

# Innovación, liquidez y calidad, los retos del calzado en el Ecuador

< TEXTO Y FOTOS POR PAMELA PARRA >

Más de \$ 560 millones en volumen de ventas y 100.000 plazas de trabajo genera la industria de calzado en el Ecuador, que en los últimos meses se ha visto afectada por la falta de liquidez tanto de los consumidores como de las medianas y pequeñas empresas. El sector, que se prometía buenas ventas durante 2015, debe afrontar el incremento en el costo de las materias primas, el ingreso de zapatos de Colombia y China, y la falta de mano de obra que vaya de acuerdo con sus necesidades. Sin embargo, hoy abrigan esperanzas en las capacitaciones formales por expertos internacionales con auspicio del Gobierno, el funcionamiento de un laboratorio de pruebas físicas que controle su calidad para la exportación y la construcción de una ciudad del calzado que ampare a todos los productores: empresarios y artesanos.



Calzado  
BUFFALO



Calzado  
GUIFER

Durante ocho horas los artesanos se mantienen de pie. Deben recortar, pegar y prensar piezas para elaborar decenas de zapatos por día. Botas, zapatillas deportivas, zapatos femeninos bajos y de tacón se confeccionan para satisfacer la demanda nacional. El negocio no es igual que en el mismo período del año pasado, pero continúa, se esfuerza por seguir en el mercado y competir con el calzado importado.

Para esto los productores utilizan maquinaria especializada. En galpones se instalan espacios para cada tipo de zapato y para cada proceso, pues su elaboración requiere una serie de pasos que conllevan estrictos controles de calidad. Eso intentan día a día: ser competitivos.

Hay bodegas gigantes donde se almacenan los pares que serán distribuidos por todo el país, irán a negocios locales y centros comerciales, en los que ya se nota la presencia del zapato nacional. Las vitrinas se llenan de modelos nuevos y propios y otros basados en la tendencia internacional. Los empresarios buscan no perder clientes y llenar las expectativas.

La industria del calzado en el Ecuador ha tenido un auge desde 2008, tras

sufrir un retroceso por la entrada de calzado importado, sobre todo el chino, que en su momento acaparó la atención del consumidor nacional. Desde ese año hasta inicios de 2015, el sector tuvo bonanza y más productores se sumaron para ofertar diversos tipos de zapatos con el fin de exportar y ser competitivos en el exterior. Según datos del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), el ecuatoriano pasó de comprar 1,2 pares de calzado nacional en 2008 a 2,3 pares en 2014.

La producción se duplicó. De acuerdo con la Cámara Nacional del Calzado (Caltu), que congrega a 70 socios del país, en 2008 alrededor de 600 productores fabricaban 15 millones de pares y en 2014 más de 5.000 artesanos produjeron 35 millones de pares (Cuadros 1 y 2).

Y se apostó por el equipamiento. Cifras de la Subsecretaría de Comercio del Mipro indican que, entre 2012 y 2014, la inversión de las empresas del sector se incrementó en 49,6%. Eso en curtiduría y adquisición de maquinaria para mejorar la productividad. Pero la fase de bonanza se estancó. Desde marzo de este año, las estadísticas se paralizaron. Los ingresos no fueron superiores a 2014 y los empresarios esperan ver reflejado el esfuerzo de su trabajo con el cierre de diciembre. Hubo expectativa en el inicio de la temporada escolar de la Sierra, pero no se obtuvieron los resultados esperados. Ahora será Navidad, fecha en la que se anhela redondear las cifras o, por lo menos, que los números no caigan con relación a 2014.

### El doble filo de las salvaguardias

El Gobierno ha tratado de proteger la industria. Desde 2008, cuando el sector tuvo un bajón y pasó de 3.000 a 600 productores, se analizaron y aplicaron aranceles mixtos para cada par importado debido al auge en la compra de zapato chino que limitó la oferta nacional. Se impuso un gravamen de \$ 6 a cada par que ingresaba, consiguiendo que el precio del artesano ecuatoriano pudiera competir.



LILIA VILLAVICENCIO,  
PRESIDENTA DEL CALTU.

El Ecuador produce alrededor de **350 mil cueros y pieles** al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta.

Lilia Villavicencio, presidenta del Caltu, sostiene que esta medida logró un repunte y dinamizó el sector, pues la mayoría de empresas estuvo a punto de quebrar. “Se logró que se avive el desarrollo, que el productor no desista. La presencia del zapato nacional en las perchas es ahora impactante”.

La medida consiguió que las ventas internas para ese año ascendieran a \$ 165 millones y se duplicaran en 2011, llegando a \$ 318 millones. Las cifras escalaron hasta llegar a \$ 560 millones en 2014.

Nuevamente, en su intento por proteger la industria nacional, el Gobierno colocó dentro de las partidas con sobretasa arancelaria al calzado importado, en marzo de este año. Sin embargo, dentro de estas partidas también se encuentran varios insumos y materias primas que los productores utilizan para confeccionar los distintos tipos de calzado (Cuadro 3).

CUADRO 1  
**Ecuador: producción nacional de calzado**  
FUENTE: CÁMARA NACIONAL DEL CALZADO (CALTU).

Año	Número de pares (en millones)
2008	15
2009	21
2010	26,25
2011	28,90
2012	32
2013	33
2014	35

CUADRO 2  
**Ecuador: número de productores**  
FUENTE: CÁMARA NACIONAL DEL CALZADO (CALTU).

Año	Número de productores
2005	3.000
2008	600
2012	3.500
2013	4.000
2014	5.000

Hilo, herrajes, hebillas, plantillas, material de emplantillar, puntas de acero, forros y otros artículos que no se producen en el Ecuador están en esta lista. El sector afirma que son pocas las empresas que han comenzado a distribuir estos materiales, pero aún no cuentan con calidad que realce al zapato ecuatoriano y le dé un valor agregado para competir con el brasileño, mexicano o colombiano. De allí que todavía se ven en la necesidad de importar los insumos, aunque eso represente una subida en los costos de producción.

El cuero se vende por pedazos de 10 x 10 que equivalen a una plancha. En el Ecuador cada una cuesta entre \$ 0,37 y \$ 0,40, mientras que en Colombia su precio está entre los \$ 0,20 y \$ 0,25. Otro caso es el de la piel, cuyo valor en el país es uno de los más altos (\$ 40 por metro). La misma cantidad en Brasil o Colombia se vende en menos de \$ 25.

Según la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador, el precio del cuero aumenta casi a valores internacionales, lo que incrementa la demanda desde el exterior. Los curtidores aseguran que los productores de calzado entonces prefieren sustituir cuero natural por cueros sintéticos y textiles.

A esto se agrega el aumento de precio de hasta 50% en insumos como herrajes o 15% más en suelas y plantillas o materiales para hacerlas; aunque hay que recalcar que el zapato ecuatoriano se confecciona con 65% de materia prima nacional y 35% internacional. Los productores se mantienen, por lo tanto, entre la espada y la pared. Se ven limitados a incrementar los precios finales del calzado por temor a que el mercado se incline por zapatos del exterior y, por otro lado, van perdiendo liquidez.

### La innovación: ciudad del calzado y laboratorio de pruebas

En un terreno de 148.000 m<sup>2</sup>, a la entrada de Ambato, se construye la Ciudad del Calzado. Un proyecto ambicioso de \$ 15 millones que busca fortalecer al sector y agrupar a los productores nacionales. Cada empresario debe aportar

CUADRO 3  
**Tipo de calzado fabricado en el Ecuador**  
FUENTE: CÁMARA NACIONAL DEL CALZADO (CALTU).

Cuero	45%
Inyectan	25%
Deportivo	15%
Plástico	15%

Las exportaciones del sector calzado ascienden a **\$ FOB 38,9 millones** y sus destinos principales son Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y EEUU.

para la compra del galpón y ganarse su espacio en un lugar donde se mostrarán los negocios y habrá una pasarela.

La idea surgió a raíz de que los artesanos comprendieron que el auge de su industria y su dedicación los hace más valorados dentro y fuera del país. Hasta el momento, 24 empresas se han sumado a la iniciativa.

Para la Cámara Nacional del Calzado esta modalidad tendrá una dinámica distinta. El cliente podrá conocer cómo se hace el producto y se logrará que la producción nacional tenga más identidad, más ventas, mano de obra, empleo, turismo y gastronomía.

Se sienten motivados. **Sonia Sulca**, gerente de la empresa Joseph's, considera que ese sueño (que se verá cristalizado en 2017) los sostiene. La producción en los últimos meses ha sido baja e incluso han debido hacer recortes de personal. La desilusión se detiene cuando piensan en el proyecto que los hará más visibles dentro del mercado nacional e internacional.

Eso porque auguran que la Ciudad del Calzado sea una catapulta para conseguir consumidores externos. Aunque reconocen que para ello deberán mejorar sus ofertas y su calidad. Por eso, también se abrió el laboratorio de pruebas físicas. Un espacio en el que se busca realizar los controles de calidad de los

productos de cada artesano y empresario del país para lograr características de exportación.

Caltu afirma que fue un aporte de \$ 136.000 del Gobierno japonés, que se gestionó a través del Mipro, el que facilitó la compra de equipos de laboratorio que podrán usar todos los sectores relacionados con la cadena productiva. También, con fondos de la misma entidad, se hizo un estudio antropométrico del pie del ecuatoriano, que permitirá tener un parámetro de sus medidas y características.

En las pruebas se medirán las siguientes características:

- Adhesión de acabado de cuero;
- Despegue de suela;
- Tracción y elasticidad del cuero;
- Resistencia de la costura;
- Resistencia y flexión del cuero;
- Resistencia de deformación de plantillas;
- Resistencia de suelas;
- Resistencia al impacto de tacones;
- Condiciones ambientales.

### La mira en la capacitación

Pese a los problemas que deben enfrentar, los productores y artesanos se sienten entusiasmados. Los talleres y capacitaciones han sido su fortaleza y su pilar para permanecer en el mercado. Gran parte de ellas las han recibido de especialistas internacionales que llegan al país y que, incluso, se quedan a vivir aquí. Asimismo, el Mipro y la Pre-Cámara de Pichincha han gestionado

Existe un gran desarrollo de la industria, principalmente en Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.  
**870 establecimientos** producen zapatos, según el INEC.

talleres de creación, manejo de tendencias, tecnologías competitivas, entre otros.

Justamente en octubre se realizó una capacitación. **Luis Joel Quiroz**, experto en costos de producción de calzado del Centro de Innovación Aplicada en Tecnologías Competitivas de México, capacitó a representantes de la industria en Quito para transmitir las experiencias del país líder en producción de calzado en Latinoamérica.

De acuerdo con información del Ministerio de Industrias, a la jornada acudieron gerentes, contadores y diseñadores de varias empresas, que asimilaron los insumos formativos que incrementarán el nivel competitivo de sus industrias, dando respuesta a las necesidades de formación detectadas por el mismo sector.

Recientemente, la Pre-Cámara efectuó un taller de diseño y colecciones y desarrolló dos más, de planificación de producción y de estandarización, que contribuirán a lograr mano de obra ecuatoriana calificada.

Por su parte, el Mipro ejecuta en diferentes ciudades del país jornadas de capacitación en buenas prácticas en el diseño de calzado y tendencias de moda 2016-2017. A estas asisten empresarios y artesanos de Ambato y Cevallos, que concentran a 50% de los productores de calzado nacional. El restante está en Quito, Guayaquil y Cuenca.

Dentro de las capacitaciones son esenciales estos temas:

- Diseño;
- Modelado en Strobell;
- Diseño en 3D;
- Diseño de moldes para suelas;
- Supervisión de la producción;
- Fabricación de materias primas;
- Planificación y control de la producción;
- Empresas familiares;
- Certificación de calidad.

Lilia Villavicencio y la Cámara Nacional apoyan las iniciativas que permiten el desarrollo. La mano de obra calificada es importante y han tenido que prescindir de ella por los momentos de crisis. Las empresas laboran con menos de la mitad del personal con el que trabajaban hasta el año anterior.

Sin embargo, la participación en ferias los ha motivado. A inicios de septiembre se llevó a cabo una en la que participaron 120 expositores. Recibieron visitas internacionales y logró efectuarse un buen número de contratos.

Todo esto da pautas al sector para seguir con sus proyectos. Además de conocer que la Secretaría Nacional de Educación Superior lanzará una nueva oferta de estudios en la que consideran una tecnología en la fabricación de calzado que tendrá como tiempo de estudios dos años y medio.

En medio de la incertidumbre, para esta industria continúan abriéndose puertas que los artesanos, pequeños y medianos productores aspiran a que les auspicien en mercados internacionales a mediano plazo y con calzado calificado.

## ENTREVISTAS

### “LA OFERTA DEBE CONSIDERAR EL CALZADO PERSONALIZADO”



**William Arias,**  
gerente de Calzado Liwi

Tipo de calzado:	Ortopédico
Producción:	120 pares diarios
Colaboradores:	36
Experiencia:	25 años

“Una de las cosas importantes y que, sin embargo, no es tomada en cuenta en su totalidad es la personalización del calzado. Debemos recordar que el ecuatoriano tiene un pie que lo identifica, una simetría particular y propia, y además, una alineación de cuerpo que no

siempre es igual que en otros países. Creo firmemente que por allí podría estar la idea de éxito: conseguir que los consumidores nacionales se sientan identificados y a gusto con la oferta de calzado que están recibiendo. Que sientan confort, comodidad, que ese sea el valor agregado que le entrega la industria ecuatoriana, zapatos a su medida.

En mi amplia experiencia como productor y gracias a mis estudios especializados en este campo, puedo comprender que esto es vital no solo para el gusto del cliente sino para su salud. Realizar un zapato de calidad, con alta tecnología no es una opción, es un requerimiento indispensable para poder competir dentro y fuera del país.

Esto se debe considerar desde la niñez. Que los pies se cuiden y la persona mantenga una estabilidad adecuada que le lleve a una buena vejez. En las manos de los artesanos productores está que nuestro sector crezca y se fortalezca obedeciendo las necesidades del mercado nacional”.

Calzado Liwi es una empresa que distribuye su producción en Quito, Latacunga y Ambato. Diez años de estudios en Europa amparan su calidad. En su taller hay máquinas con nanotecnología que los ayuda a crear ejemplares especializados.

## “LAS CERTIFICACIONES SON IMPORTANTES”



**Patricio Chérrez,**  
gerente de Calzado Buffalo

Tipo de calzado:	Industrial
Producción:	1.000 pares diarios
Colaboradores:	65
Experiencia:	25 años

“De 2008 a 2014, la industria empezó a fortalecerse. El negocio fue muy bueno y las medidas del Gobierno, acertadas. Debemos, entonces, entender que este es un bajón momentáneo y que la crisis no afectará al calzado en su totalidad. Ha sido, en todo caso, un año difícil, diríamos que probablemente las ventas en mi tipo de calzado bajaron 10%.

Los meses de julio y agosto fueron los más complicados y en los que tuvimos incluso que paralizarnos; pero tenemos expectativas, sobre todo amparados en las certificaciones. Buffalo las tiene, contamos con respaldo por nuestra calidad y eso es un arma, pues hay un reconocimiento detrás de nuestro trabajo. A eso deben apuntar todos los productores nacionales; a cumplir con los procesos de calidad necesarios que

los lleven a obtener merecimiento y así poder competir afuera.

Se puede ahorrar material, pero es necesario evaluar el costo-beneficio para que el par tenga estándares y su consumo sea efectivo, es decir, duradero para el cliente”.

Buffalo posee líneas de calzado industrial. En distintos galpones hay máquinas para cada tipo y personas que se dedican a un estricto control de calidad. Cuentan con la certificación Satra, una de las más reconocidas a escala mundial.

## “EL INGRESO ILEGAL NOS PERJUDICA”

**Raquel Abril,**  
gerente de Calzado Guifer

Tipo de calzado:	Infantil
Producción:	100 pares diarios
Colaboradores:	80
Experiencia:	20 años

“El ingreso de calzado colombiano y peruano al Ecuador nos limita, es perjudicial para productores y artesanos que

han organizado sus empresas y que viven de ello. Por más que se tengan años de experiencia y presencia en el mercado, el contrabando es una poderosa arma en contra.

Requerimos que el consumidor se incline por nuestra producción. Por lo que el ecuatoriano puede ofrecer, pese a sus limitaciones en importaciones de materia prima. Es justamente a lo que debemos apostar. Crear nuevas empresas que generen estos materiales e insumos con control de calidad y así poder ofrecer mejores productos.

Los terminados y detalles de países como Colombia, México y Brasil son de muy buena calidad precisamente por esto. El ecuatoriano debe lograr que incluso el dinero de insumos se quede en el país, pero elaborando accesorios que sean competitivos.

La calidad cuesta más. Y eso ha sido un limitante. Cada empresa confecciona con estándares pero debe considerar también los artículos que tiene para invertir. No debe existir competencia desleal, con eso nos perjudicamos todos”.

Guifer es una empresa de calzado infantil que se distribuye a todas las provincias. Sus mayores ventas están en la temporada de ingreso a clases de la Costa y la Sierra. También comercializan zapatos para niños todo el año. **G**

