

LAS IMPORTACIONES DE CALZADO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LAS MYPES DEL SECTOR CALZADO.DISTRITO EL PORVENIR 2007 – 2011.

SHOES IMPORT AND ITS INFLUENCE ON SALES OF FOOTWEAR SECTOR MYPES. DISTRICT EL PORVENIR 2007 – 2011.

Milagros Delfina Martel Rosado

Ex alumna de la Escuela Profesional de Contabilidad.
Universidad César Vallejo.

E-mail: milagros_martel91@hotmail.com

Recibido: 27 febrero 2013 - Aceptado: 29 marzo 2013

RESUMEN

El estudio es de tipo cuantitativo, no experimental, y descriptivo simple. Se realizó con el objetivo de determinar de qué manera las importaciones de calzado influyen en las ventas de las MYPES del sector calzado del Distrito El Porvenir en los últimos cinco años. Tuvo una población de 1638 fabricantes (MYPES) y una muestra de 152. Se aplicó la técnica de la encuesta así como el análisis documental. Según el análisis de los resultados las importaciones de calzado en el periodo 2007-2011 han crecido notablemente. Tomando como año base el 2007, las importaciones de calzado en el 2008 crecieron en un 325%, el 2009 se registró un crecimiento de 368% con respecto al año base; así mismo en el año 2010 y 2011 la importaciones se incrementaron en 492% y 612% respectivamente, siendo el principal proveedor China que representa una participación de un 76%. La prueba estadística regresión lineal y coeficiente de correlación de Pearson, cuyo resultado fue de $r = -0.807$, indicaron que existe una correlación inversa, a medida que se incrementan las importaciones, las ventas disminuyen, llegando a la conclusión de que las importaciones de calzado están influyendo negativamente en las ventas de las MYPES, disminuyendo en el 2011 hasta en un 15%, lo cual afecta su crecimiento.

Palabras clave: Importación, Ventas, MYPES.

ABSTRACT

The study is a quantitative, non-experimental, descriptive simple. Was performed in order to determine how footwear import safe sales of the footwear sector MYPES District El Porvenir in the last five years. It had a population of 1638 manufacturers (MYPES) and a sample of 152. Technique was applied to the survey and document analysis. According to the analysis of the results footwear imports in the period 2007-2011 have grown significantly. Taking 2007 as the base year, footwear imports in 2008 grew by 325%, in 2009 there was a growth of 368% compared to the base year, like wise in 2010 and 2011, imports increased by 492% and 612% respectively, being the main supplier China representing a 76% participation. The linear regression statistical test and Pearson correlation coefficient, the result was $r=-0807$, indicated that there is an inverse correlation, as imports increase, decrease sales, concluding that imports of footwear are impacting negatively on sales of MYPES, decreasing in 2011 up to 15%, affecting their growth.

Key words: Import, Sales, MYPES

I. INTRODUCCIÓN

La industria del calzado se caracteriza por ser una de las actividades más globalizadas y en cuyo seno se desarrolla una intensa competencia internacional. Según el Instituto de Estudios Económicos y Sociales la industria del calzado, en el Perú entre los años 2001-2006 ha registrado índices negativos, con respecto a su crecimiento industrial, debido al incremento de las importaciones de calzado provenientes principalmente de China, Vietnam, Brasil y Malasia. A partir del año 2007 el panorama se fue tornando más optimista ya que el año 2008 el Índice de Crecimiento Industrial fue de 67,2%, pero en el 2009 tuvieron un retroceso con respecto al año anterior de 25% y 17,6% respectivamente. En el primer semestre del año 2011, se registró un decrecimiento de 5,69%, respecto a lo presentado en el primer semestre del año 2010. Por ello esta industria enfrenta una fuerte competencia, por una parte de países como China que se ha convertido en una de las principales potencias mundiales, con quien el Gobierno Peruano ha firmado un Tratado de Libre Comercio (TLC), permitiendo así el ingreso de calzado Chino a nuestro país; cuyos grandes volúmenes y bajos costos de producción están empezando a manejar el mercado peruano. Según la Corporación del Cuero, Calzado y Afines (CCCA), el año 2010 se importaron 35 millones de pares de calzados, de los cuales 21 millones provienen de China (60%), una cifra superior a la registrada en el 2009 cuando los calzados chinos alcanzaban los 15 millones de pares, y 12 millones en el 2008. Por tal motivo estas importaciones con sus precios bajos, son las que ponen en situación de crisis al

Sector Calzado Peruano, que a falta de innovación tecnológica se ven obligados a competir, comprometiendo así su perspectiva de crecimiento futuro. Esta situación es realmente preocupante para una de nuestra industrias más representativas de la Región La Libertad, que son las MYPES del Sector Calzado de Trujillo, considerada como la capital del calzado; posee una de las industrias más dinámicas en cuanto a producción de calzado ya que se estima que en esta área se produce cerca del 50% de calzado vendido a nivel nacional. Es por ello que en el presente estudio se planteó el problema siguiente: ¿De qué manera las importaciones de calzado influirán en las ventas de la MYPES del sector calzado del Distrito El Porvenir?, con el objetivo de determinar de qué manera las importaciones de calzado influyen en las ventas de calzado de las MYPES del distrito El Porvenir en los últimos cinco años. Esta investigación es importante ya que dará a conocer a nuestros micro y pequeños empresarios de calzado del distrito El Porvenir sobre las influencias que tiene las importaciones de calzado extranjero a nuestro país y como están afectando el nivel de ventas de nuestro producto nacional, produciendo así una reducción económica y laboral. Por este motivo se pretende a través de este estudio dar una información al fabricante MYPE sobre esta problemática con la finalidad de producir un calzado más competitivo en el mercado, tanto en diseño, calidad y costo; logrando así competir con el calzado extranjero que en estos últimos años está representado una amenaza tanto por sus diseños y bajos precios.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

El presente trabajo de investigación es de tipo cuantitativo, no experimental de corte transversal y descriptivo simple. La población estuvo compuesta por la totalidad de MYPES formales que se dedican a la producción de calzado en el distrito de El Porvenir, siendo 1638 fabricantes, base de datos que fue proporcionada por el Ministerio de la Producción (Gerencia Regional de la Producción). La muestra estuvo comprendida por 152 MYPES, las cuales fueron seleccionadas mediante muestreo aleatorio simple. Se utilizó la técnica de

la encuesta, aplicándose a todos los fabricantes de la muestra un cuestionario para determinar el nivel de ventas de calzado y, a la documentación disponible, el análisis documental para determinar el volumen, valor y evolución de las importaciones de calzado así como el volumen de ventas de las MYPES de calzado del distrito El Porvenir. Para el análisis de los datos se utilizó el programa Excel 2010, la prueba estadística regresión lineal y coeficiente de correlación de Pearson.

III. RESULTADOS

Tabla 1: Nivel Educativo de los micro y pequeños empresarios del sector calzado del distrito El Porvenir.

NIVEL	CANTIDAD	%
Primaria	3	2
Secundaria	130	86
Superior	19	12
TOTAL	152	100

Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Tabla 2: Gestión del conocimiento de los micro y pequeños empresarios del sector calzado del distrito el porvenir

CONOCIMIENTO	CANTIDAD	%
Tradición Familiar	55	36
Conocimientos técnicos en un trabajo anterior	89	59
Aprendió por un amigo	6	4
Estudios Técnicos	2	1
TOTAL	152	100

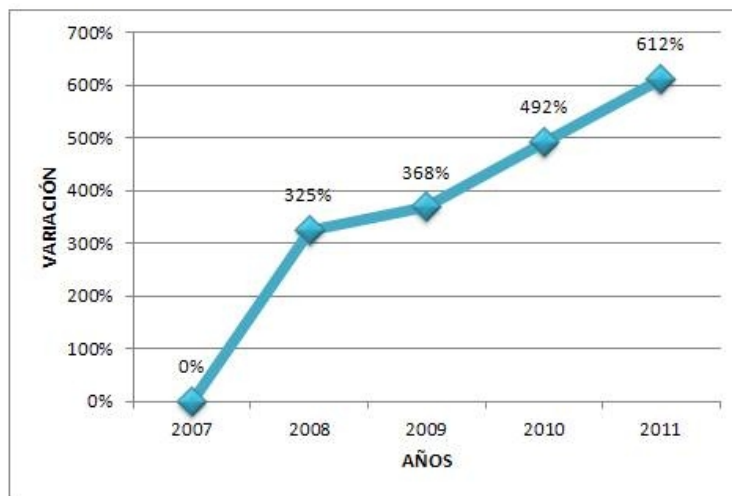
Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Tabla 3: Volumen de las importaciones de calzado, en pares, durante los años 2007 al 2011.

AÑOS	CANTIDAD PARES	VALOR RELATIVO	VARIACIÓN
2007	1805845	100%	0%
2008	7682233	425%	325%
2009	8457086	468%	368%
2010	10695369	592%	492%
2011	12861163	712%	612%

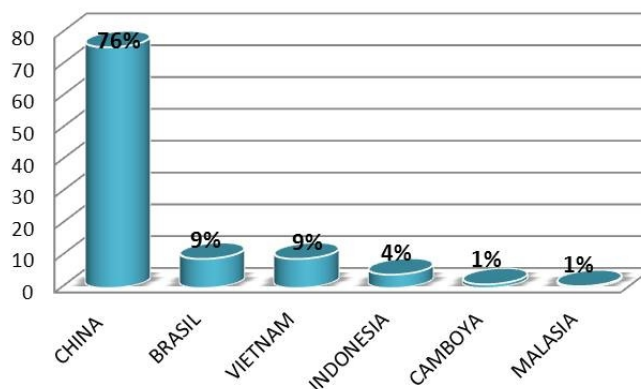
Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Gráfico 1: Tendencia de las importaciones de calzado, en pares, durante los años 2007 al 2011.



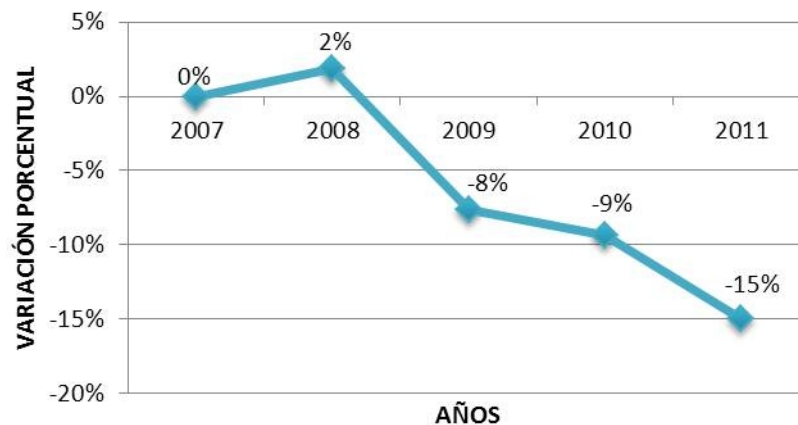
Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Gráfico 2: Participación de países proveedores de calzado.



Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Gráfico 3: Tendencia de las ventas de calzado, en pares, durante los años 2007 al 2011.



Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Tabla 4: Mercado dirigido de calzado de los micro y pequeños empresarios del distrito El Porvenir.

CATEGORÍA	CANTIDAD	%
Niños	12	8
Damas	98	64
Caballeros	24	16
Damas / Caballeros	4	3
Niños / Caballeros	1	1
Niños / Damas	3	2
T.A.	10	6
TOTAL	152	100

Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Tabla 5: Demanda de las líneas de calzado de los micro y pequeños empresarios del distrito El Porvenir.

LÍNEA DE CALZADO	CANTIDAD	%
Vestir	48	32
Sport	67	44
Casual	16	10
Escolar	2	1
Vestir / Sport	6	4
T.A.	13	9
TOTAL	152	100

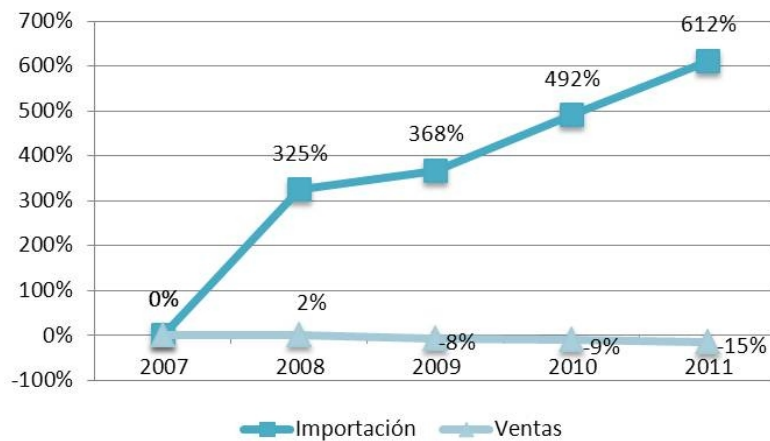
Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Tabla 6: Formas de promoción del producto de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir.

ITEMS	CANTIDAD	%
Muestras al cliente	142	93
Participaciones en Ferias Locales	0	0
Publicidad	0	0
Muestras al cliente/ Participaciones en Ferias Locales	4	3
Muestras al cliente/ Publicidad	6	4
TOTAL	152	100

Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Gráfico 4: Importaciones de calzado Vs Ventas de las MYPES del distrito El Porvenir 2007 - 2011.



Fuente: Encuesta aplicada a los microempresarios de calzado del Distrito el Porvenir.

Tabla 7. Valores estadísticos obtenidos al realizar el análisis de regresión para evaluar el efecto de las importaciones sobre las ventas de calzado de las MYPES del distrito El Porvenir.

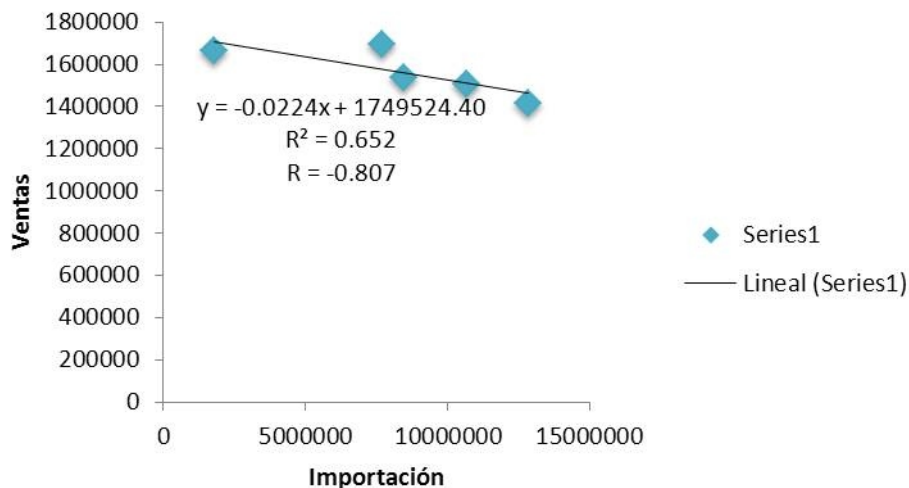
Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	-0.80747082
Coefficiente de determinación R ²	0.65200912
R ² ajustado	0.53601216
Error típico	78691.631
Observaciones	5

Tabla 8. Valores estadísticos obtenidos al realizar el análisis de Varianza de para evaluar el efecto de las importaciones sobre las ventas de calzado de las MYPES del distrito El Porvenir.

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	34806804710	34806804710	5.620915582	0.098428546
Residuos	3	18577118373	6192372791		
Total	4	53383923083			

	Coefficientes	Error Típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	1749524.39	86084.47	20.3233	0.0002604	1475565.2	2023483.58	1475565.19	2023483.58
Variable X 1	-0.022440	0.009465	-2.3708	0.0984285	-0.052562	0.007682	-0.052562	0.007682

Gráfico 5. Curva de regresión que indica la relación inversa entre importaciones de calzado y nivel de ventas de la MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir



IV. DISCUSIÓN

Los Micro empresarios del sector calzado del distrito El Porvenir, cuentan con un nivel de instrucción bajo debido a que más de la mitad de los encuestados, que es el 86% sólo tienen estudios secundarios (Tabla 1), es por ello que los conocimientos adquiridos sobre la fabricación de calzado es a través de conocimiento técnicos adquiridos en un trabajo anterior, es decir, los operarios pasan a ser maestros, así mismo carecen de capacitación por parte de alguna institución que se dedica a la gestión del sector calzado. Según la investigación de Villón (2009), los pequeños empresarios

de calzado del distrito El Porvenir, son de bajo nivel educativo, cuentan con conocimientos prácticos de su propia experiencia, desconocen los modernos criterios de mano empresarial, mantienen las costumbres tradicionales en la que el empresario asume totalmente el conjunto de labores operacionales y funciones relacionados con los procesos decisivos en la gestión empresarial. Ello se confirma con lo encontrado en el presente trabajo, dado que el nivel de conocimiento aún se sigue presentando con una debilidad para la gestión del negocio de los pequeños empresarios, lo que

conlleva muchas veces a generar una desorganización contable y financiera de la MYPE. El volumen de las importaciones de calzado en pares de zapatos, en el período 2007 – 2011, ha mostrado un comportamiento creciente de la siguiente manera: Tomando como año base el 2007, las importaciones de calzado en el 2008 crecieron en un 325%, en el año 2009 fue de 368%; así mismo en el año 2010 y 2011 la importaciones se incrementaron en 492% y 612% respectivamente (Gráfico 1), siendo el principal proveedor China que representa una participación de un 76% (Gráfico2). Mendoza (2010) afirma que: De los Tratados de Libre Comercio (TLC) se ha hablado mucho en el Perú en los últimos tiempos. Y es que nuestro país ha venido negociando, uno tras otro, numerosos acuerdos de este tipo con las principales economías mundiales como Estados Unidos, China, Chile entre otros. El problema con esta visión es que sólo presta atención a las ventajas, pero ignora los riesgos y problemas que se derivan de un TLC negociado sin establecer adecuadas medidas de protección contra las políticas comerciales chinas, las cuales frecuentemente transgreden las reglas del comercio internacional. En el Perú, el impacto de las malas prácticas comerciales chinas ya se ha hecho sentir en varios de nuestros sectores productivos más importantes, como el textil y el del calzado. Entonces se puede concluir que las importaciones de calzado se han incrementado considerablemente debido a los TLC firmados con otros países teniendo mayor participación los calzados procedentes de China, que están vulnerando las ventas de las MYPES del sector calzado del Distrito El Porvenir quienes se enfrentan día a día con esta gran competencia mundial. Con respecto a las ventas de las MYPES del sector calzado en los periodos 2007-2011 se puede observar un comportamiento decreciente de la siguiente manera: Tomando como año base el 2007, las ventas de calzado en el 2008 crecieron en un 2%, en el año 2009 tuvo un retroceso de 8%, así mismo en el

año 2010 y 2011 siguieron bajando en un 9% y 15% respectivamente (Gráfico 3). Según Stanton, Richard y Rosann (1997): La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen productos, servicios u otros en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. Este no es el caso de la MYPES ya que como se puede observar las ventas están decreciendo y por ende tienden a enfrentarse a mayores dificultades por su baja capacidad competitiva para vincularse con el sector externo. Por otra parte, en la Tabla 4 se muestra que el 64% de los fabricantes dirigen su venta al mercado de damas, seguido por el mercado de caballeros con el 16% y con un 8% hacia el mercado de niños; así mismo el 6% está dirigido a todas las categorías (Niños, Damas y Caballeros). Según Becerra & García (2008), en la actualidad no hay duda de que no hay negocio sin mercado y que este es esencial para todo empresario, es por ello que algunos productores consideran que es necesario dividirlos en partes o segmentos, para así poder llegar mejor con su producto; a este proceso se le conoce como segmentación de mercado. Esta teoría se afirma con los resultados encontrados ya que se puede verificar que las MYPES dividen su mercado total en tres segmentos principales que son: Calzado para damas, caballeros y niños, siendo el segmento más importante el calzado para damas que engloba un conjunto de atributos de variados diseños, calidad y precios. Así mismo las líneas de calzado con mayor demanda son el calzado Sport que representa un 44% y Vestir un 32% (Tabla 5). En relación a las formas de promoción, empleada por los productores del sector calzado, el 93% lo hace a través de Muestras al Cliente, el 4% tanto con Muestras al Cliente y Publicidad y el 3% en Participación en Ferias Locales y Muestras al Cliente (Tabla 6). Según Becerra & García (2008), la promoción hace

referencia a todas las formas de dar a conocer un producto o servicio en el segmento de mercado que desea satisfacer como publicidad a través de afiches, calendarios, páginas web. Adicionalmente las labores promocionales también pueden permitir el aumento de las ventas. Esta afirmación no se cumple debido a que la mayoría de los micro empresarios sólo dan a conocer sus productos a través de las muestras directas al cliente, sin realizar otras actividades promocionales que transmitan un mensaje publicitario impactante con la finalidad de captar otros clientes potenciales. El análisis de correlación (Tabla 7) muestra que el coeficiente de Pearson tiene un valor de $-0,807$, lo cual indica que el grado de asociación entre las variables analizadas es alta e inversa, es decir que a medida que se incrementan las importaciones, las ventas disminuyen; y de acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de regresión (Tabla 8 y Gráfico 5), se puede

decir que las importaciones de calzado influyen negativamente en las ventas de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir. Así mismo, se observa en el Gráfico 4 que las importaciones se ha incrementado en los últimos cinco años, sin embargo las ventas de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir han mostrado una tendencia decreciente, dado que las ventas de calzado en el 2008 crecieron en un 2% con respecto al año base, en el 2009 tuvo un retroceso de 8%, así mismo en el año 2010 y 2011 siguieron bajando en un 9% y 15% respectivamente, esto debido a que a mayor ingreso de calzado extranjero en nuestro país, las ventas de los Micro y Pequeños empresarios están bajando ya que el calzado extranjero en su gran mayoría procedente de china, es un calzado más industrializado tanto en diseños y precios mientras que el calzado de las MYPES es un calzado más artesanal.

V. CONCLUSIONES

1. La problemática del sector calzado del distrito El Porvenir, básicamente se debe al bajo nivel de instrucción. El 86% sólo tienen estudios secundarios, y los conocimientos sobre la fabricación de calzado se adquieren a través de conocimiento técnicos en un trabajo anterior.
2. Se determinó que las importaciones del sector calzado en los últimos cinco años se ha incrementado de periodo a periodo, mostrando una tendencia ascendente.
3. Las ventas de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir en los periodos de estudio 2007 - 2011 han disminuido en un 15%.
4. Las importaciones de calzado influyen negativamente en las ventas de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir, siendo los resultados que a mayor importación de calzado las ventas de las MYPES disminuyen.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ARELLANO CUEVA, R. (2000). Marketing América Latina. (1ª.ed.). México: Mc Graw – Hill/Interamericana Editores S.A.
2. BECERRA, A.M. &GARCIA, E. (2008). Aspectos Básicos de Marketing para la Micro y Pequeña Empresa. (1ª.ed.). Lima: Pacífico Editores
3. GIRALDO JARA, D. (2006). Marketing Empresarial en la Nueva Economía. Lima: FecatE.I.R.L.
4. GONZALES MONTENEGRO, Y. (2007). Guía Para Importar y Exportar. Perú: Pacífico Editores
5. MENDOZA NAVA, A. (2010). TLC ¿Y eso Cómo se Come?.(1ª.ed.). Lima: Neva Studio S.A.C.
6. ROMERO C, R. (1997). Como Vender más con el Marketing en la Pequeña Empresa. (1ª.ed.). Lima: PalmirE.I.R.L.
7. ROSAS BUENDÍA, R. (2009). Manual de Importación y Exportación. (1ª.ed.). Perú: Entrelíneas S.R.L.
8. STANTON, W., BUSKIRK, R. &SPIRO, R. (1997). Ventas: Conceptos, Planificación y Estrategias. México: Mc Graw–Hill/Interamericana Editores S.A.
9. VICENTE, M. A. (2009). Marketing y Competitividad. Nuevos Enfoques para Nuevas Realidades. (1ª.ed.). Buenos Aires: Pearson Education S.A.
10. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.
<http://www.sunat.gob.pe/> (04.05.2012)
11. Promonegocios.net
<http://www.promonegocios.net/venta/tipos-venta.html> (10.05.2012)
12. Scribd.
<http://es.scribd.com/doc/19366012/Microfinanzas-y-las-mypes-peru> (23.05.2012)