se realiza a través de las principales monedas internacionales que son el dólar y el euro, por lo que la conversión del mismo está relacionada con el país importador y exportador existiendo mecanismo de control y cambio dependiendo del valor de la moneda en el día.

Existiendo manejo adecuado de los marcos ambientales comparativo, simplemente será un crecimiento económico debido a que los proyectos nuevos permitiría que la mano de obra se incremente además produce un impacto en los alrededores de la industria de cuero, donde aparecerán nuevas oportunidades de trabajo y emprendimiento. La situación económica garantizada por la tendencia de conocer la cultura de otros países permite ampliar nuevos horizontes y a la vez abastecer al mercado internacional con la industria de cuero ecuatoriana.

Aspecto social

Un país que a través de su empresa organiza, planifica y dirige adecuadamente sus recursos, también debe de considerar el macro entorno, esto implica el interés de conocer cuál es la cultura de los países aquí en envío el cuero en bruto o transformado, de esa forma se aprecia cuáles son los gustos y a la vez modelos que agrada al consumidor en dicho país importador, considerando el principal aspecto la conciencia cultural que abarca medidas o lineamientos a considerar para dirigirnos a una negociación acorde a las características del consumismo.

La integración consiste en fortalecer las bases de convenios y tratados con el fin de que se amplíen las negociaciones se incremente el número de ítems a exportarse y a la vez que permita forjar nuevo proyecto que evolucionen en el ámbito laboral, considerando el trabajo en equipo además de la difusión de mensajes llamativos que son parte de la conciencia de los consumidores en el ambiente internacional. Es importante dentro lo marcos ambientales comparativo que exista un orden jerárquico de todas las necesidades que posee el mercado a donde me quiero dirigir, para esa manera saber cómo llegar al consumidor o cliente.

Es importante adaptarnos a la cultura del país importador, sólo así podremos citar que el consumismo se da a gran escala y que la exportación de la industria ecuatoriana va a satisfacer las necesidades de aquel mercado que requiere alto el cuero como los derivados. Es importante combinar la cultura que posee los ciudadanos en el Ecuador y analiza los aspectos negativos de dicha cultura en el mercado internacional, para esa manera evitar situaciones negativas que podría dirimir en la no negociación del cuero en dicho país.

Aspecto legal

Ecuador, país que mantiene una constitución sólida, permite el comercio nacional e internacional en todos sus afluentes, además legaliza todo tipo de acción que tenga relación con empresas nacionales en el extranjero, considerando la expansión de proyectos y programas a nivel internacional.

El momento de expandirse la industria ecuatoriana a otros países, es obligación del Estado garantiza a las relaciones internacionales e incluso fortalecer los Tratado de Libre Comercio para que de esa manera ser competitivo en el mercado internacional y

que nuestras empresas y productores salgan satisfechos por los tratados realizado y por las negociaciones vigentes

Aspecto tecnológico

La actualización de los implementos tecnológicos que se realiza en el momento de exportar el cuero, y de relación directa con infraestructura de equipos y maquinarias que tienden a mejorar la productividad y a la vez acelerar el ritmo de negociación con país e internacionales, el marco ambiental comparativo dentro de la tecnología involucra saber conocer cuáles son los implementos e instrumento más sofisticados que podría ser utilizado para mejorar el rendimiento de la producción y transformación del cuero.

Tabla 17 Análisis del marco ambiental comparativo
ANALISIS DEL MARCO AMBIENTAL COMPARATIVO

| Análisis de | Cultural | Ambiental | Legal | Social |
|-------------------------|--|---|--|---|
| Encuestas | Relación integral con países importadores Aprendizaje trae cambios Intensificar el ambiente y las relaciones | Comunicación eficiente Actualización de tecnología constante Adaptar nuevas medios sofisticados de comunicación | Cumple con leyes del Ecuador Normas países Importador Tratados libre comercio | Nuevas plazas de trabajos y proyectos Control de actividades del importador Estrategias de integración de cultura y adaptabilidad |
| Análisis de entrevistas | Ampliación del mercado Cambio cultura organización Adaptación e inducción | Relación con equidad y beneficio mutuo Control de actividades realizadas y acciones Dirección y control de las negociaciones realizadas | Complejidad en las exportaciones Planificación constante y cambios Leyes claras para el comercio | Nuevos proyectos y ampliación del mercado Adaptabilidad a nuevos regímenes y cultura Manejo de los marco comparativos ambientales |

Elaborado por: Leslie León

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1. Tema

Plan de acción que permita para la expansión de la industria del cuero en el mercado internacional considerando los marcos ambientales comparativos.

4.2. Justificación

La propuesta se justifica por el hecho de que la industria de cuero al tener un mayor conocimiento de los marcos ambientales, se entabla diversas formas de negociación con países que tienen gustos por la industria de cuero. La industria ecuatoriana tiene una gran acogida en el mercado internacional, siendo necesario que se apliquen cambios culturales por lo que las negociaciones se dan en forma directa y se requiere de determinados valores e innovaciones para su pronta conclusión y cierre de venta. Se justifica el hecho de que nuestro talento humano tiene que tener la experticia básica necesaria del país a que se va a exportar, porque la cultura de dicho país importador por la negociación, es decir si la comparación tanto de la cultura, el idioma, la psicología, y la confianza atribuyen a. Todos de elección para elegir la opción más agradable, siendo necesario el apego y la dedicación por conocer la tendencia, valores y costumbres de las empresas de cuero importadoras.

La diversidad de producto que mantiene las empresas e industrias de cuero ecuatoriana tiene acogida en el mercado internacional en especial aquellos cueros cuya piel proviene del bovino por tener un grosor de tres a 4 cm, y un material con

característica fibrosa, también se demanda el cuero de cabra por su calidad y ser una piel resistente y muy fina.

El cuero proveniente de los equinos despierta el interés de la industria de por internacional por ser una piel muy gruesa y resistente, el cuero proveniente del ovino es muy fino, flexible y extensible por lo que es muy apetecido por diferentes mercados internacionales. El cuero del becerro es un material sedoso y muy fino para realizar productos de alta calidad, también es muy apetecido el cuero proveniente del cerdo por su suavidad y la fortaleza y dureza que éste posee.

El mercado internacional busca tener negocios muy interesante con industria de cuero de diferentes países, por el hecho de que son empresas transformadoras de la materia prima del cuero de diferente tendencia, sin embargo la industria transforma el cuero arropa, calzado, bolsos, adornos, entre otros siendo necesario que exista un cuero en calidad y en cantidad, por ende el marco ambiental de la industria debe estar dotado por considerar la cultura, el idioma, la dignidad, jerarquía, entre otros factores indispensables al momento de entablar una negociación internacional.

4.3. Objetivos del plan de acción

4.3.1. Objetivo general

Diseñar estrategias innovadoras para que la industria de cuero se expanda a mercados internacionales considerando los marcos ambientales comparativos

4.3.2. Objetivos específicos

Analiza las principales estrategias de expansión para la industria de cuero y la tendencia en las negociaciones considerando los principales marcos ambientales comparativos.

Describir la tendencia de la industria de cuero considerando los marcos ambientales comparativos además de las principales características en su aplicación.

4.4. Estrategias del plan de acción

4.4.1. Estrategia Aplicación de la conciencia cultural en la industria de cuero

Dentro de este campo es importante hacer conciencia y vincular las relaciones del comercio internacional concentrada en una persona que posea la experticia cultural a donde se va a exportar el cuero o su derivado, su principal apego será por el hecho de que conoce la cultura y realizan las negociaciones con el mismo énfasis como de que se tratara una negociación local, pero la realidad que son negociaciones entre diferentes países unidos por el marco ambiental comparativo.

4.4.2. Estrategia de aplicación de un idioma único en la industria de cuero.

La industria del cuero ecuatoriana en su desplazamiento a diferentes países interesados en el producto nativo y transformado buscan entablar un diálogo abierto en donde exista la sinceridad, confianza y seguridad, por lo tanto el idioma debe de ser la característica de mayor prioridad entre las partes, esto implica como estrategia que el español idioma principal de nuestro país se fundamenta en el marco ambiental del país

importador en lo que a la lengua o idioma tradicional compete. Esto implica que la estrategia de dominar el idioma de preferencia en inglés abarque todas las coyunturas para que en cada uno de los países al que no dirigamos tenga moción directa a combinar criterios, culturas, y tratar la negociación en términos claros y precisos, eliminando conflictos e inconveniente con el idioma.

Cabe destacar que muchas organizaciones en diferentes países han perdido grandes cantidades de dinero por el hecho de poder limitar su extensión en el idioma, dejando hablado las negociaciones y buscando simplemente limitaciones de negociar con países con idioma similares. En un mundo globalizado no podemos abarcar una decisión limitada en los marcos ambientales referente al idioma, es imprescindible que cada industria dedicada al uso y transformación del cuero tenga entre su recurso talento humano que domine el idioma del país a donde nos referimos.

4.4.3. Estrategia de confianza y orientación hacia el futuro en la industria de cuero.

Un país se debe a su cultura, a su tradición, a su forma de ver el mundo desde una expectativa de mejora constante, la industria del cuero tiende a crecer, siempre y cuando entre sus filas los recursos sean optimizados y eficientes, acción que implica crear un ámbito de confianza tanto para el cliente nacional como para el internacional. Una empresa en el momento de realizar gestiones de importación o exportación requiere de la confianza de las partes, debido a que la uretra encargada de enviar el dinero respectivo y la otra empresa de recibirlo y envía al el producto o el servicio pactado. Uno de los objetivo estratégico de toda negociación es tratan en lo posible de encontrar nuevos mercados, siendo necesario crear una solvencia e imagen corporativa en la

industria de cuero ecuatoriana para que los campos en el comercio internacional se amplíen.

4.4.4. Estrategia de comunicación en los negocios internacionales.

Una la principal herramienta para entablar un diálogo y concluir una negociación en la comunicación que debe de existir, ésta puede darse a través de mensajes, colores, diseños, redes sociales, Internet, referencias, entre otras, sin embargo lo más importante en el comercio internacional en las diferentes empresa dedicada al cuero es la comunicación que se ve entre las partes. La necesidad de dar a conocer cuáles son las ventajas del cuero ecuatoriano implica enviar mensajes masivos a través de correo electrónico o las redes sociales para difundir las principales características de adquirir el cuero en la República del Ecuador. En el momento que existe en los marcos ambientales comparativos se denota un interés directo en la forma de interactuar del país importador, utilizando la industria ecuatoriana estrategias de conocer las vicisitudes y cultura pertinente del país interesado.

La comunicación un mecanismo directo de dar a conocer a todos los ciudadanos del mundo la expectativa del cuero ecuatoriano, su firmeza, su tipología, su costo, su precio, su transformación e incluso el soporte queda al medio ambiente. La tendencia de una organización de ampliar su venta es a través del traslado de la información en los diferentes medios, a través del uso de la tecnología se llega a diferentes lugares en un mismo tiempo, concretando negocios siempre y cuando se considere el marco ambiental.

4.5. Actividades a desarrollar

Es importante difundir en la industria de cuero ecuatoriana un completo análisis de los marcos ambientales de mayor interés en el contexto internacional, dando énfasis a la comunicación como principal herramienta de trasladar la información referente a los diferentes tipos de cuero que existen, además es importante controlar los tratados existentes con el fin de que los precios de traslado del cuero sean competitivos con los diferentes países dedicados a difundir materiales similares o sustitutos del cuero. El ser un país anfitrión para que diferentes organizaciones ingresen al Ecuador permitiría que el mercado sea medible y que todas las organizaciones estén sumadas en un solo consenso cooperativo para esa manera enfrentar la demanda existente por nuestro producto nacional.

Entre la principal actividad desarrollarse para difundir los marcos ambientales en la industria de cuero a nivel internacional se podría realizar:

1) Información pertinente del cuero, la calidad, tipología, y precios

Consiste en dar un claro concepto de las principales característica que tiene el cuero y darla a conocer a través de los marcos ambientales comparativos, dando a conocer sus principales particularidades y como se negocia el cuero en los diferentes países del mundo y lo más importante de que se conozca la calidad y la calidez de los artesanos ecuatorianos para dar una mayor acogida a su exportación en diferentes países.

2) Desplazamiento de información pertinente el cuero en una página oficial cooperara entre todas las industrias dedicada al uso y transformación del cuero

La cooperación es el eje de negociación entre países, donde se unen los mercados a fin de entablar una agrupación que permite que los recursos sean más aceptables, además de que los costos son influenciados con un mejor precio y la competencia del cuero en el contexto internacional, resulta más económico, ampliando las exportaciones a un mercado internacional totalmente competitivo.

3) Actualización constante de la página web y redes sociales para el mercado internacional

Los medios tecnológicos, son en la actualidad la principal fuente de comunicación que existe entre empresas en diferentes países, donde cada organización busca las mejores alternativas a través de la verificación de precio y calidad del cuero ecuatoriano, dando un criterio forjado de acciones a realizarse para que las negociaciones se realicen, tomando en consideración el marco ambiental de cada país.

4) Desplazamiento de la información a diferentes países sin importar su idioma, cultura, etnias, entre otras características

Para negociar en un país nuevo, en relación al cuero, es de interés el conocer cómo se desarrolla la cultura, considerando el idioma nativo o el inglés como principal medio de comunicación, donde además se debe de considerar la jerarquía de los niveles de toma de decisiones, las grandes organizaciones que expanden su producto al mundo considerando los marcos ambientales como principales estrategias en la comercialización.

- 5) Trata de lo posible de que exista una persona dedicada a conocer la cultura de cada país importador de cuero

La persona tendrá que ser típica del país importador de cuero, donde se establece un esquema de seguridad, por el hecho de que la persona seleccionada se entabla de que la comercialización de detalle, con sus expectativas, dando lugar a un procesos de confianza y dignidad, la tendencia de la negociación es viable por el hecho de que conocen los marcos ambientales tratados en la comunicación entre países.

- 6) Reflejar una adecuada organización al recibir dentro del marco ambiental a los importadores dentro del Ecuador siendo excelentes anfitriones

El ser anfitriones consiste en dar un paso a la comunicación del exportador, considerando los marco ambientales a detallar con el fin de que cada país importador conozca de la organización y del cuero ecuatoriano, dando un esquema de confianza y respaldo, considerando que las industrias y artesanos en el país origen forman un mismo equipo en precio y calidad.

- 7) Tratar de mantener las expectativas relacionadas al país importador de cuero en lo relacionado a su costumbre y afinidad en la negociación

Esto significa que un país importador debe de entablar un dialogo ameno en la tendencia de dar a conocer precio, calidad, características adicionales e innovaciones, además de las fuentes de origen del producto y la composición del cuero, solo así se permite dar un claro esquema de emprendimiento y desarrollo por la toma acertada en las decisiones.

- 8) Realizar políticas relativas a los marcos ambientales comparativos para esa manera dar a conocer a las industrias ecuatorianas la necesidad de conocer al cliente para ampliar la gestión de negocios y alcanzar nuevas propuestas.

Las políticas en los marcos ambientales comparados, son lineamientos asequibles, que denota el interés del cuero para con el mercado internacional, dando a conocer en un solo bloque las características que poseen el gremio artesanal y la industria de cuero, para consolidar un mercado internacional enriquecido con la comunicación.

- 9) Compartido información debida entre todos tiene conforman la industria de cuero

La comunicación es única entre todos los artesanos y la industria del cuero, consolidándose un grupo eficiente que comparte calidad ante todos los emprendedores internacionales, la información del cuero ecuatoriano se fortalece en las redes sociales y en los medios digitales de comunicación.

- 10) Estar cooperados para de esa manera influenciar en un mismo precio la tendencia de exportación de cuero al mundo

El conformar cooperativas de ahorro y crédito como lo indica la superintendencia de economía popular y solidaria a través de la agrupación de todos quienes conforman la fabricación, tratamiento, explotación y comercialización del cuero. La consolidación de las personas afines en la comercialización del cuero, se une y se concentran en un solo eje de consolidación para fortalecer el producto en el ambiente internacional, considerando los marcos ambientales comparados.

- 11) Impulsar el desarrollo de nuevos emprendimientos que se dedique en la fabricación, transformación y uso del cuero

La idea de emprender nuevas empresas que tengan como similitud el cuero, desde ahí parte el comercio de nuevos productos terminados, que se comercializan en diferentes áreas locales e internacionales, considerando los marcos ambientales comparados entre países, esto permite nuevos emprendimientos, más aun cuando la calidad permite diversidad de productos provenientes del cuero.

4.6. Análisis financiero

Dentro del área financiera en el marco ambiental comparativo es importante clarificar el número de empresas que se podían agrupar para esa manera establecer un solo precio y tratar de exportar a los diferentes países el cuero y sus derivados, estableciendo un criterio globalizado de agrupación entre todos los empresarios y de esa manera alcanzar mayor cantidad de negocios internacionales

Es necesario que las empresas dedicada a la transformación del cuero a producto terminado y que utilizan el mercado internacional, conozca que la inversión es fuerte tanto en recursos materiales como en mano de obra por lo tanto para que las finanzas sean viables es necesario conocer el marco comparativo ambiental en el país al que nos dirigimos.

El ámbito financiero es la faceta más importante de la negociación, donde las parte deben de tener una comunicación clara, además existe la confianza, es por ello que el conocer el marco ambiental comparativo permitiría tomar decisiones llamativas acorde a los valores del cuero en el mercado internacional, la tendencia de que los

precios mejoren no es tan viable como el crecimiento de nuevos negocios a diferentes países.

Dentro del análisis financiero también se debe definir cuáles son los principales tipos de acuerdos que existen en el comercio internacional, más aún cuando la tendencia está basada directamente en medir la cultura del país origen y del país de destino

4.7. Medición y seguimiento

Se valida además cuando los costos de transporte está influenciado directamente por los marcos ambientales comparados, donde se detalla claramente la importancia del cuero y la facilidad de ventaja que da en el país importador para consolidar un transporte incluido dentro de la negociación.

Marcos ambientales comparativos, mantiene la rigidez en la industria ecuatoriana, debido al interés del importador por acaparar la mayor cantidad de tipología proveniente del cuero, siendo necesario la integración de las empresas y una adecuada comunicación en donde se pronuncia a un sólo lenguaje concerniente a los recursos utilizados, al precio de exportación y los parámetros culturales involucrados en la negociación

Normalmente los compradores en el mundo buscan productos totalmente originales, es decir que provengan de esferas naturales, en el caso del cuero este proviene directamente de los diferentes afluentes ganaderos, donde pernocta la calidad y el adecuado tratamiento que se le da a cada tipo de cuero.

CONCLUSIONES

La industria de cuero tiene aceptación en el campo internacional, esto es debido a que existe calidad y calidez en la industria, sin embargo es necesario el manejo del marco ambiental comparativo, con el fin de que la cultura se unifique en relación a las negociaciones realizadas.

La tendencia de marco ambiental corpóreo comparativo abarca una limitada presencia en lo cultural, político, social y tecnológico debido a que la industria de cuero busca los clientes y espera la aceptación del mismo para exportar los requerimiento, esto no permite que haya una comunicación eficaz, mucho -1 diálogo competitivo, además la negociación suele darse por la decisión de una sola vía y no por mutuo acuerdo y consentimiento

La estrategia de expansión para mejorar los marcos ambientales comparativos se difunden de manera estratégica en la industria de cuero, considerando que la persona relacionada la negociación debe poseer la competencia necesaria para combinar su diálogo con base a la cultura del país a donde se va a exportar el cuero, de esa forma dar a conocer las ventajas, beneficios, descuentos y otras oportunidades que podrían presentarse en caso de entablar varias negociaciones.

Se valida la situación de la aplicación de los marcos ambientales por el hecho de que la producción en el extranjero suele ser mayor que en el país de origen, por lo que Ecuador en la industria de cuero es necesario la globalización de todos quienes están relacionados con este producto, es decir la unión de todas las organizaciones fabricantes

de cuero y afines mantenerse consolidadas y cooperara para esa manera abarcar el mercado internacional y sostener el precio, la demanda y las expectativas.

La parte de costos de los recursos en el país origen deben de ser analizados en términos monetarios para con los países destinos, donde se debe de describir cuáles serán los principales argumentos en los marcos ambientales comparados para que se establezcan los acuerdos comerciales internacionales con las otras empresas u organizaciones, teniendo en cuenta siempre cuanto a la inversión para acaparar la atención y dedicación para con el importador de cuero

RECOMENDACIONES

Es necesario tratar en lo posible de vender más barato que en el extranjero, debido a que la unión de todos los gremios dedicado a la producción del cuero tiene la ventaja de ser competitivo, por lo tanto hay que considerar los marcos ambientales comparativos para ampliar el mercado y buscar nuevo esquema de negociación

Se recomienda tratar en lo posible de que el transporte en el marco ambiental comparativo este involucrados dentro del presupuesto del importador, claro está conociendo la tendencia de que ello buscan un producto con una alta calidad, un adecuado mantenimiento, y que la expectativa en su transformación sean viables en un producto terminado.

Ampliar la capacidad nacional en la producción del cuero para dirigimos a nuevos mercados internacionales, considerando en todo momento los marcos ambientales comparativos para de esa manera destinar claramente cuáles serían las principales actividades y característica del importador

Se recomienda que la industria de cuero esté constantemente en cambio innovadores y tecnológico, para esa manera utilizar las maquinarias que permitan acelerar los procesos de producción y a la vez concientizar los insumos básicos necesarios que requiere el comercio internacional, situación que es imprescindible canalizar el marco ambiental para extender la capacidad de negociación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aihwa, O. V. (2013). *Flexible Citizenship: The Culture Logics of the Transnationality*. Oxford: Oxford University Press.
- ANCE. (2012). *Conferencias sobre el porceso de curtición del cuero de bovino* . Ambato: Asociación nacional de curtidores del Ecuador .
- Aviles, G. F. (1914). *Método directo para aprender español*. World book Company.
- Becé Alejandro. (2012). *Tendencias en calzado: los zapatos más exclusivos y artesanales*. Revista Tendencias, 2.
- Becé, A. (16 de Marzo de 2012). *Tendencias en calzado: los zapatos más exclusivos y artesanales*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de <https://www.tendenciashombre.com/tendencias/tendencias-en-calzado-los-zapatos-mas-exclusivos-y-artesanales>
- Benguría, P. S. (2010). *MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN ESPECIAL*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Briones, G. (2016). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: UNIVERSITARIA CARLOS LLERAS RESTREPO.
- Brown, D. (2013). *Human Universals, Human Nature and Human Culture*. Daedalus.
- Campbell, D., & Stanley, J. (2013). *Métodos de Investigación*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu.
- Canelos, S. R. (2011). *Formulación y evaluación de un plan de negocio*. Guayaquil: Editorial UIDE.
- Cdei. (26 de Junio de 2012). *Cdei itam*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de cdei.itam.mx/OMC12.ppt
- Chang, C. H. (2015). *Introduccion a los negocios internaiconales* . Costa Rica: Universidad estatal a distancia.
- Correia, J. J. (2012). *El clúster de Europa germánica: donde los empleados tienen voz*. Journal of World Business.
- Cubillo, V. E. (2014). *“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INSTALACIÓN DE UNA FÁBRICA DE CALZADO EN LA CIUDAD DE DE UNA FÁBRICA DE CALZADO* . GUAYAQUIL – ECUADOR: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

- Dean B. Baker. (2009). Industrias Textiles y de la Confección. Boston.
- Diario La Hora . (2012). Analizan producción Nacional de calzado. Quito: LA HORA.
- Diario La Hora. (24 de Abril de 2012). Analizan producción Nacional de calzado. País, pág. 2.
- Ecofinanzas. (22 de Febrero de 2014). Eco-finanzas. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/B/BALANZA_COMERCIAL.htm
- EcuRed. (28 de Julio de 2013). Distintos tipos de cueros y pieles. Recuperado el 17 de Enero de 2018, de <https://www.ecured.cu/Cuero>
- Educación, M. d. (2015). INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN. Quito: SUBSECRETARÍA DE FUNDAMENTOS EDUCATIVOS.
- El Universo. (2012). Empresarios ambateños buscan. Guayaquil: Diario El Universo.
- Estacio, A. C., & Aguiar, E. I. (2011). Empresa exportadora de chompas de cuero al mercado de Murcia España. Quito: UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA.
- Forcillo, A. (2015). LA INDUSTRIA DEL CURTIDO. Chaco República Argentina : Universidad Nacional del Nordeste.
- Fulford. (2012). The China Factor.
- Graterol, R. (2013). LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO. Merida - Estado Merida - Venezuela : Universidad de Los Andes .
- Guaraca, L. E. (2015). “DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS DE PRODUCCION, PARA EL SECTOR DE LA ZAPATERIA DEL CANTON GUALACEO”. Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Guayasamin, S. C. (2012). Comercio Internacional del calzado de cuerp. Guayaquil: Pudeleco Editores S.A.
- Hassan, Q. S., & Moreno, R. A. (2017). ESTANDARIZACIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PIEL DESHIDRATADA DE CERDO (PELLET) EN LA EMPRESA PRODUCTOS PORKY’S. Bogotá: UNIVERSIDAD DE LA SALLE .
- Hernández, M. A., Cantín, G. S., López, A. N., & Rodríguez, Z. M. (2014). Métodos de Investigación. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Hernández, R. (2012). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CURTIEMBRE DE CUERO DE GANADO VACUNO EN EL CANTÓN

COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA. Ibarra: UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE.

- Hosfstede. (2013). Cultura y Organización.
- Ideboen Alyssa. (2013). Materiales que se usan para fabricar zapatos. Revista How en Español, 3.
- Inglehart. (2011). Human Values and beliefs.
- Inglehart. (2011). Human Values and Beliefs.
- Intriago, L. (2016). Microempresarios aprenderán técnicas para internacionalizar sus productos. Quito: El Ciudadano.
- June, F. N. (2015). When in Rome, The effects of culture adaptation on intercultural business negotiations. Journal of International Business Studies.
- Lacerca, A. M. (2011). DISTINTOS TIPOS DE CUEROS Y PIELES. Obtenido de <http://www.cueronet.com/tecnica/tipospieles.htm>
- Larrea, E. F. (2013). Elementos De Comercio Internacional. Quito : Diseño E Imprenta.
- Lenartowicz, T., & Roth, K. (2014). The selection of key informants in IB Cross-Cultural Studies. Management Internacional Review.
- Malandra, O. (5 de Septiembre de 2013). Las diferencias entre la piel del cordero y la piel del becerro. Recuperado el 17 de Enero de 2018, de https://muyfitness.com/las-diferencias-entre-la-piel-del-cordero-y-la-piel-del-becerro_13105426/
- Mejía Leonel. (2011). Fabricación del calzado de cuero. Revista Calzados y Zapatos, 4.
- Mercado, A. (2012). “Estudio para determinar la factibilidad comercial y económica de introducir carteras de cuero con intervención artística, exclusivas, en un segmento determinado de Argentina” . Lima: Universidad Privada del Norte .
- Noyola Francisco, T. (2010). Calzado. México D.F.
- Osinsky Debra. (2009). Cuero, Pieles y Calzado. Boston: ENCICLOPEDIA DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.
- OZAPATO. (18 de Agosto de 2016). ¿ De donde proviene el cuero y que tipos de cueros existen ? Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de <https://ozapato.com/tipos-de-cuero/>
- Pazmiño, P. E. (2017). “La microempresa en la ejecución de obra pública en el Ecuador”. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ping, P. F., Kennedy, J., Tata, J., Gary, Y., Harris, B. M., Kuang, P. T., & Srinivas, E. (2015). El impacto de los valores culturales de la sociedad y las creencias

- sociales individuales sobre la efectividad percibida de las estrategias de influencia gerencial. *Journal of International business*.
- PRO ECUADOR. (2013). *Cuero y calzado*. Ecuador : Ministerio de Comercio Exterior.
- Rodrigo, I. R., & Daniel, G. T. (2011). “DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATEGICO, PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE CARTERAS Y ZAPATOS TEJIDOS, BAJO LA MARCA RODAN”. 2011 Guayaquil: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.
- Romagnoli, M. F. (2007). *El proceso para fabricar calzado*. QuimiNet, 2.
- Salguero Stalin. (2014). Ministerio de Industrias y Productividad, trabaja en potenciar la industria del cuero y calzado. CACPECO Cooperativa de Ahorro y Crédito, 3.
- Salvatierra, C. B., & Sánchez, M. M. (2015). *Plan de negocio para la confección, distribución y comercialización de calzado enfocado al mercado de la costa ecuatoriana*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .
- Serrada, B. A., & Fierro, P. H. (2014). “Sector Calzado en Colombia, Caso de estudio y Consideración de Modelos de Negocio en las Empresas de Calzado: MSS, BRG Y CHS”. Rosario: COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO.
- Sierra Guzmán, M. P. (2012). *Tipos más usuales de Investigación*. Pachuca de Soto - México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Torres, M. (10 de Abril de 2017). Club Verde Calzado. Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de Distintos tipos de piel para el calzado: <http://www.zapatosdepiel.shop/tipos-de-piel-calzado/>
- Torres, M. (10 de Abril de 2017). Conoce los distintos tipos de piel para el calzado. Recuperado el 17 de Enero de 2018, de <http://www.zapatosdepiel.shop/tipos-de-piel-calzado/>
- Torres, M. A. (2011). “PLAN DE FORTALECIMIENTO PARA EL ÁREA DE VENTAS DE LA TENERÍA SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”. Ambato: UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.
- Triandia, H. C. (2010). Dimensions of Cultural Variation as Parameters of Organizational theories. *International Studies of Management and Organization*.

- Vásquez, G. D. (2011). ANÁLISIS DE CASO DE ÉXITO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTO DE CALZADO. CASO: INDUSTRIAS CARICIA. San Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Vera, V. L. (2013). LA INVESTIGACION CUALITATIVA. Guayama: Universidad Interamericana de Puerto Rico.
- Waldmeir, P. (2010). Property Bubble Erodes China's Traditional Preference for sons. Financial Times.

APENDICE

Consumidores de productos de cuero
 Conocer el interés del Cuero en los diferentes productos elaborados por las diversas industrias manufactureras en la ciudad de Guayaquil.

1.-Edad

31 -43
 44 -58
 59 - más

2.-Genero

Masculino
 Femenino

3.- ¿Usted compra artículos de cuero?

Sí
 No
 Tal vez

4.- ¿Prefiere totalmente que sus zapatos sean a 100% a base de cuero?

Sí
 No
 Parcialmente

5.- El cuero utilizado de preferencia lo desea en?

Calzado
 Cartera
 Ropa

6.- ¿Con que frecuencia Compra usted diversos productos de cuero? *

1 vez al mes
 1 vez cada 6 mese
 1 vez al año
 Nunca

7.- ¿Identifica usted fácilmente un producto elaborado del cuero? *

Sí
 No
 Tal vez

8.- ¿Cree usted que Ecuador tiene variedades de tipos de productos elaborados con base al cuero?

Sí
 No

9.- ¿Con frecuencia cuando es de adquirir un producto de cuero, en dónde procede a comprarlos?

Centro comerciales

Catálogos
Tiendas departamentales
Otros:

.

10.- ¿Considera usted que el cuero ecuatoriano mantienen calidad y son duraderos?

Si

No

Desconoce