

La fabricación de calzado artesanal como elemento dinamizador de la economía familiar en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena

CASTRO-LOOR Divar*†, LEÓN-VALLE Wilson, VILLAO-VITERI José y NUÑEZ-DE LA CRUZ William

Universidad Estatal de la Península de Santa Elena

Recibido Octubre 8, 2017; Aceptado Noviembre 2, 2017

Resumen

La comuna Valdivia se encuentra ubicada en la Provincia de Santa Elena, Ecuador, esta es conocida históricamente por ser la cuna de la cultura que lleva el mismo nombre (Valdivia), los pobladores se han dedicado de forma artesanal a las actividades productivas como son; la agricultura, alfarería, pesca, estas han sido el eje del motor económico, sin embargo, en los últimos años, diferentes circunstancias han contribuido para que la población abandonen estas actividades e incursionen en otras como por ejemplo ; la elaboración de calzado de manera artesanal. En este contexto la investigación tiene como objeto determinar si la fabricación de calzado de forma artesanal es un elemento dinamizador de la economía familiar. Metodología implementada para la investigación es de carácter descriptiva, la muestra que se seleccionó corresponde a la población económicamente activa (PEA), comprendida entre los 15 a 79 años, los que se han agrupados en la asociación de artesanos que elaboran calzado, lo que les permite mantener una actividad laboral estable y continua. Por otro lado, se ha evidenciado que el capital de inversión fluctúa entre los \$200,00 a \$300,00 USD que, dependiendo de los meses y la cantidad, produce una ganancia \$2.500,00 a \$3.000,00 USD, lo que da como resultado procesos dinamizadores de la economía familiar.

Artesanal, dinamizar, economía, Valdivia, Pesca, Calzado

Abstract

The commune Valdivia is located in the Province of Santa Elena, Ecuador, which is historically known as the birthplace of the culture that has the same name (Valdivia), the inhabitants have dedicated themselves artisanal to the productive activities as they are; agriculture, pottery, fishing, these have been the axis of the economic engine, however, in recent years, different circumstances have contributed to the population abandon these activities and enter into others such as; the production of footwear in an artisan way. In this context the research aims to determine if the manufacture of footwear in a handmade way is a dynamizing element of the family economy. The research is descriptive in nature, the sample selected corresponds to the EAP population, ranging from 15 to 79 years old, who have been grouped in the association of artisans who make footwear, which allows them to maintain a stable and continuous work activity. On the other hand, it has been shown that investment capital fluctuates between 200 and 300 dollars, which depending on the months and the amount, produces a profit 2500 to 3000. Dollars, which results in the dynamizing processes of the family economy.

Artisan, dynamize, economy, Valdivia, Fishing, Footwear

Citación: CASTRO-LOOR Divar, LEÓN-VALLE Wilson, VILLAO-VITERI José y NUÑEZ-DE LA CRUZ William. La fabricación de calzado artesanal como elemento dinamizador de la economía familiar en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena. *Revista de Investigaciones Sociales*. 2017, 3-10: 12-23

*Correspondencia al Autor (Correo electrónico: d.castro.loor@gmail.com)

†Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

En el caso de la comuna Valdivia, existe un aproximado de 5.000 habitantes, de los cuales el 70% se dedica a la artesanía, como la producción confección y diseño del de calzado (censo 2010), de acuerdo con declaraciones de residentes de la comuna, se debe tomar en cuenta que este tipo de actividad se constituye en la única fuente de ingreso para ellos, considerada también como dinamizador del desarrollo económico contribuyendo a su mejoramiento de vida, como está citado en el plan nacional del buen vivir que se ejecuta en el Ecuador.

Se determinará en la comuna el objeto de estudio, así también la fundamentación de objetivos, formulación, justificación mediante una narración clara y precisa, la situación actual, el proceso del producto como una ventaja importante, el análisis e interpretación de los resultados de investigación permitirá un mejor proyecto de vida; además de la intervención de la población a través de encuestas, como beneficiarios directos de la misma. La definición de una metodología clara que permita parrear el tema.

Se destaca y sustenta con los datos obtenidos que esta comuna de artesanos pueda posicionar su producto de calzado en la provincia de Santa Elena.

Referentes teóricos y empíricos de la investigación

La historia del calzado en el Ecuador

Se desconoce el momento histórico en el que aparece el calzado en la vida de la humanidad, particularmente en el Ecuador.

Sin embargo, lo que se puede es inferir que en el territorio se cubrían con pieles de animales, con los que se cubrían el cuerpo, como se llegó al tratamiento de la piel hasta que se convierta en cuero y de este en un artículo, calzado, que adquiera el diseño y la forma, definitivamente es un proceso de transformación y desarrollo.

Más que un artículo suntuario, el calzado surge de la necesidad de protección, para cubrir los pies, además que el calzado adquiere un símbolo de status, el diseño, los colores, la forma daban indicios de la posición económica que tenía la persona, en la actualidad es lo mismo, por lo menos es un referente social (Changoluisa, Chicaiza, & Suarez , 2011).

La generación de una cadena de valores y encadenamiento productivo, Los proveedores de cuero, proveedores de diversos materiales, los fabricantes; el proceso de fabricación; economía familiar, empleo directo o indirecto, puntos de venta, canal de distribución, cliente interno externo. Lo que constituye un dinamizador de la economía formal, desde la característica de artesanal.

Incremento del Emprendimiento en Elaboración de zapatos en el Ecuador

Durante los últimos años el Ecuador registra un crecimiento importante en la elaboración de calzado 2011 \$28.000.000 millones, en el 2012; \$30,000.000, en el 2013; \$33,000.000, en el 2014; \$35.000.000, millones, esto se debe a las salvaguardias y a la vigencia de un arancel mixto al producto importado (Moreta, 2016).

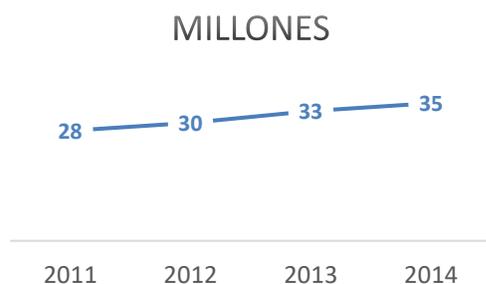


Gráfico 1 Incremento en la elaboración de zapato

Fuente: Revista Lideres 2017

Elaborador por: Autores

El gráfico indica un crecimiento gradual pero significativo de esta industria.

La industria del calzado significa un ingreso constante y de continuo crecimiento, sin necesidad de analizar las cifras una persona con visión puede discernir que es un negocio que con poca inversión se puede tener muy buena rentabilidad, como es que una comuna caleta de pescadores se convierte en un lugar en el que se fabrica calzado.

Antecedentes de la comuna Valdivia.

La comuna Valdivia está localizada al noroeste de la provincia de Santa Elena, ubicada aproximadamente a 43 km de la cabecera cantonal, y a 162 km de la ciudad de Guayaquil, posee una extensión territorial de 1544,56 hectáreas, según datos del instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el que habitan aproximadamente 4.892 habitantes, de los cuales el 52% son hombre y el 48% mujeres, (INEC, 2010). La población se ha desarrollado a partir de dos actividades primigenias, una es la pesca, agricultura y la otra la alfarería.

En 1956 el arqueólogo Emilio Estrada Ycaza, realiza los primeros hallazgos de un asentamiento cultural que luego se denominaría Valdivia, este descubrimiento fue muy importante por el trabajo en alfarería, y el tratamiento que se le daba a la arcilla, hasta realizar trabajos de cerámica, con vistosos colores naturales. Entre los aspectos importantes que hay que destacar de los Valdivia del periodo formativo es que las actividades estaban centradas en la agricultura, alfarería y la pesca, estas actividades representaban el motor de la economía y de las transacciones. Gonzalo Barroso manifiesta que la economía valdiviana giraba en torno a los alimentos que se pueden extraer de la costa y la agricultura como medio de subsistencia, explica que, algunos descubrimientos evidencian la aparición de técnicas en la preparación de los alimentos, molienda de semillas o raíz seca (Barroso, 2014).

En este contexto, la UNESCO declara a Valdivia como patrimonio cultural, lo que permite la apertura del Museo Arqueológico Valdivia, esto generó que un segmento de la población, particularmente femenino, se dedique a la elaboración de réplicas de estatuillas de cerámica, realizadas de forma artesanal. Lo que ha significado para el sector, un catalizador de la economía, debido a la presencia de un museo centraliza la actividad turística cultural desde el interior y exterior del país. Esta actividad permitió generar ingresos en las familias.

Por otro lado, Valdivia es conocida por ser una caleta de pescadores, la pesca es otra de las actividades que desarrolla la comunidad, esta involucra al 70% de la población. Existe dos tipos de pesca la artesanal y la de industrial. La técnica artesanal ha sido transmitida de generación en generación, lo que ha permitido continuar de forma sostenible con dicha actividad, esto ha sido un elemento importante dentro de la economía local debido a que la pesca constituye un rubro importante dentro de las actividades productivas. Entre las variedades de pescado, se tiene el Robalo, la Sardina, el Chumumo o Sardinilla, el Langostino, el Jurel, la Lisa.

Esta actividad se realiza a través de redes rastreras, espinel, por Pangas, Bongos. El producto servía para el consumo interno y externo.

Según el Plan estratégico de la comuna se estima que el 30 % de los hombres trabaja en el eviscerado de pescado (Plan estratégico participativo de la comuna Valdivia, 2001).

En la actualidad la ausencia del cardumen, la veda de algunas especies de forma estacionaria y la búsqueda de otras variedades de pesca mar adentro, con todas los peligros y dificultades que esto acarrea, ha resultado que poco a poco la actividad este en decadencia y ha obligado a la población a cambiar la actividad productiva. La actividad que nace como alternativa es la fabricación de calzado femenino.

Una breve historia del calzado en la Comuna Valdivia

No se tiene un registro en el que se evidencia de cómo nacen los emprendimientos en la fabricación de calzado en la comuna Valdivia, según entrevistados indican que algunos miembros de la comuna se fueron a trabajar a la ciudad de Cuenca, una ciudad que queda en la zona austral del Ecuador, trabajando como operarios en las fábricas de calzados del sector, en estos lugares aprendieron el oficio, después de un tiempo se trasladaron a vivir a Valdivia, iniciando así esta actividad. Empezaron con una fábrica artesanal, luego se van incorporando otras familias, incrementando fábricas, en la actualidad 256 fábricas.

En este contexto, se evidencia que por el esfuerzo de los habitantes de la comuna se ha ido incorporado y renovado dentro de sus procesos productivos actividades que contribuyen al desarrollo local y sirven como dinamizador de la economía, ahora bien, esta es una característica del aprovechamiento de los recursos endógeno.

Wilson León-Valle citando a Sergio Boisier, manifiesta que: “el desarrollo endógeno es el producto de la propia comunidad, son los propios miembros de la misma que lo construyen” (Leon, 2016).

En esta línea de pensamiento Vázquez observa al desarrollo endógeno como un proceso de crecimiento y cambio estructural, que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en un territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población, de una localidad o región” (Vázquez, 2000). Destacar la visión de los pobladores para buscar alternativas que sustituyan a las otras actividades económicas, que históricamente se han realizado, ha sido un factor importante para las familias que se dedican a la elaboración de calzado, con este recurso, estas se encuentran provistas de ingresos económicos. Sin embargo, este potencial debe ser direccionado de manera que los recursos económicos puedan evidenciar beneficios de forma individual y colectiva.

La comunidad tiene una fortaleza extraordinaria en su estructura social, lo que puede facilitar procesos consensuados de actividades productivas artesanales que permita la sostenibilidad de los emprendimientos. En este sentido el mismo Vázquez afirma: Los procesos de desarrollo endógeno se producen gracias a la utilización eficiente del potencial económico local que se ve facilitado por el funcionamiento adecuado de las instituciones y mecanismos de regulación del territorio, la forma de organización productiva, las estructuras familiares, las tradiciones locales, la estructura social, cultural, y los códigos de conducta de la población condicionan los procesos de desarrollo local, estos favorecen o limitan la dinámica económica y en definitiva determinan la senda específica de desarrollo de las ciudades, comarcas y regiones (Idem, 2006: 6).

Finalmente, se puede concluir que el usar de los recursos, depende de la visión individual y colectiva, de las oportunidades que se presenten en los territorios, en las políticas de capitalización de las capacidades humanas, y en la capacidad de organizar para emprender.

Materiales y métodos

El método empleado en la investigación es el descriptivo, este permite medir la manera en que se manifiesta el fenómeno observado, en este caso; la fabricación de calzado artesanal como elemento dinamizador de la economía familiar en la comuna Valdivia, en este sentido, se pretende relacionar las condiciones y conexiones existentes, para que la fabricación de calzado sea un dinamizador de la economía.

Se empleó la investigación exploratoria, centrándose a examinar el entorno del objeto de estudio, donde se encuentra la comuna Valdivia, para obtener contacto directo con la investigación, visualizando alternativas que aportar.

La muestra probabilística objeto de estudio es de 256 emprendimientos de calzado artesanal, que constituye una población PEA, de 15 a 79 años, se consideró a este segmento, porque estos mantienen una situación laboral estable; debido a dos condiciones; el modelo asociativo con un fuerte componente endógeno y la cohesión de la familia en torno a la repartición del trabajo.

Muestra probabilística – estratificada.

Se aplicó este muestreo para medir el tamaño de error en las predicciones de la investigación.

Estratificado. Se aplicó para desagregar en subconjunto menores la población (Asociación de artesanos de calzados de la comuna Valdivia, compradores esporádicos e intermediarios), para poder aplicar las encuestas y realizar el respectivo levantamiento de información, de forma ordenada minimizando el error muestral. Se consideró este tipo muestreo por que la investigación se enfoca en un diseño transaccional.

La muestra resultante fue de 383 personas. Estratificado por edades.

Y para los socios de la asociación de artesanos de calzado de la comuna de Valdivia, se aplicó la entrevista a 36 socios.

Resultados

En cuanto a los resultados se observó del diagnóstico que localmente de forma progresiva se está posesionando a Valdivia como de manufactura de calzado femenino de calidad y a bajo costo. Por otro lado, se evidencia que no todos los artesanos se encuentran asociados, y que, a pesar de la estructura comunitaria, existen situaciones individuales que no permiten la cohesión social. Además, se puede indicar que a pesar del incremento paulatino de fábricas de elaboran de calzado artesanal familiares, no se evidencia el celo o la competencia desleal entre los miembros de la localidad, no se descalifican entre ellos, existe un respeto por su trabajo, esto indica un crecimiento personal y una riqueza cultural, además de evidenciar un sentido de pertenencia.

Por otro lado, se indica que los dinamizadores de la economía en la comuna históricamente ha sido sustentada en la agricultura, esta representa una actividad importante que sustentaba el 70% de la economía familiar, cabe indicar que esta actividad servía para el sustento y la comercialización en los mercados locales, adicionalmente como centro cultural, cuna de la comuna Valdivia, el 65 % las familias se dedicaban a la actividad alfarera, las estatuillas se vendían a 2, 3, 5 10, 20 dólares dependiendo el tipo, tamaño e importancia de réplica, en la actualidad esta actividad está en decadencia, solo 1% de las familias se dedica a la realización al trabajo de alfarería. La pesca artesanal, como actividad económica, representaba un ingreso muy importante en la comuna en la que el 75% de la población se dedicaba, con una flota pesquera artesanal de 95 pangas, sin embargo, esta actividad también se ha venido degradando paulatinamente, reducida a una flota de dos pangas.

El panorama para la comuna era realmente adverso, el decrecimiento económico ha sido una constante, que a corto o mediano plazo le pasaba la factura a la población. En este contexto económico, la población ha buscado una nueva forma de incrementar las economías de las familias, interesante la orientación y visión para este lugar es el fabricar, elaborar calzado artesanal para mujer, lo que ha significado un repunte en la economía, un crecimiento económico progresivo hasta alcanzar que el 75% de la población se dediquen a esta actividad, lo que ha significado un dinamizado de la economía. Estos son negocios en expansión y crecimiento, lo que se traduce en progreso para las familias y de forma colectiva la ciudadanía.

En relación con la última actividad los resultados son los siguientes:

La asociación ofrece calzados de líneas para mujeres y niñas: tacones, botines, botas y sandalias.

Estos se caracterizan por utilizar materiales como el cuero en su fabricación, ofreciendo una variedad de modelos de excelente calidad a los clientes de diferentes ciudades del país. El horario de trabajo del personal operativo es de 08h00 hasta las 16h30, en donde en este lapso se dedican a la fabricación de los calzados que ofrecen a los clientes.

Las características mencionadas hacen que la demanda de los productos sea alta, específicamente en épocas navideñas y fin de año; adicionalmente, gracias a los conocimientos y experiencias de los artesanos han podido satisfacer las necesidades de sus clientes lo que permite generar mayores ingresos para seguir con la actividad productiva que ejercen.

La comercialización del calzado es de 80 pares de sandalias a la semana, con un valor de 25 a 30 dólares, los cuales son distribuidos a las ciudades de Portoviejo, Babahoyo, Quevedo, Santo Domingo, Ambato y Quito. Además, en los meses de noviembre y diciembre la demanda aumenta llegando a los 120 pares, teniendo como clientes alternos a los comerciantes de la bahía de la ciudad de Guayaquil.

Los precios varían de acuerdo con el tipo de línea de calzado que se ofrece al mercado, tal es el caso de las damas y las niñas. Además, de señalar el valor monetario de los calzados escolares dirigido para el mercado infantil, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Línea de Productos	Tipo de calzado	Precio
Damas	Tacones	\$ 25,00
	Botines	\$ 30,00
	Botas	\$ 35,00
	Sandalias	\$ 20,00
Niñas	Sandalias	\$ 20,00
	Escolar	\$ 25,00
Niños	Escolar	\$ 25,00

Tabla 1 “Precios de los productos de calzado Artesanal de la comuna Valdivia.”

Fuente: Asociación de Artesanos de calzado de la comuna Valdivia.

Con respecto a los proveedores, los artesanos evalúan los costos y el tiempo de aprovisionamiento que generalmente es cada 2 semanas, comprobando la calidad de la materia prima y de los materiales para evitar pérdida de tiempo y recursos en los procesos de producción seleccionando los que tiene una mejor propuesta, y así fabricar y ofrecer un calzado agradable para el cliente.

Para captar otros segmentos, la Asociación expande su línea de calzado direccionado al mercado escolar, fabricando zapatos para niños y niñas con un precio accesible para los clientes locales. Esto se ha convertido en una verdadera oportunidad, debido a que los índices de la población con edad de escolaridad van en aumento, además de contribuir con un producto que satisface las necesidades de un segmento muy importante para la economía.

De acuerdo con el precio presentado en el cuadro, este se ajusta a los ingresos económicos del cliente para que el pago sea percibido como justo, consiguiendo así que el consumidor recomiende el producto a las personas cercanas o de influencia logrando cumplir con los niveles de ventas propuestos por la organización. Adicionalmente permite obtener cierto porcentaje de ganancia para los artesanos y cubrir la inversión realizada en la materia prima, mano de obra y demás costos. El canal de distribución de la Asociación de Artesanos de calzado de la comuna Valdivia es utilizado para que los productos lleguen a los almacenes en óptimas condiciones. En este caso, se utilizan el canal directo, en donde los artesanos se encargan de comercializar la mercancía a los clientes de las diferentes ciudades.

Tipo de Calzado	Precio unidad	Cant. Pares	Valor	Tres meses
Tacones	\$ 25,00	80	\$ 2.000,00	\$6.000,00
Botines	\$ 30,00	40	\$ 1.200,00	\$3.600,00
Botas	\$ 35,00	60	\$ 2.100,00	\$6.300,00
Sandalias	\$ 20,00	120	\$ 2.400,00	\$7.200,00
Sandalias	\$ 20,00	120	\$ 2.400,00	\$7.200,00
Escolar	\$ 25,00	150	\$ 3.750,00	\$11.250,00
Escolar	\$ 25,00	150	\$ 3.750,00	\$11.250,00
	\$ 180,00	720	\$ 17.600,00	\$52.800,00

Tabla 2 “Costo de comercialización del calzado”

Fuente: Fabricante de calzado

Como se puede evidenciar el dinero que genera esta actividad.

La Participación en el mercado

Para la realización del pronóstico de ventas de participación en el mercado meta (10%), del calzado, se ha tomado en consideración a la población de los cantones Salinas, La Libertad y Santa Elena entre la edad de 15 a 79 años estratificado por la clase B, C+ y C-. Adicionalmente, se seleccionó los porcentajes obtenidos de las encuestas con respecto a las preguntas que mencionan a las personas que consideran al calzado como parte importante en la vestimenta y aquellos que adquirirían los productos de la Asociación de Artesanos de calzado.

Adicionalmente se han planteado diferentes supuestos que permiten obtener datos más realistas sobre la cantidad de productos vendidos, en este caso, se ha planteado que el capital propio será del 30% y la deuda del 70% del total de la inversión a realizar en propiedad, planta y equipo, obras físicas, capital de trabajo y gastos de constitución. Además, se toma en consideración una inflación de 2,60% para el cálculo de los costos y demás valores incurridos en los procesos.

Ante los presupuestos resultantes, se establece que se requiere de una fuente de efectivo para cubrirlos, por lo cual se dispone realizar un préstamo en la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 9,33% por un periodo de 10 años.

Para la evaluación del proyecto se ha tomado en consideración, la aplicación del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

Para el cálculo del Valor Actual Neto se ha tomado como referencia una Tasa mínima atractiva de rendimiento del 11,93%; que en este caso es la sumatoria de la tasa de inflación que es del 2,6% y la tasa corporativa activa de crédito del banco que es del 9,33%. VAN \$ 9.346,78.

El valor obtenido es mayor a 0, que es de \$ 9.346,78 representando la ganancia que se obtendrá con la ejecución de las estrategias comerciales en conjunto con las demás actividades de la organización, luego de haber realizado la inversión.

La tasa Interna de Retorno obtenida se muestra a continuación, detalla la rentabilidad en términos porcentuales: **TIR 42,84%**

El porcentaje obtenido es de 42,84%, lo que representa resultados factibles en cuanto a la aplicación de las estrategias comerciales.

Con respecto a la publicidad, la Asociación de Artesanos de calzado de la comuna Valdivia se plantea las siguientes alternativas para aumentar los niveles de reconocimiento del producto a nivel local:

Catálogos: Los catálogos presentarán la información necesaria acerca de los modelos de calzados con sus respectivos colores y tallas disponibles en el proceso de comercialización.

Los catálogos serán renovados cada mes, en donde, se expondrán los nuevos modelos fabricados por los artesanos para ofrecer variedad a los clientes y de esta forma adoptar a la innovación dentro de los parámetros de progreso de la organización. Adicionalmente, se logra la visita de personas de diferentes partes del país logrando un marketing expansivo.

Ferías: Las ferias se las realizan con el propósito de dar un mayor reconocimiento del calzado a nivel local, para que clientes actuales y futuros de diferentes partes del país se interesen en adquirir los productos elaborado por los artesanos. Además de recibir visitas de empresas proveedoras de materiales y materia prima, para establecer negociaciones que sean provechosas para el transcurso de las actividades productivas. Para la ejecución de dicha actividad, se ha tomado en consideración la fecha de creación de la Asociación que es el 31 de mayo.

Publicidad radial: En este caso, se estipula la utilización de medios radiales existentes en la provincia de Santa Elena dando a conocer la línea de productos que ofrece la Asociación, para promover la compra de los calzados fabricados por artesanos de la comuna Valdivia y así fortalecer el sector productivo. El tiempo de ejecución de este tipo de publicidad se la realizará en los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre de cada año.

Relaciones públicas: Consiste en establecer lazos con instituciones públicas y privadas, con las cuales se pueda mantener una constante comunicación para obtener beneficios mutuos y así desarrollar la actividad productiva del calzado con la que se sustentan los artesanos de la comuna Valdivia.

Esta actividad se realizará en los meses de enero y julio de cada año. Las organizaciones con las que se planea establecer relaciones públicas son: Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional.

En línea: Para efectos de este tipo de publicidad, se toma en consideración la aplicación de redes sociales tales como Facebook e Instagram, en donde se publicarán los modelos de calzados fabricados para que los usuarios que sigan este medio se enteren de las novedades, asegurando una posible compra y así aumentar la cartera de clientes. Estas actividades serán ejecutadas en los meses de enero, abril, julio y octubre de cada año, en donde se actualizará la información expuesta.

Con respecto a la página de Facebook, esta será adaptada para ofrecer la información que desea al cliente y concretar una compra masiva para así alcanzar las metas de ventas. Adicionalmente, servirá para realizar monitoreos de la satisfacción de los usuarios. En cuanto a la aplicación de Instagram, se presentará el producto de manera masiva para que los usuarios conozcan ofertas, conocer sus gustos y reserven su pedido de acuerdo con sus requerimientos.

Servicio al cliente

El servicio al cliente será la clave para mantener buenas relaciones comerciales con los almacenes de calzado, en donde, se presentará los modelos de zapatos para que el producto a adquirir sea del completo agrado del comprador. Posteriormente, se realiza las negociaciones aplicando las respectivas técnicas de venta, con respecto a la cantidad adquirida, el tiempo de entrega y el pago de la mercancía para asegurar la compra.

Investigación de mercado

La investigación de mercado permite obtener datos relevantes de los clientes, por lo cual, esta herramienta será de gran ayuda para conocer los gustos y preferencias de los usuarios que adquieren calzados en diferentes lugares y así adaptar estrategias que permitan atraer a ese segmento.

Además, de destinar de una mejor manera los recursos en aquellas actividades que permitan el desarrollo productivo de la actividad que ejercen los artesanos.

Para esto, los indicadores de mayor importancia en la recolección de información serán los siguientes: lugar de compra, recurrencia de la compra, características del producto que considera de mayor importancia al momento de adquirirlo, entre otros; los cuales permitan tomar decisiones oportunas para incrementar los niveles de las ventas de la Asociación. La recolección de información se dará cada semestre para actualizar la base de datos y así monitorear los cambios existentes en el entorno.

Además, la investigación de mercado permitirá medir el grado de efectividad de las estrategias publicitarias mencionadas anteriormente con el propósito de realizar ajustes en las mismas para lograr los objetivos comerciales. En esta actividad, se destinarán a 10 personas que se encargarán de recolectar la información necesaria y 5 se encargarán de realizar el procesamiento y análisis para de esta forma llegar a una conclusión.

Personal

Es importante mantener capacitado al talento humano, ya que permite ampliar los índices de efectividad en las diferentes áreas logrando así cumplir los objetivos trazados. Por otra parte, permite mejorar el trabajo en equipo direccionando a los colaboradores hacia el éxito comercial que buscan los artesanos.

Adicionalmente, se plantea un plan de comisiones que se basa en que el cálculo del 5% del excedente de las metas de ventas logradas, que será destinado como incentivo para el colaborador. Otro incentivo que se pondrá en marcha será la recreación entre los colaboradores, en donde, se establecerá días de entretenimiento deportivo que fortalecerán el trabajo en equipo y la cultura organizacional.

Estructura física, inmobiliaria y tecnológica

Para la estructura física y tecnológica, se considera la remodelación de las instalaciones y la adquisición de maquinarias que permitan fortalecer la actividad de fabricación de calzado, por lo cual se debe efectuar las respectivas gestiones en las entidades gubernamentales, para que los artesanos puedan financiar las acciones pertinentes y obtener las ayudas técnicas del caso.

Infraestructura e inmobiliaria

Para la remodelación de la infraestructura, se necesita materiales tales como: pintura, cemento, brochas, palas y demás; y la mano de obra especializada en realizar este trabajo, para que los clientes que acudan a adquirir los modelos de calzados se sientan a gusto con el ambiente de la organización. De igual forma, se cambiará la parte inmobiliaria para que los colaboradores administrativos y personal operativo tengan las comodidades del caso en su lugar de trabajo.

Con respecto al espacio físico en donde se comercializarán los modelos, estos serán adecuados para que los calzados sean exhibidos a los clientes con sus respectivos precios y tallas, para agilizar el proceso de comercialización logrando la satisfacción de los usuarios. Adicionalmente, permite llevar un mejor control del inventario de mercaderías para así mantener el abastecimiento dentro de lugar de venta.

Tecnología

La tecnología que implementará la Asociación de Artesanos de calzado de la comuna Valdivia servirá para agilizar los procesos productivos y administrativos de la organización, por lo cual se adquirirá lo siguiente: máquinas de coser, máquinas cortadoras de cuero, máquinas de pegar, máquinas de estampación automática, computadoras, impresoras, calculadoras, entre otras.

Seguimiento y control

Para la ejecución del seguimiento y control, se efectuará la evaluación del rendimiento y monitorización que se centra en el desempeño del personal y en la correcta aplicación de las estrategias, y los sistemas de información financiera que se direcciona en los estados financieros que reflejan la situación económica de la organización.

Evaluación del rendimiento y monitorización.

La evaluación del rendimiento y monitorización da paso al seguimiento de las actividades realizadas en la organización, con el objetivo de corregir errores y seguir con la planificación estipulada. Para esto, se toma como referencia las campañas publicitarias, las ventas y el personal que labora en la institución; de tal forma, se obtiene mejores resultados.

Monitorización de las campañas publicitarias.

Consiste en realizar un rastreo de las estrategias mercadológicas mediante la aplicación de indicadores, estudios de costos publicitarios y análisis de ventas; cuyos resultados servirán para que la organización pueda realizar cambios oportunos ante medidas que no estén obteniendo los resultados previstos.

Discusión

En este punto: “La fabricación de calzado artesanal como elemento dinamizador de la economía familiar en la comuna Valdivia, Provincia de Santa Elena”, ha demostrado a lo largo de la investigación que para la comuna Valdivia es la actividad económica adecuada.

Si bien es cierto, existe un incremento en los emprendimientos de elaboración de calzado, este no se hace sentir como un elemento dinamizador de la economía.

No de evidencia el aporte económico de la comercialización del producto en facturación, por lo que la aplicación de políticas públicas en el que intervenga, el instituto de economía popular y solidaria es una ecuación sine qua non, para impulsar procesos dinamizadores en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena.

El nivel de aplicación de los componentes estratégicos, junto al encadenamiento productivo permitirá incrementar la economía de los artesanos de calzados en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena.

El manejo de un seguimiento y control permitirá incrementar la condición de vida de las familias en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena.

Conclusiones

La actividad de emprendimientos de elaboración de calzado artesanalmente posee una participación importante en la economía de la comuna Valdivia, ofreciendo productos a diferentes ciudades tales como: Portoviejo, Babahoyo, Quevedo, Santo Domingo, Ambato y Quito; los cuales representan clientes potenciales que permite generar ingresos a las personas que se dedican a esta actividad.

En cuanto a la parte productiva, existe poca aplicación de tecnología que permita agilizar los procesos productivos en menor tiempo. Por otra parte, las instalaciones presentan condiciones favorables para la venta de los modelos de calzado, aun así, es necesario la remodelación y la adquisición de mobiliario para brindar una mayor comodidad al cliente.

También se pudo notar que el mercado local requiere productos nacionales que le satisfagan las necesidades en gustos y preferencias, esto hace que los emprendimientos tomen en cuenta este punto.

Esta investigación servirá mediante su aplicación para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los actores de este escenario del comercio que genera el emprendimiento en la elaboración de calzado artesanal de la Comuna Valdivia.

Referencias

Banco Central del Ecuador. (2016). Información económica. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>

Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2009). *Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros*. México: Mc. Graw Hill.

David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación.

Dinero. (2016). *economía/artículo/industria-del-calzado-mundo/212303 ¿Qué ha puesto a la industria del calzado mexicana en el 'top' de los mayores productores del mundo?* Dinero Recuperado de: <http://www.dinero.com>

Fernández, A. (2004). *Dirección y planificación estratégicas en las empresas y organizaciones*. España: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena. (2015). *Resumen ejecutivo de plan de desarrollo y ordenamiento territorial provincial de Santa Elena 2015-2019*. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0968580510001_Resumen%20Ejecutivo o_PDOT%20SANTA%20ELENA%202015_14-08-2015_16-21-31.pdf

Hernández, C., & Maubert, C. (2009). *Fundamentos de marketing* (Primera ed.). México: Pearson Educación.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. 04 de abril de 2016, Recuperado de [http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?](http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl)

<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2009). *Administración de ventas* (Novena ed.). México: Mc Graw Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimera ed.). México: Pearson educación.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.

Lobato, F. (2013). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. McMillan Profesional.

Loverlock, C. (2004). *Administración de servicios* (Primera ed.). México: Pearson Educación.

Munch, L. (2008). *Planeación estratégica. El rumbo hacia el éxito*. México: Trillas.

Muñiz, R. (2010). *Marketing en el Siglo XXI*. 5ª Edición. *Obtenido de Marketing XXI*: <http://www.marketing-xxi.com/rafael-muniz-gonzalez.html>

PROECUADOR. (2017). *Textiles y confesiones*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill.