



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**TEMA: “AFECTACIÓN DE LA PANDEMIA COVID – 19 EN LA
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE
TALABARTERÍA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

BRIAN ISRAEL NAVARRO TERÁN

DIRECTOR

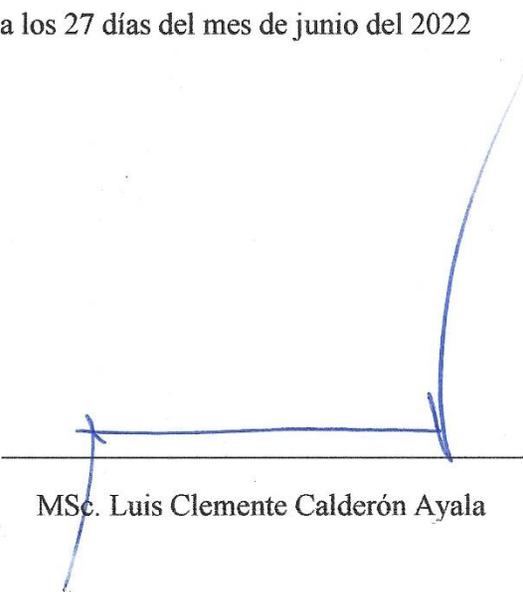
LUIS CALDERÓN AYALA, MSC

IBARRA 2022

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el estudiante NAVARRO TERÁN BRIAN ISRAEL, para optar por el Título de Licenciatura en Administración de Empresas, cuyo tema es “AFECTACIÓN DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 27 días del mes de junio del 2022



MSc. Luis Clemente Calderón Ayala



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	171860528-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Navarro Terán Brian Israel		
DIRECCIÓN:	Atuntaqui- Panamericana norte E35 entre Miguel Sanipatin.		
EMAIL:	binavarrot@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2535337	TELÉFONO MÓVIL:	0988541554

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Afectación de la pandemia Covid-19 en la producción y comercialización de artículos de talabartería.
AUTOR (ES):	Navarro Terán Brian Israel
FECHA: DD/MM/AAAA	12/10/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Administración de Empresas
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Luis Calderón

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días del mes de octubre de 2022

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Navarro Terán Brian Israel

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por ser el guía durante mis años de carrera universitaria además de proveerme de conocimiento y sabiduría para culminar mi carrera y el presente proyecto de investigación.

A mis padres, hermanos por ser el pilar principal y el motivo de superación propia porque han sido quienes confían día tras día en mi capacidad de enfrentar adversidades e inculcar el significado de seguir adelante en el ámbito académico.

A los docentes de la carrera de Administración de Empresas por el tiempo dedicado en impartir sus valiosos conocimientos para forjar mejores profesionales día a día.

A mis amigos y compañeros quienes fueron apoyo académico y moral durante la vida universitaria.

DEDICATORIA

Dedico este logro de relevancia e importancia en mi vida a Dios, por ser quien guía mi camino día tras día.

A mis padres, hermanos, tíos por ser quienes me acompañaron durante los años de carrera universitaria y ser el motivo fundamental para cumplir con este objetivo de superación personal.

Brian Israel Navarro Terán

Tabla de contenido

Resumen	10		
Abstract	11		
Capítulo 1	12		
1.1.		Antecedentes	12
1.2.		Planteamiento del Problema	15
1.3.		Justificación de la Investigación	20
1.4.		Objetivos	21
1.5.		Pregunta de Investigación	21
Capítulo II: Marco Teórico.....	22		
2.1.		Fundamentación Teórica.....	22
2.2.		Teorías Base de la Investigación.....	22
2.3.		Marco Conceptual	25
2.4.		Fundamentación Empírica	33
Capítulo III: Metodología de la investigación.....	36		
3.1.		Tipos de Investigación	36
3.2.		Métodos de investigación	36
3.3.		Instrumento(s) de Investigación.....	37
3.4.		Unidad de análisis	37
3.5.		Descripción de Datos	37
3.6.		Determinación de variables.....	39
Capítulo IV: Análisis de resultados.....	42		
4.1.		Análisis de datos	42
4.2.		Principales resultados obtenidos de la investigación	43

4.3.	Logro de los Objetivos Planteados	58
4.4.	Respuesta a la pregunta de investigación.....	59
4.5.	Discusión de resultados.....	60
4.6.	Limitaciones y Alcance la de Investigación	64
Conclusiones	65	
Recomendaciones	66	
Referencias bibliográficas	68	
Anexos	77	
	Anexo 1: Modelo encuesta.....	77
	Anexo 2: Encuestas realizadas.....	81
	Anexo 3: Fotografías durante la realización de la encuesta.....	82

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1.	Modelo de Proceso (Carvajal Zambrano, Valls Figueroa, Lemoine Quintero, & Alcivar Calderón, 2017)	25
Ilustración 2.	Proceso productivo del cuero Cotacachi (Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC), 2012).....	33

Índice de Tablas

Tabla 1.	Talabarteros del cantón encuestados.....	38
Tabla 2.	Determinación de variables.....	40
Tabla 3.	Datos Sociodemográficos.....	43

Índice de gráficos

Gráfico 1.	<i>¿Ha notado disminución en la cantidad de productos requeridos por sus clientes desde inicios de la pandemia?</i>	44
Gráfico 2.	<i>¿Se ha visto alterada la calidad de las materias primas y los insumos necesarios para desarrollar su actividad productiva?</i>	44
Gráfico 3.	<i>¿Consideró necesario algún tipo de crédito como ayuda para sobrellevar la situación?</i>	45
Gráfico 4.	<i>¿Ha notado últimamente dificultad para afrontar sus deudas?</i>	45
Gráfico 5.	<i>¿Cómo consecuencia de la pandemia sus gastos de ventas, administrativos y de fabricación incrementaron?.....</i>	46
Gráfico 6.	<i>¿Tuvo que modificar los métodos de producción para acatar medidas dispuestas con el objetivo de mitigar la propagación del virus?</i>	46
Gráfico 7.	<i>¿Está de acuerdo en que la situación económica a nivel país ha influenciado a su negocio?</i>	47
Gráfico 8.	<i>¿Su infraestructura debió ser modificada para cumplir medidas de distanciamiento y aforo con relación a sus trabajadores?.....</i>	47
Gráfico 9.	<i>¿Adecuo y señalizó espacios para poder atender a los clientes en el punto de venta?</i>	48
Gráfico 10.	<i>¿A menudo ha tenido que reducir cantidades de adquisición de materia prima?</i>	48
Gráfico 11.	<i>¿Ha tenido dificultad para adquirir o abastecerse de la materia prima requerida para la actividad talabartera?</i>	49
Gráfico 12.	<i>¿Evidenció un incremento en el precio de los insumos?</i>	49

Gráfico 13.	<i>¿Tuvo que reemplazar los proveedores de su materia prima?.....</i>	50
Gráfico 14.	<i>¿Capacitó a sus trabajadores sobre acciones a tomar en caso de presentar síntomas relacionados con el virus Covid-19?.....</i>	50
Gráfico 15.	<i>¿Realizo controles del estado de salud de su mano de obra periódicamente?</i>	51
Gráfico 16.	<i>¿Considera que sus ingresos económicos por las ventas de sus productos se han visto afectados por la pandemia?</i>	51
Gráfico 17.	<i>¿La rotación de su inventario ha disminuido desde los inicios de la pandemia?</i>	52
Gráfico 18.	<i>¿Sufrió daños en sus maquinarias o equipos durante el transcurso de la pandemia?</i>	52
Gráfico 19.	<i>¿Fue aún más complicado solucionar esos problemas en comparación a años anteriores?</i>	53
Gráfico 20.	<i>¿Considera que existió un desabastecimiento?</i>	53
Gráfico 21.	<i>¿Está de acuerdo en que esta falta de insumos demoró los tiempos de producción?</i>	54
Gráfico 22.	<i>¿Se generaron retrasos durante el proceso de fabricación?</i>	54
Gráfico 23.	<i>¿Considera que se produjo un incremento en el precio de venta al público de los artículos?</i>	55
Gráfico 24.	<i>¿Fue necesario cambiar la forma habitual de comercializar los productos?</i>	55
Gráfico 25.	<i>¿Ha sido necesario recurrir a redes sociales u otras plataformas digitales para continuar comercializando sus productos?.....</i>	56

Gráfico 26. *¿Estuvo en capacidad de gestionar alternativas de promoción para sus productos en época de Covid-19?..... 56*

Gráfico 27. *¿Según su perspectiva la desde la pandemia se redujo la cantidad de clientes que visitan su punto de venta?..... 57*

Gráfico 28. *¿Considera haber tenido dificultad durante la pandemia para que su producto llegue al cliente final? 57*

Resumen

En el país de China desde diciembre del año 2019 se hizo presente un riesgo para la salud provocado por el virus COVID-19 el mismo que llegó a un sinnúmero de países (Quevedo et al., 2020). En el Ecuador esto ha traído consigo medidas y acciones para evitar la propagación, medidas que han tenido efecto en la actividad talabartera que se realiza en el cantón Cotacachi.

La presente investigación se realizó con el propósito de conocer y describir los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización desarrollados por los talabarteros y evidenciar las consecuencias negativas que ocasionaron una afectación en este sector. Tuvo un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo mediante los cuales se logró identificar y conocer características del suceso, se lo comprendió de mejor manera y además se apoyó en un diseño no experimental transversal analizando la población en un momento determinado (Behar Rivero, 2008). Esto se logró por medio de la observación y el uso de la encuesta como instrumento con un total de 28 preguntas. En la cual participaron 30 personas seleccionadas por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia en base a la apreciación del investigador y en función de los objetivos (López Roldan & Fachelli, 2015).

La investigación reflejó un desabastecimiento de materia prima para un 64% de los encuestados, acompañado de retrasos en la producción durante la presencia del virus para un 53%, una reducción de clientes que visitan el punto de venta para un 87% y en igual porcentaje fue la reducción de ingresos por ventas percibidos por los talabarteros. Todo este conjunto de datos indica que como consecuencia de la presencia del virus Covid-19 los procesos que realizan los talabarteros sufrieron de alteraciones negativas las cuales como consecuencia generaron una afectación para quienes producen y comercian con artículos elaborados en cuero.

Palabras Clave: Covid-19, talabartería, aprovisionamiento, producción, comercialización

Abstract

In the country of China since December 2019, a health risk caused by the COVID-19 virus was present, a situation that escalated to being a pandemic and having a presence in countless countries (Quevedo et al., 2020). In Ecuador, this has brought with it measures and actions to prevent the spread. Measures that have influenced the saddler activity carried out in the Cotacachi canton. This research was carried out with the aim of knowing and describing the supply, production and marketing processes developed by saddlers in order to show the negative consequences and show the impact on this sector.

The research had a qualitative approach with a descriptive scope through which it was possible to identify and know characteristics of the event, it was better understood, and it was also supported by a non-experimental cross-sectional design analyzing the population at a given time (Behar Rivero, 2008). This was achieved through observation and the use of the survey as an instrument with a total of 28 questions. In which 30 people selected by means of a non-probabilistic convenience sampling based on the researcher's appreciation and according to the objectives participated (López Roldan & Fachelli, 2015).

The research reflected a shortage of raw material for 64% of respondents, accompanied by delays in production during the presence of the virus for 53%, a reduction in customers visiting the point of sale for 87% and in the same percentage was the reduction in sales revenue received by saddlers. All this set of data indicates that as a result of the presence of the Covid-19 virus, the processes carried out by saddlers suffered from negative alterations which as a consequence generated an affectation for those who produce and trade with articles made of leather.

Key words: Covid-19, saddlery, procurement, production, marketing.

Capítulo 1

1.1. Antecedentes

La talabartería se remonta a los años 1500 a.C. cuando los grupos de cazadores y recolectores de pieles utilizaban el material para diferentes fines. La actividad tuvo su auge en el cantón Cotacachi durante la segunda guerra mundial en el año de 1941 debido que se confió a residentes, la elaboración de cigarreras y cantimploras para ser usadas por el ejército de los EE. UU. (Clemente Cevallos et al., 2018). El termino hace referencia a la manufactura y comercialización de artículos en base a pieles de ganado vacuno, llevado a cabo de manera artesanal. Inicialmente los artículos eran monturas y accesorios para animales equinos, lo que posteriormente incluyó la confección de prendas de vestir, calzado y una categoría conocida como “marroquinería” la misma que abarca bolsos, guantes, cinturones, billeteras, etc. (Beviglia, 2017).

Jácome & Oleas (2011) expuso que la provincia de Imbabura cuenta con alrededor de 309 talleres artesanales dedicados a la confección en cuero y a la talabartería, lo que significó el 13,2% de los talleres registrados en el Ecuador. Adicional Moreno Ayala (2018) colocó a la industria manufacturera de productos en base al cuero del ganado vacuno y artesanías como el sector económico secundario en el cantón con un 23% de aporte total a la economía. Esta actividad es parte de la identidad cultural del cantón debido al importante papel y participación. Se conoce que hay aproximadamente 60 locales comerciales talabarteros ubicados a lo largo de la calle 10 de agosto. La actividad talabartera se mantienen actualmente, con una diversa línea de productos, es el eje de desarrollo y motor económico que asegura el bienestar de las familias cotacacheñas. (Cevallos et al., 2017).

Muriel Tendetza & Peñaquishpe Imba (2020) indicaron que en los últimos tiempos esta actividad económica talabartera ha adquirido un sentido netamente comercial, representando un

cambio relevante en el aspecto socioeconómico del cantón. Se identifica que la producción y comercialización están compuestas por: mercado, consumidor e infraestructura. Además, que los principales consumidores de productos talabarteros son los turistas nacionales mayoritariamente provenientes de la ciudad de Quito y en segundo lugar están turistas extranjeros. Finalmente obtuvieron que los aspectos vinculados con los procesos de producción y comercialización son rentables porque simulando el ejercicio de un negocio talabartero con una capacidad productiva del 15% y calculando la tasa interna de retorno esta dio un valor de 46%, indicando claramente que la inversión inicial es de pronta recuperación.

Por otro lado Anrrango Alcucer (2018) hizo un estudio analizando todas las actividades productivas artesanales del cantón, en el cual mediante técnicas de recopilación de datos como encuestas y fichas de observación, reveló que la producción y comercialización de productos a base de cuero es la más consumida, debido a su mayor promoción propia y de los entes públicos a diferencia del resto de emprendimientos.

En cambio Guzman Terán (2017) se enfocó en comparar al cantón Cotacachi con la parroquia Quisapincha ambos lugares en los cuales se desarrollan actividades talabarteras. en términos de competitividad, basándose en la gestión de los procesos internos de cada grupo de empresa. Los resultados mencionaron que el cantón Cotacachi tiene un nivel inferior en términos de competitividad debido a que la innovación productiva es menor, como ejemplo se tiene que el proceso de curtido de las pieles en Cotacachi aún se lleva a cabo de manera artesanal en comparación de la industrialización que ha tenido Quisapincha, además de una notable falta de diversificación productiva para Cotacachi. En la comercialización ambos cantones se vieron afectados por una falta de promoción del lugar y por la existencia de una recesión de demanda continua gracias a factores externos.

Dentro del plan elaborado por Cerpa & Jefatura de Turismo Sustentable (2019) se especifica que del total de la línea de vestimenta un 90% es local, con respecto a marroquinería un 75% es local, el resto son importaciones de productos terminados de países vecinos. En los artículos de calzado escasamente el 10% de los artículos que se comercializan se produce en el cantón.

Finalmente Capurro Tapia (2020) analizó el impacto económico de la logística en Ecuador y su afectación en la pandemia. Se centró en analizar cómo se afectó la logística en las cadenas de suministro de alimentos, insumos y bienes esenciales. Los efectos de la pandemia indiscutiblemente han generado fuertes impactos en la economía de la sociedad en todos sus niveles, ocasionando un fuerte impacto, sobre todo en el desempleo. La cadena de suministro se vio afectada parcialmente y totalmente en las conexiones aéreas, terrestres y marítimas. Concluyó que la economía ecuatoriana se encuentra seriamente vulnerada ante el cierre de la cadena de suministro, lo que repercute en un alto riesgo inherente de cierre y quiebra de muchas empresas.

Una vez que se ha realizado un análisis a la documentación existente y accesible relacionada con la temática del presente trabajo de investigación, se evidenció que la cantidad de información es escasa. Si bien se tiene información porcentual acerca de la relevancia y el aporte de la actividad talabartera a la economía del cantón son datos históricos. Por lo cual no se tiene información actual la cual contraste a la pandemia Covid-19 y la existencia de modificaciones en términos productivos y comerciales ni tampoco se conoce si estas son positivas o negativas que ha tenido el sector talabartero en cuanto a la ejecución de sus procesos.

1.2. Planteamiento del Problema

La pandemia del COVID-19 tuvo su origen en el país de China ocasionado por un virus que afecta la salud el mismo que en un corto periodo de tiempo tuvo presencia en un sinnúmero de países incluyendo al Ecuador. La irrupción del virus y las medidas sanitarias tomadas, acarrearón consigo acciones y acontecimientos que provocaron daños a nivel económico como consecuencia de las varias modificaciones a la forma cotidiana de desarrollar actividades y procesos (Quevedo et al., 2020). Las Mipymes son entidades vulnerables al contar con pocos activos, depender de sus transacciones diarias personales y en su mayoría no cuentan con reservas de efectivo que les permita afrontar imprevistos (Rodríguez et al., 2020).

Actualmente, como consecuencia del riesgo de salud evidente por el virus Covid-19, el comercio experimenta retos tanto a nivel logísticos y operacional comenzando desde el aprovisionamiento de materias primas, la disponibilidad de mano de obra, hasta el transporte y otros componentes. Existe una incertidumbre y cambios radicales en las cantidades de oferta o demanda que pone en riesgo la rentabilidad de los negocios (Lopes Martínez et al., 2021).

Valenzuela & Reinecke (2021) en su informe mencionan que para el año 2020 la OIT indicó que todos los niveles de las cadenas de suministro, iniciando desde las industrias extractivas de materia prima hasta las que se dedican al ensamblaje y por el otro extremo a la distribución y la venta, están sintiendo los efectos económicos y sociales por la presencia del virus. Estos efectos incluyen disrupción de oferta por prohibiciones de funcionamiento, disrupción de demanda por reducción de ingresos y disrupción de encadenamiento por dificultades a nivel de logística y abastecimiento de insumos.

En el Ecuador se tiene que el sector comercial es uno de los sectores más sólidos y diversos ya que representa el 9,5% del PIB, también es el 23% del total de las empresas y abarca el 41%

del total de los ingresos de todo el sector empresarial (Ekos Negocios, 2019). Con estas cifras se recalca la importancia del sector a nivel del país, mostrando en adhesión que este sector tiene con la actividad económica. Dentro de los dos procesos se evidencia grandes oportunidades que fomentan el crecimiento de quienes los apliquen, para obtener este beneficio hay que saber cómo aprovecharlas (Castillo et al., 2013).

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el Ecuador se encuentra conformado por 843.745 empresas, de las cuales 99.5 % del total de empresas registradas representa Mipymes (INEC, 2016). Esto hace referencia a la gran importancia de los tres sectores empresariales que abarcan el término de Mipymes, grupo del cual que se encuentran formando parte locales comerciales de talabartería en el Cantón Cotacachi.

Para los talabarteros del cantón por el virus Covid-19 se evidenció una serie de sucesos negativos que iniciaron desde una disminución de los insumos y materias primas que se requiere para la producción. Un estancamiento de inventarios por la disminución en el número de clientes que visitan su punto de venta, también la cantidad de productos vendidos fue menor y evidentemente como consecuencia de esto una reducción de los ingresos percibidos. Por lo cual en algunos casos fue necesario un endeudamiento que permita continuar a la actividad talabartera mantenerse en pie en tiempos complicados e incluso bajar el precio a sus artículos para incentivar al consumidor adquirir el producto.

Entendiendo que el aprovisionamiento es la acción de adquirir los materiales necesarios para la elaboración o comercialización de productos (Escudero Serrano, 2011). Se puede decir que para el sector talabartero existe una afectación en relación directa con las medidas de salud pública tomadas a nivel país. Las cuales comenzaron con las restricciones de movilidad y cierres de fronteras entre países que ocasionó un desabastecimiento general de diversas materias primas

difícil de suplir (Alvarez et al., 2020). Provocando que los talabarteros tengan dificultad para abastecerse y verse forzados a reducir las cantidades de adquisición habitual en materia prima como una consecuencia del desabastecimiento y un ligero aumento del costo por algunos proveedores del sector. De manera particular los herrajes son de difícil obtención y limitada fabricación en el país por lo cual estos provienen de países como: Colombia, Italia y Taiwán. Colombia es el principal por ser un país vecino además de contar con convenios de comercio bilateral y menores precios en comparación con la industria nacional (Viteri Terán & Albuja Villamarín, 2013). En el caso del país vecino el cierre de fronteras llegó a tener una duración total de 20 meses (Voz de América, 2021). Por otro lado, se tiene una reducción de ingresos por ventas y un incremento en el costo de los insumos. Los talabarteros disminuyeron la cantidad de materia prima que adquirieron para elaborar sus productos como una consecuencia de la dificultad que se tuvo para acceder a ella desde los proveedores y adquirirla debido a los menores ingresos percibidos por la venta de productos como consecuencia de los sucesos que trajo consigo el virus Covid-19.

En la producción, las afectaciones por la pandemia tuvieron su impacto negativo en la entrada, transformación y salidas del proceso (Manrique Nunget et al., 2019). En el aspecto de la maquinaria y equipos estos no sufrieron daños, los pocos casos suscitados no fueron difíciles de solucionar en comparación a años anteriores. El problema se centra en que la falta de disponibilidad de la materia prima generó retrasos y dio como consecuencia un bloqueo de la cadena de suministros (Rodríguez et al., 2020). Los talabarteros no presentaron desabastecimiento al mercado de sus productos debido a que se pausó la comercialización y los inventarios se mantuvieron paralizados, los mismos que poco a poco han comenzado a tener un flujo normal. También el recurso humano talabartero atravesó por medidas de flexibilización temporal como

motivo de una modificación de los métodos productivos los cuales provocaron reajustes de salarios y disminuyó los ingresos percibidos por estos. La situación del capital también sufrió producto de la pandemia porque se generó una menor liquidez evidente por los talabarteros. En general el proceso productivo no estaba siendo lo que debería, es decir una combinación equilibrada de actividades y elementos que permitieran obtener resultados deseados (Rodríguez Medina et al., 2012).

También en el proceso de comercialización se evidenciaron afectaciones en los indicadores relacionados a precio, promoción y canales de distribución (Manrique Nunget et al., 2019). A causa de esta crisis de ámbito sanitario, se cambió el comportamiento del consumidor anteponiéndose la adquisición de productos que formaban parte de mercados de alimentación, medicamentos, combustibles, tecnología entre otros (Cidoncha Martín, 2020).

Por otro lado, el sector turismo que es pilar aliado de la actividad talabartera del cantón, fue el primero en bloquearse y como consecuencia la venta directa de los productos se estancó. Sin embargo, el sector no considera necesario incurrir en otros métodos de promoción y comercialización digitales, ni mucho menos tienen los recursos para hacerlo. Indicando que el punto de venta directo y físico ha sido el mayor generador de ingresos por décadas. Este brinda una experiencia de compra al consumidor que permite conocer características del producto las cuales no se apreciarían de la misma forma en medios digitales.

Los talabarteros a pesar de las dificultades productivas y circunstancias que producían anomalías en el ciclo normal de la comercialización. No incrementaron los precios de venta al público a pesar del mayor esfuerzo requerido al contrario tuvieron que reducir los precios atraer e incentivar a los consumidores a adquirir artículos objeto de la talabartería. El nulo conocimiento y

las pocas capacidades de gestionar alternativas de promoción enfocándose únicamente en su punto de venta físico restringió la comercialización aún más.

Por todo esto, es adecuado mencionar que el problema de investigación objeto del presente estudio parte de la necesidad de identificar que componentes conforman los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización en el sector talabartero del cantón para describir cual o cuales han sufrido modificaciones y/o alteraciones que limitaron su actividad a causa de la presencia de un virus que afecta la salud como es el Covid-19.

La alteración de la cadena de suministros en el sector talabartero ha causado afecciones evidentes. El aprovisionamiento como eslabón principal está conformado de acciones y actores externos que permiten abastecer al sector talabartero con materias primas e insumos necesarios. Suceso afectado por el cierre de fronteras y la limitación de movilidad nacional, acciones tomadas con el fin de evitar la propagación del virus, pero ocasionando que los talabarteros tengan dificultad para abastecerse de la materia prima y en muchos casos fue necesario reemplazar a determinados proveedores para satisfacer su necesidad.

Por otro lado, el proceso productivo que se centra en estrategias para convertir los insumos en productos deseados. En el cual el sector talabartero aparte del desabastecimiento de materia prima no tuvo mayor complicación, ya que la producción es de tipo artesanal apoyada mayormente en el trabajo manual y la maquinaria requerida es básica. La comercialización como piedra angular del negocio conceptualmente involucra la identificación de canales y niveles que permitan comercializar los productos en los diferentes mercados.

Esto es poco aplicado por los talabarteros ya que, a pesar de tener menor flujo de clientes en sus puntos de venta tradicionales, fueron pocos los que consideraron necesario acudir a nuevas formas de comercio y promoción para sus artículos como plataformas digitales o redes sociales.

Una adecuada gestión de los componentes que conforman la cadena de suministro favorece a la calidad de los artículos que se produce, optimiza canales y permite adecuar puntos de venta en base a las necesidades y expectativas de los clientes. Impacta de manera positiva en el precio final de los productos y de manera proporcional a la rentabilidad empresarial.

1.3. Justificación de la Investigación

El objetivo de esta investigación se orienta al análisis de las afectaciones de la pandemia en los procesos productivos y de comercialización de las empresas de talabartería del cantón Cotacachi. La importancia de llevar a cabo esta investigación se centra en tres ejes: práctico, teórico y metodológico.

En el ámbito práctico, este estudio está destinado a ayudar a los dueños o administradores de los negocios talabarteros a comprender la situación actual. El análisis crítico y situacional llevado a cabo permitirá una mejor toma de decisiones y acciones que sean acertadas en función a los nuevos cambios generados a partir de la pandemia y que tienen como finalidad una reactivación económica paulatina del sector talabartero. Podrán conocer de manera un poco particular los procesos, los componentes en los cuales hay inconsistencia y la posibilidad de alinear las actividades de sus negocios con las necesidades actuales del mercado. Esto a su vez permitirá de manera eficaz desarrollar, monitorizar y medir los recursos de sus unidades de negocio.

Desde el aspecto teórico se describe las brechas del conocimiento entre el aspecto teórico y la práctica aplicable de los conceptos relacionados en el sector talabartero. Con respecto a lo que comprenden los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización. En tal contexto, en este documento se exponen teorías, enfoques conceptuales y antecedentes que justifican la importancia de esta investigación.

Metodológicamente, el estudio aplica la observación y el instrumento de la encuesta para recabar información de las empresas de talabartería y como fuente de información secundaria la proveniente de libros o recursos digitales. Es importante esta metodología en función a las necesidades de la investigación, debido a que tener un contacto directo con los actores del problema permitió detectar de manera eficaz y efectiva cual proceso y componente de este fue afectado como consecuencia de la presencia del virus Covid-19.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

- Analizar los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización en la cadena de suministros del sector talabartero en el cantón Cotacachi durante la pandemia de Covid-19.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Conocer el proceso de aprovisionamiento que lleva a cabo el sector talabartero.
- Describir el proceso de producción de artículos talabarteros.
- Describir el proceso de comercialización de artículos talabarteros.

1.5. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las afecciones en los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización dentro de la cadena de suministro del sector talabartero, en el cantón Cotacachi durante la pandemia Covid-19?

Capítulo II: Marco Teórico

1.1. Fundamentación Teórica

De los procesos de producción y comercialización se puede encontrar información conceptual, la misma que permite entender lo que abarca cada uno de estos conceptos o incluso cómo funcionan. La talabartería por otro lado, al ser una actividad económica que partió de origen cultural y de tradición, existe un reducido número de investigaciones que no permiten comprender su funcionamiento, procesos aplicados o la importancia que tiene para el sector económico donde se ejecuta (Mayoral et al., 2019). En el momento que se realiza la investigación se tiene aún la presencia del virus del Covid-19, el cual trajo consigo situaciones diferentes a las habituales en niveles de producción y comercialización generando una afectación en determinados componentes (Lopes Martínez et al., 2021). El termino afectación que de manera conceptual hace referencia la página web (Sensagent, 2021) como un: “Cambio o alteración que sufre algo y que puede suponer algún daño o perjuicio”. Desde el ámbito productivo talabartero se buscó reconocer que proceso y cual componente evidenció modificaciones o acciones que complicaron las actividades con relación a la manera habitual en la que se desarrollaba.

1.2. Teorías Base de la Investigación

La Cadena de Suministros

La cadena de suministro como actividad involucra a los procesos relacionados con la transformación, iniciando desde una o varias materias primas hasta obtener un producto, es decir involucra toda una red de servicios, materiales y flujo de información. Además, es un entorno que se conforma por organismos o personas de forma directa e indirecta con la finalidad de satisfacer necesidades y expectativas del consumidor final (García Santiago, 2006). El éxito de la cadena de

suministros depende netamente de la capacidad de integración con la que se cuente y también el nivel de interrelación entre las empresas que formen parte de esta, buscando siempre el mejor resultado para todos. La cadena de suministro inicia con el aprovisionamiento, se lleva a cabo una producción y posterior una etapa mixta de distribución comercialización. (Manrique Nunget et al., 2019). A su vez comienza con una necesidad por parte de los clientes, la misma que será la razón de ser de la empresa incluyendo a todo el entorno que la conforma. Con un enfoque en obtener un producto o un servicio para cubrir la necesidad y con la finalidad de obtener una retribución de tipo monetaria a su vez que sea rentable para todos y que permita que continúe el ciclo (Chopra & Meindl, 2008). Entendiendo finalmente que el cliente es la parte integral de la cadena de suministro.

La fase inicial o aprovisionamiento abarca las acciones que permiten el abastecimiento y almacenamiento de materias primas, insumos, también se puede necesitar servicios entre otros requerimientos específicos según el área en el que se desarrolle el giro del negocio, por otro lado la capacidad de adquisición dependerá netamente de cada entidad (Campos et al., 2017). Es necesaria para cualquier actividad de la cadena de suministro, puede ser llevada a cabo de manera interna o como una subcontratación o conocida por su traducción al inglés como outsourcing (pagar a otra empresa para que lo haga). Esto dependerá netamente de decisiones y recursos de cada entidad (Chopra & Meindl, 2008). Por lo general en este proceso se construyen relaciones de largo plazo con los proveedores esperando obtener a posterior alianzas de tipo estratégico con un beneficio mutuo conocido como “ganar-ganar” y una mejor generación de utilidad (Sánchez Jiménez & García Hernández, 2002).

La producción como actividad hace referencia a una combinación de factores, que producen una transformación procurando satisfacer una necesidad y por ende una demanda de

mercado, valiéndose del uso de recurso técnicos, humanos, económicos entre otros que puedan ser necesarios, esperando como resultado que un conjunto de materias primas puedan volverse productos finales (Rodríguez Medina et al., 2012) La producción es un proceso, porque empleando algunos factores y además actuando sobre estos se consigue obtener un determinado producto en forma de un bien o un servicio (Saltos Cruz et al., 2017). Álvarez Acosta et al, complementan lo mencionando indicando que el término también implica incrementar el valor al producto, partiendo de insumos o materias conocidas como primas; se lleven a cabo procesos de transformación; y se obtengan productos con valor para el mercado, todo este proceso con el fin de satisfacer necesidades (2020).

El comercio por otro lado involucra planificar y controlar bienes con el fin de obtener un proceso adecuado, el mismo que asegure que el producto llegue al mercado acorde con aspectos de cantidad, calidad y un precio proporcional para que sea aceptado por el mercado (Saltos Cruz et al., 2017). Diaz J.A complementa, indicando que la comercialización involucra el planear y organizar actividades que permitan recopilar un conjunto de factores óptimos como el lugar, el producto, el momento, entre otros para lograr que el cliente consuma el producto (2014). Se tiene que la piedra angular de cualquier empresa está enfocada en la comercialización, esta consiste en identificar canales y niveles de comercialización en el mercado y la ubicación del producto. También se incluye la distribución del producto desde los proveedores hasta el consumidor final (Summa, 2020).

Una adecuada gestión de la cadena de suministros favorece la calidad de los productos o servicios obtenidos, optimiza canales de distribución y permite adecuar los puntos de venta al cliente, dando como consecuencia un precio equivalente y proporcional con las ganancias de las empresas.

1.3. Marco Conceptual

Proceso

Un proceso es una sucesión de actividades que se llevan a cabo de manera consecutiva para obtener una determinada salida (output) el mismo que puede ser un bien o un servicio, partiendo del uso de recursos específicos (input) que serán materias primas transformadas en el proceso generando valor y con el fin de satisfacer una necesidad. (Carvajal Zambrano et al., 2017).

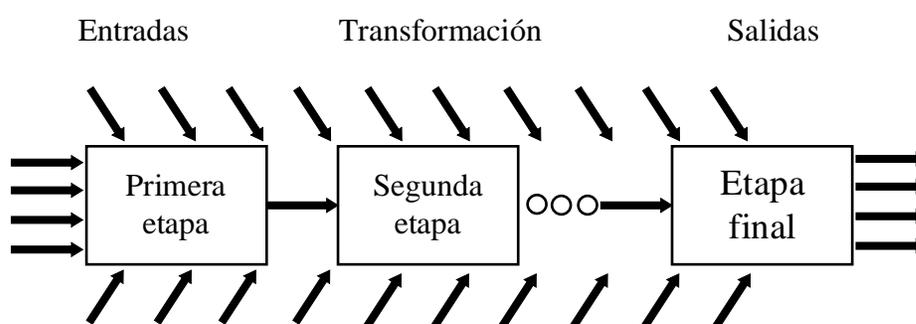


Ilustración 1. Modelo de Proceso (Carvajal Zambrano, Valls Figueroa, Lemoine Quintero, & Alcivar Calderón, 2017)

Es necesario entender que un proceso se compone de los subprocesos, los cuales son partes bien definidas que se presentan y posibilitan diferentes tratamientos formando parte de un mismo proceso y las actividades corresponden a una suma de tareas, permiten facilitar la ejecución, la secuencia ordenada de lo mencionado anteriormente conforma un subproceso.

Aprovisionamiento

El aprovisionamiento es un término que engloba a varios factores, los mismos que involucran acciones de compra y permiten a la entidad obtener las materias primas e insumos necesarios para llevar a cabo la siguiente fase, el proceso productivo (Campos et al., 2017). La periodicidad de aprovisionamiento puede depender de cada negocio ya sea por una capacidad de

pago o a su vez por métodos. Existe el provisionamiento continuo el cual consiste en revisar un nivel de stock de manera continua y cuando estas estén aproximándose a un nivel determinado o una cantidad fija, volver a suplir el insumo. También hay un aprovisionamiento periódico en este por el contrario se revisa el stock y se realiza un reabastecimiento en un periodo de tiempo determinado (Gutiérrez Gómez & González Gutiérrez, 2014).

Incluso un aprovisionamiento puede llevarse a cabo por maneras como son el Just-in-time en esta se adquiere la materia a medida que se necesita, un aprovisionamiento sincronizado con la producción en la cual evidentemente las necesidades de producción marcan el ritmo en el cual se requiere posea existencias y finalmente un aprovisionamiento con un stock de seguridad en el cual se prevé tener materia prima para continuar con la producción a pesar de cualquier imprevisto (Mecalux, 2020). Este último genera costos mayores, pero a su vez evita un desabastecimiento.

Materia Prima

La materia prima es el nombre dado a un conjunto de materiales requeridos para la elaboración de un producto. Las mismas que van a ser transformadas en el proceso de producción, buscando obtener un determinado producto final. Mientras mayor sea el número de unidades que se produce en relación proporcional se requeriría de más material (Ramírez Molinares, 2010).

Proveedores

Proveedores son ese grupo de entidades o personas que ofertan los recursos necesarios o también conocidos como materias primas útiles para desarrollar sus funciones (Herrero Palomo, 2012). Con el fin de que los insumos recibidos pasen por procesos de transformación o modificación, salvo excepciones de empresas comerciales, pero todo esto es con la finalidad de que los producto puedan ser puestos en el mercado y lleguen al consumidor final (García Abad,

2019). Los problemas con los proveedores se dieron como consecuencia una alteración e incluso paralización de las cadenas habituales de suministro y algunos proveedores se ubicaban en mercados lejanos (Merelo & Sanchez, 2020). Esto debido a que la producción de materia prima en este caso el cuero se obtiene de otras ciudades del Ecuador como Ambato, Cuenca e inclusive del país vecino Colombia debido a la cercanía con la frontera norte (Guzman Terán, 2017). Complicación evidente debido a que para evitar la propagación del covid-19 una de las medidas adoptadas inicialmente por el país próximo Colombia fue el cierre de fronteras con sus países vecinos (El Comercio, 2020).

Inventario

La palabra inventario se encuentra netamente relacionada con las palabras stock y existencias, haciendo referencia a depósitos de materias primas, partes o insumos que son necesarios para el proceso productivo. De manera teórica si se conociera con certeza la demanda de determinado producto y esto se pudiera suplir de manera instantánea no fuera necesario tener inventarios (Carreño Solís, 2017). Pero esto es algo muy alejado de la realidad por la variabilidad que presentan los mercados y agentes externos que influyen en los mismos. Es de suma importancia que las empresas y aún más en las pequeñas y medianas empresas talabarteras gestionar de manera eficiente el inventario ya que este representa dinero inmovilizado algo desfavorable cuando se depende netamente de un flujo de efectivo diario (Rodriguez et al., 2020).

Producción

Producción es un procedimiento desarrollado con el fin de transformar determinados recursos en bienes y servicios (Flores Bustos, 2009). Ampliando un poco más el termino producción corresponde a la actividad de crear un bien o servicio por medio de una combinación de factores de transformación que permitan satisfacer en nivel de demanda requerido por el

mercado, además de una necesidad percibida por el sector. La producción según (Rodríguez Medina et al., 2012) se compone de factores los cuales son: tierra o recursos, trabajo, tecnología y capital.

El termino tierra hace referencia a los elementos de tipo natural y está representada por los recursos que existen fuera de la cautividad humana. (Materias de origen animal, vegetal o mineral). El Trabajo es el esfuerzo de tipo humano tanto a nivel intelectual y material, también conocida como la mano de obra. La tecnología se conforma de instrumentos que nacen de la actividad, además de procedimientos que se aplican de una forma lógica y ordenada, llevar a cabo un mejor proceso de producción, solucionar problemas, o una modificación y adaptación al entorno. Finalmente, el capital son instrumentos resultado de los bienes económicos que se producen como consecuencia del trabajo.

Para limitar en específico una producción de tipo artesanal, se conoce que es el hecho de transformar materias primas básicas, por medio de varios procesos de producción que no sean de tipo industrial sino que por el contrario involucran máquinas y herramientas simples anteponiendo la importancia del trabajo de tipo físico y mental (Flores Bustos, 2009). Además la producción artesanal se enfoca en una categoría específica la misma que supone que los artículos obtenidos de esta actividad serán útiles en el uso cotidiano de las personas (Hoyos Zavala & Rendón Alin, 2017).

Demanda

La demanda es un término que hace referencia a la cantidad de producción que los consumidores desean adquirir, la demanda refleja una intención y la compra es la acción de adquirirlo realmente. Generalmente la cantidad que un individuo demandará dependerá del precio, cuanto menor sea el precio la cantidad demandada será mayor (Mochón, 2012).

Costos producción

El costo es una serie de esfuerzos y recursos que son empleados para producir determinado bien o servicio. Los costos de producción vendrían a ser aquellos que permiten que el proceso productivo se mantenga, hay costos directos e indirectos (Gómez Niño, 2011). Para lograr producir bienes o servicios la empresa debe gastar y los mismos serán recuperables cuando se perciba un ingreso por ventas. Para maximizar los ingresos, se debe procurar que los costos o gastos de producción sean lo más bajos posible.

Productos

El producto puede ser un bien o servicio que se dé como resultado de un esfuerzo, el mismo que puede tener atributos tangibles e intangibles, los mismos que se perciben por los clientes con la finalidad de satisfacer necesidades o deseos (Thomson, 2009). El mercado talabartero se compone principalmente de 3 categorías de productos vestimenta, marroquinería y calzado, los productos se elaboran de acuerdo con la demanda, pero además se enfoca en aspectos de costumbre y tradición. (Mayoral et al., 2019) Los problemas que enfrenta la talabartería del cantón Cotacachi se debe a la falta de capacitación en temas relacionados con optimización de costos de producción. Además de conocer las tendencias referentes a moda con la implementación de nuevos diseños de productos, innovar sin dejar de lado el aspecto de la calidad (Cerpa & Jefatura de Turismo Sustentable, 2019).

Comercialización

La comercialización según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura incluye un conjunto de funciones las mismas que se desarrollan e inician desde que el producto sale de la empresa que lo elabora hasta que el mismo llega al cliente final o consumidor (Instituto

Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, 2018). Esto sucede a través de un mercado, cuenta con funciones como son: comprar, vender, el transporte, almacenamiento, estandarización de procesos y clasificación, financiamiento, el asumir riesgos, entre varias más.

Clientes

Como concepto general se tiene que un cliente es una persona que siente una necesidad en particular y para satisfacerla debe contar con la capacidad de adquirir determinado producto a cambio de una retribución monetaria (Herrero Palomo, 2012). La comercialización de los artículos de cuero, en un 64% es realizada a través de los propios almacenes; un 16% al consumidor final; un 11% en ferias y el 9% en otras formas de ventas de los productos

El mayor número de clientes son provenientes del territorio nacional, en particular de la de la ciudad de Quito debido a la proximidad, los cuales visitan a Cotacachi permanentemente, sin embargo, también hay clientes de modo estacionario como los que provienen de la región costera del país, quienes vienen de acuerdo con su ciclo de actividades educativas y laborales. Para el año 2020 se conoce que de los clientes de estos artículos talabarteros se encuentra dividido en cifras un 87% de clientes nacionales y un 13% extranjeros (Cerpa & Jefatura de Turismo Sustentable, 2019). Ambos se vieron afectados, los nacionales al inicio del virus debido a la limitación de movilidad que existió a los inicios de la pandemia y los clientes extranjeros aún presentan dificultades debido a que el virus tiene presencia en el país hasta el momento en que se realiza la presente investigación, por lo cual la forma habitual presencial de adquisición de productos se ve afectada.

Mercado

El mercado tiene varias definiciones, tomando referencia a varios expertos en la materia el autor Thompson. (Thompson, 2018) recopila información de varios autores expertos en la materia para consolidar dos conceptos concretos. Primero un mercado es un conjunto que se compone de compradores reales y potenciales los cuales tienen una necesidad o deseo, pero a su vez tienen dinero y voluntad para satisfacerlo. Segundo un mercado es una agrupación de vendedores de determinados productos para satisfacer necesidades o deseos con un proceso de intercambio esperando entregar su producto o servicio a cambio de una retribución económica.

Oferta

La oferta hace referencia a términos empresariales, esta es la cantidad de productos que la empresa es capaz de producir y sacar al mercado. Cabe recalcar que hay una diferencia entre ofrecer y vender, el ofrecer es una intención de estar dispuesto mientras que vender es hacerlo realmente. Una oferta recoge intenciones de venta de los productores. Con respecto a la conocida ley de oferta, esta indica que cuanto mayor sea el precio del mercado para los bienes son mayores los deseos de venta de estos. Una relación directa entre el factor precio y la cantidad que se pretende ofrecer (Mochón, 2012).

Talabartería

La talabartería es un oficio que data de tiempos remotos, es un cocimiento obtenido por medio de una enseñanza fundamentalmente empírica, no académica. La misma que ha pasado de generación en generación y consiste en trabajar la piel del animal vacuno. Una labor netamente artesanal, que en sus inicios se basaba exclusivamente en artículos que permitan transportar las armas durante las batallas (Cevallos et al., 2017). El término nace de la palabra “talabarte” esto era

un cinturón el mismo que servía para colocar en la espada y movilizarse, posterior el término incluyó la construcción de monturas para los caballos y los demás implementos necesarios, pero con el tiempo ha sufrido una evolución en la cual se ha ido adaptando al mercado llegando a elaborar artículos como zamarros, zapatos, bolsos, chaquetas entre otros (Beviglia, 2018).

Proceso Productivo del Cuero de Cotacachi

Los mejores tiempos de la talabartería para Cotacachi se dan entre los años de 1938 al 1945, debido a que se realizaba trabajos para países considerados aliados en época de la segunda guerra mundial. Los productos manufacturados de cuero en Cotacachi se caracterizaban por la calidad, lo que brindo un prestigio enorme y esto aliados exigieron la producción de artículos. Lo que provocó una temporada de abundancia económica y un desarrollo notable para esas épocas.

Como lo mencionan los autores (Clemente Cevallos et al., 2018) “Definitivamente, Cotacachi y por ende su población tuvieron un apogeo económico social y cultural. La guerra fue un mal para la humanidad contradictoriamente, para Cotacachi, fue motivo de bonanza”.

Al inicio de los 80 se comenzó a consolidar la talabartería en Cotacachi, adicional aparecen nuevos métodos, nueva maquinaria, diseños. Apoyándose además en la actividad turística que se comenzaba a dar, fomentando un sector comercial que sería hasta la actualidad la calle 10 de agosto.

Un aproximado a lo que sería la cadena productiva del cantón con respecto a los artículos elaborados en base al cuero tomando datos proporcionados por la Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC) en el año 2012 (Mayoral et al., 2019).

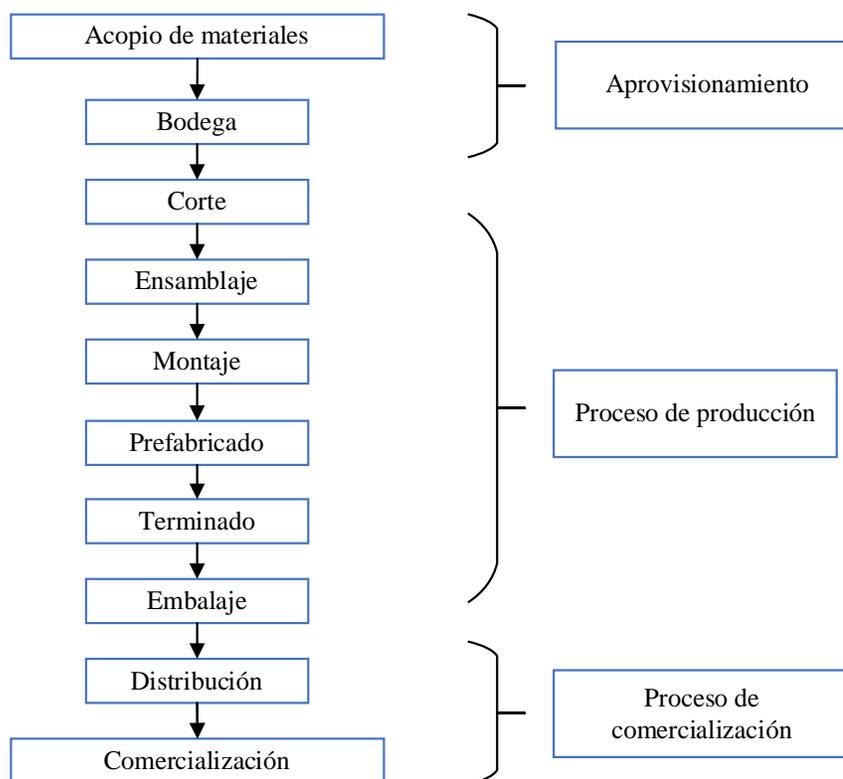


Ilustración 2. Proceso productivo del cuero Cotacachi (Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC), 2012)

1.4. Fundamentación Empírica

La talabartería en el cantón Cotacachi se puede considerar como una aglomeración que es de tipo productiva y comercial, puesto que se conforma por pequeñas empresas integradas de manera vertical con escasos niveles de cooperación y que cuentan con competencia a nivel interno y externo (Mayoral et al., 2019). Por otro lado se tiene que en Latinoamérica la producción de tipo artesanal está en pie de lucha día tras día para lograr afrontar a los productos producidos en masa (Flores Bustos, 2009). Por eso es necesario conocer y aplicar el hecho de que un proceso es un elemento importante para tomar en cuenta para la mejora de las empresas, una mejor gestión que produzca resultados o productos buscados por la entidad. Existe evidencia de que los procesos conllevan efectos positivos en la gestión de las empresas. La gestión de una empresa se debe llevar

a cabo con base a procesos porque se obtienen mejoras directas en el desempeño, los clientes y la misma se evidencia en los ingresos (Perez Duran & Perez Sanchez, 2019). Complementando se tiene que los procesos por lo general, superan de manera repetida las fronteras funcionales, lo cual ocasiona una cooperación y una cultura empresarial distinta que permiten modificar a la entidad y adaptarse al entorno (Ruiz Fuentes et al., 2014).

La fase de aprovisionamiento como indica Aponte F et al. (2014) abarca mayor cantidad de eslabones de la cadena y va directamente conectada con la parte económica, esto podría conectarse con volúmenes de venta o con la finalidad de incurrir en menos costos a nivel de producción. Ya que el objetivo de la empresa es obtener una mayor eficiencia al menor costo, manteniendo la calidad y el servicio al cliente. En la producción como indica Teran Argota & Caballero Torres (2014) se puede conocer si el proceso de producción presenta particularidades que definan a este como relativamente fácil o complejo, conocerlo permite detectar alertas y conocer si a posterior abra repercusiones en términos de productividad y competitividad. Gómez Niño (2011) complementa indicando que en buena parte estas organizaciones carecen de herramientas de tecnología de punta, aunque poseen máquinas especializadas.

Una fortaleza es la que se manifiesta en el conocimiento del recurso humano por una producción artesanal de alta calidad, con diseños innovadores, elementos que se convierten en el valor agregado para competir en el mercado. También Manrique Nunget et al. (2019) aborda a la cadena de suministros como un proceso de constante evolución y adaptación al mercado que involucra al aprovisionamiento la producción y la comercialización y permite mejorar de manera significativa la organización en las empresas porque favorece la calidad de los bienes, optimiza canales de distribución, satisface las necesidades y expectativas de los clientes.

Garcia Santiago (2006) concluye que en países industrializados la aplicación de las cadenas de suministros muestra buenos resultados, pero queda en duda la aplicabilidad real de todo el conjunto de actividades e integración que conlleva el termino en los países de América latina.

Capítulo III: Metodología de la investigación

3.1. Tipos de Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo por tanto narra características del suceso y componentes principales con el fin de comprenderlo de mejor manera con unos resultados que no son valorados cuantitativamente, sino que se entendió la naturaleza del suceso (Behar Rivero, 2008). Conforme a esto la presente investigación, se enfocó en analizar cómo es y cómo se está manifestando el fenómeno, su composición y se midió sus atributos. Además se apoyó en un diseño no experimental transversal que se utilizó para recoger, analizar datos y obtener resultados por medio de un análisis poblacional en un momento determinado (Behar Rivero, 2008). Momento como fue la presencia del virus Covid-19 y las medidas que afectaron la ejecución normal de los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización del sector talabartero del cantón Cotacachi. Si bien se tiene una relación de causa-efecto entre las variables no se puede manipular ninguna como es el caso de las investigaciones experimentales, porque al ser sucesos de una gran magnitud únicamente se observó el fenómeno Covid-19 en un contexto habitual (Hernández Sampieri et al., 2014).

3.2. Métodos de investigación

La investigación aplicó varios métodos inicialmente el método analítico-sintético, porque se trató de estudiar un fenómeno por medio de una descomposición de la temática general en un marco teórico, extrayendo las partes que lo componen, pero sin dejar de obtener un resultado y conclusiones de manera general sobre la problemática (Gonzales Arias, 2021). De la mano con el método deductivo el cual permitió determinar características de una realidad en particular para llegar a conclusiones generalmente aceptadas para este particular, las cuales se basaron en

responder la pregunta de investigación y contrastar que efectivamente sucede lo mencionado (Abreu, 2014).

3.3.Instrumento(s) de Investigación

Como instrumento de la presente investigación se tomó una encuesta de elaboración propia en la cual se trató los componentes considerados precisos para poder obtener la información necesaria, estructurada por un conjunto de 28 preguntas con opciones de respuesta de selección múltiple y valoradas con una escala de Likert de 4 niveles.

El mismo que fue validado por tres docentes que forman parte de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Técnica del norte, los cuales son: Magister Ligia Beltrán, Magister Marlon Pineda y Magister Vinicio Guerra.

3.4.Unidad de análisis

Geográficamente la unidad de análisis se encuentra en la provincia de Imbabura, en el cantón Cotacachi. Se tomo como conjunto general a los talabarteros que produzcan y simultáneamente comercialicen artículos en base a la piel del ganado vacuno y que se encuentren ubicados a lo largo y alrededores de la calle 10 de agosto.

3.5.Descripción de Datos

La presente investigación uso un muestreo no probabilístico por conveniencia, porque selecciona la unidad de análisis en base a la apreciación del investigador y en función de determinados objetivos propios o particulares, a la muestra que formó parte de la encuesta (López Roldan & Fachelli, 2015). Esto debido a no contar con una fuente de datos solida o un registro que indique la totalidad de las personas que conforman el sector talabartero en el cantón Cotacachi.

Por este motivo, la población se conformó de las personas que tuvieron la predisposición de formar parte y encajaban con las características requeridas para el presente trabajo de investigación como son: producir y comercializar artículos de talabartería contando con un punto de venta a lo largo y alrededores de la calle 10 de agosto en el cantón Cotacachi.

Tabla 1. Talabarteros del cantón encuestados

Tabla talabarteros Encuestados				
Nro.	Local comercial	Nombre	Cedula/ Ruc	Contacto
1	Azu- Piel	Marcelo Navarro	1002283222001	0999317788
2	Najeras	Rebeca Morales	1002468377001	0981805090
3	Emanuelles	Maritza Saavedra	1001864378001	0998367238
4	Gamaleather	Raquel Guerrero	No deseo proveer	2914339
5	Fernandos	Ximena Estrada	1002444162001	0990130122
6	Sandoval	Sol Ángel Cevallos	1002992178001	0969379572
7	Original Puro Cuero	Azucena Velastegui	1002671137001	0980759172
8	El casique del cuero	Maribel Gómez Chapi	1004280192001	0983221511
9	Guerrero	Ángel Guerrero	1003572490001	0999417716
10	San Francisco Leather	Francisco Morales	1003655303001	2915911
11	Gamacueros	Carlos Delgado	1002060612001	0992739845
12	León artículos de cuero	Josselin León	1004461867001	0994993067
13	Comercial FB	Fernanda Barrera	1003443783001	2916310
14	Creaciones Gisell	Pablo Andramunio	1003284625001	0960093105
15	Buena piel y manualidades	Ana Rueda	1126035052001	2915460

16	Farinango manualidades	Farinango Flores José Luis	1003633664001	0969456707
17	Moda en piel	Rodríguez Saavedra Pablo David	1050471232091	0995610096
18	Amirs	Teresa Roció Terán Grijalva	1002281404001	2916060
19	Creaciones Fer	María Fernanda morales Jácome	1002664843001	0985292023
20	Creaciones Julisbeth	Delgado Rubio Patricia Janet	1002165593001	0969514986
21	Creaciones Karen	Baque Estrella Narcisa de Jesús	1203399637001	0983605644
22	Calzado Conchis	Hernández Rojas Rodrigo	1750340224001	0989622214
23	Ternería San Marcos	Marco Edmundo Hidalgo Caiza	1707720353001	0994700126
24	Creaciones mitad del mundo	Juan Carlos Vinueza Escobar	0100268875001	0968110990
25	UC cuero	Castro Navarro Miguel Ángel	1002892931001	0984636893
26	Bosque Piel	Sánchez Vaca Carlos Fabian	1000891224001	0997885486
27	Creaciones Myrian	Nola Sarzoza	1000846996001	0999419628
28	Creaciones Sebastian	Barrera Gallegos Marcia Janeth	1001940541001	0990926987
29	Azarpay	Montenegro Morales Luis Marcelo	1001908381001	0997641439
30	Elite artículos de cuero	Jairo Efraín Bonilla torres	1002992202001	0999164991

3.6.Determinación de variables

Por medio de la literatura de diversos autores se determinó las variables dependientes e independientes considerados como pilares para el desarrollo de la presente investigación.

Tabla 2. Determinación de variables

Variable dependiente						
Cadena de suministro						
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems		
Una cadena de suministro son todas las actividades relacionadas con la transformación de un bien, desde la materia prima hasta el consumidor final (Pulido, 2014).	Conjunto de empresas o entidades que proveen los insumos y materias primas necesarias, además de los servicios requeridos para que se lleve a cabo la elaboración de productos en base a piel de ganado vacuno (Talabartería).	Demanda	Precios	A1		
			Calidad	A2		
		Procesos internos	Financiamiento	A3, A4		
			Gastos Operativos	A5		
		Riesgos Entorno	Políticos	A6		
			Económicos	A7		
			Infraestructura	A8, A9		
		Variable independiente 1				
		Fase de Aprovisionamiento				
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems		
La función de aprovisionamiento está compuesta por aquellas actividades que se ejecutan con la finalidad de seleccionar, adquirir y almacenar las materias primas necesarias en el proceso productivo. (Alonso y Fabeiro, 2013)	Actividad que desarrollan los productores de artículos talabarteros con la finalidad de abastecerse de los insumos necesarios para desarrollar su actividad.	Entrada	Materia Prima	B10, B11, B12, B13		
			Recurso Humano	B14, B15		
			Adquisición	B16, B17		
		Fase de Producción				
		Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
El proceso productivo representa un grupo de actividades en las que participan insumos, los mismos que al hacer uso de máquinas, fuerza de trabajo, herramientas, entre otros.	Se conoce como la secuencia de actividades necesarias llevadas a cabo por los talabarteros para	Transformación	Maquinaria	B18, B19		

Son transformados y adquieren valor, compilado en un bien (producto), que se ofrece a los mercados para que sean adquiridos por los clientes (Krajewsky y Ritzman,2000; Avellaneda y Fernández, 2006; Meleán- Romero, Bonomie; Sánchez y Rodríguez-Medina,2008).	transformar la materia prima en un producto terminado con valor agregado, valiéndose del uso de recursos, herramientas y maquinaria.	Salidas	Suministro Producto terminado	B20, B21 B22
--	--	---------	----------------------------------	---

Variable Independiente 2

Fase de Comercialización

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
La distribución comercial representa el camino comercial que los productos/servicios recorren hasta llegar al cliente (Summa, 2020).	Es el proceso mediante el cual se identifica canales y niveles por los cuales el producto talabartero puede llegar al consumidor final para el cual se requiere una adecuada planificación.	Planeación	Precio	B23
La piedra angular de todo negocio es la comercialización, a través de ella los productores y fabricantes exitosos logran incrementar su competitividad en el mercado (Olhagaray y Espinoza, 2007). En este sentido, la fase de comercialización consiste en la identificación de los canales y niveles de comercialización en los diferentes mercados de clientes, así como, la ubicación de los productos en las plazas correspondientes.			Promoción	B24, B25, B26
			Plaza	B27
			Distribución	B28

Capítulo IV: Análisis de resultados

4.1. Análisis de datos

La investigación recolectó datos en un periodo de tres días desde el 31 de enero de 2022 hasta el 2 de febrero del mismo año en el cantón Cotacachi específicamente en la calle 10 de agosto y sus alrededores. Pues es aquí donde se halla la mayor concentración de talleres y puntos de venta de los talabarteros del cantón. Se seleccionó a los participantes por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia a los encargados o propietarios de estos negocios y que, además, cumplan con el requisito de ser productores y comerciantes de sus artículos con una predisposición a proporcionar información. La encuesta se aplicó de forma presencial, respetando medidas de bioseguridad. La interacción se dio por medio de una lectura del investigador a las interrogantes y las posibles opciones de respuesta por cada literal, obteniendo a su vez una respuesta por parte del encuestado y estas respuestas fueron marcadas en el documento físico por el investigador.

La encuesta se conformó de 28 preguntas y un apartado principal para la obtención de datos sociodemográficos como un antecedente para la investigación. Dentro de las preguntas se recolecto información correspondiente a los componentes relacionados a la presente investigación enfocado en la actividad talabartera como son: aprovisionamiento, producción y comercialización.

Para la tabulación se dividió de tal manera que las 9 primeras preguntas se enfocan en comprender componentes relacionados y complementarios a la temática como son: demanda, procesos internos y riesgos del entorno. Las demás preguntas se enfocan en dar respuesta a los tres objetivos que abarcan componentes como aprovisionamiento 10-17, producción 18-22 y comercialización 23-28. Se recalca que la investigación es de carácter cualitativa enfocándose en conocer si existió o no una afectación en los componentes del sector productor y comercial

talabartero al contar con la presencia de un problema de salud externo al entorno como es la pandemia Covid-19.

4.2.Principales resultados obtenidos de la investigación

Tabla 3. Datos Sociodemográficos

Variables	Resultados	
Edad	De 15 a 25 Años	0%
	De 26 a 36 Años	13%
	De 37 años en adelante	87%
Nivel educativo	Primaria	20%
	Secundaria	57%
	Superior	23%
Actividad que Desempeña	Productor	3%
	Comercializador	10%
	Ambas	87%
Fuente Conocimiento	Empírica Tradición	73%
	Académica	27%

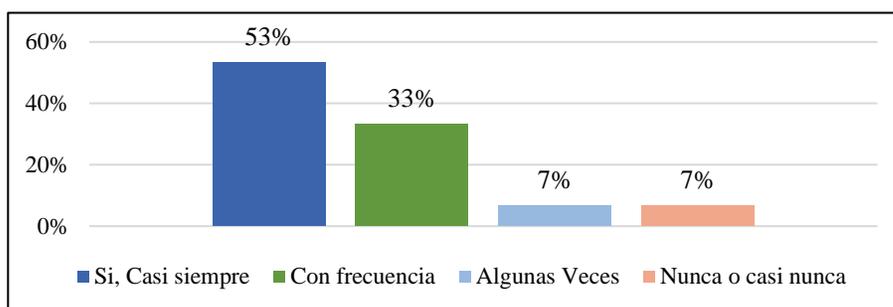
Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Las personas a cargo de los locales talabarteros generalmente tienen una edad superior a los 37 años. Predomina un nivel de formación académica secundaria. Se comprueba que los talabarteros del cantón producen y comercializan, salvo pocas excepciones. Cuentan con una

fuentes de conocimiento generalmente empírica tradicional y han sido pocos los que se han formado académicamente sobre la talabartería.

Cadena de suministros

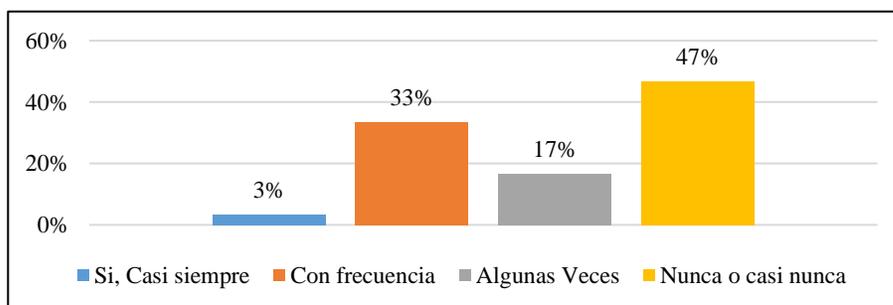
Gráfico 1. *¿Ha notado disminución en la cantidad de productos requeridos por sus clientes desde inicios de la pandemia?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Ha sido significativamente notable una reducción en la demanda de productos talabarteros durante la pandemia.

Gráfico 2. *¿Se ha visto alterada la calidad de las materias primas y los insumos necesarios para desarrollar su actividad productiva?*

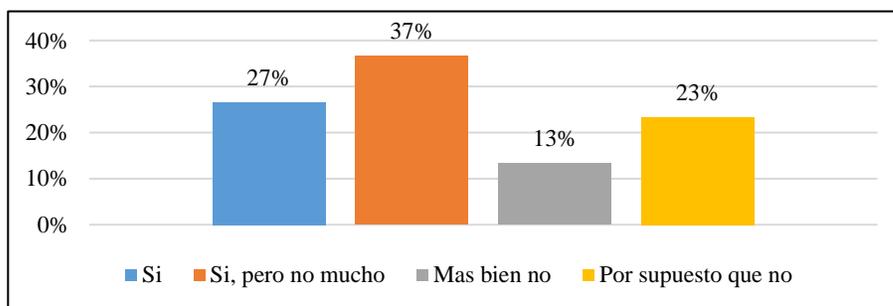


Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

En términos de calidad las opiniones son divididas una parte indica que efectivamente se ha modificado la calidad de materia prima e insumos para la actividad. Sin embargo, en mayor

cantidad los productores talabarteros no han notado cambio alguno, factor que es posible debido a que en parte los proveedores se repiten, es decir varios locales tienen el mismo proveedor.

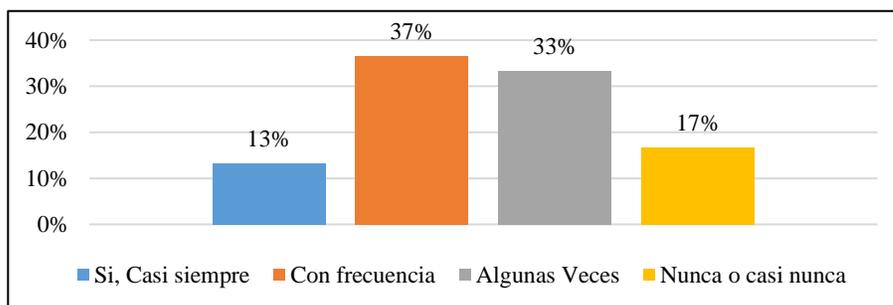
Gráfico 3. *¿Consideró necesario algún tipo de crédito como ayuda para sobrellevar la situación?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Un alto número de las personas encuestadas muestran que fue necesario realizar un crédito que les permita mantener su negocio en pie y poder sobre llevar la situación con respecto a las dificultades que se presentó a causa del Covid-19.

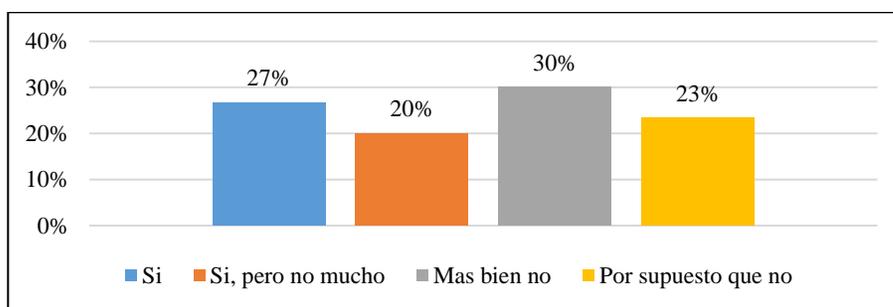
Gráfico 4. *¿Ha notado últimamente dificultad para afrontar sus deudas?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

La mayoría de los talabarteros tienen dificultad para poder saldar sus deudas como consecuencia de un bajo nivel de ingresos en sus negocios.

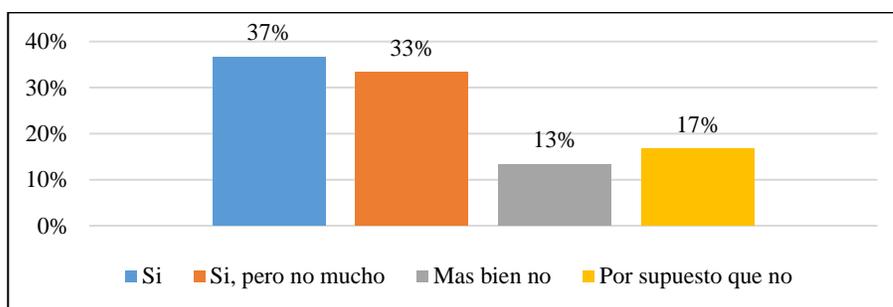
Gráfico 5. *¿Cómo consecuencia de la pandemia sus gastos de ventas, administrativos y de fabricación incrementaron?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Por otro lado, con respecto a gastos de venta, administrativos y de fabricación las opiniones son muy diversas por esto no tienen una idea clara sobre la existencia de un incremento. Esto sucede como consecuencia de una carencia en conocimientos por parte de los talabarteros en ámbitos administrativos y financieros a un nivel que les permita identificar la situación real de esos gastos, mas no solo como una percepción personal empírica.

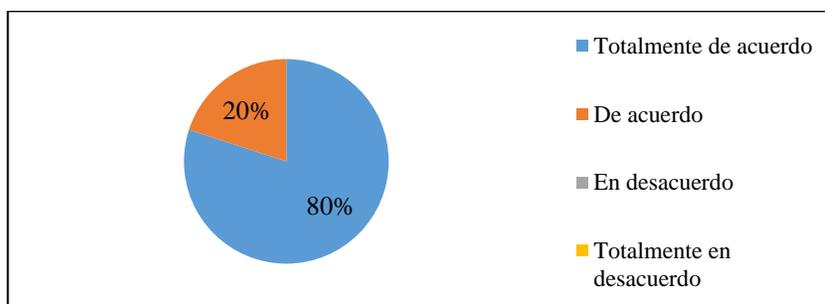
Gráfico 6. *¿Tuvo que modificar los métodos de producción para acatar medidas dispuestas con el objetivo de mitigar la propagación del virus?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Como consecuencia de las medidas dictadas por el gobierno del Ecuador, los talabarteros si tuvieron que modificar los métodos de producción para respetar parámetros o medidas como fueron; una diferente jornada laboral, niveles aforo y distanciamiento en los espacios de trabajo.

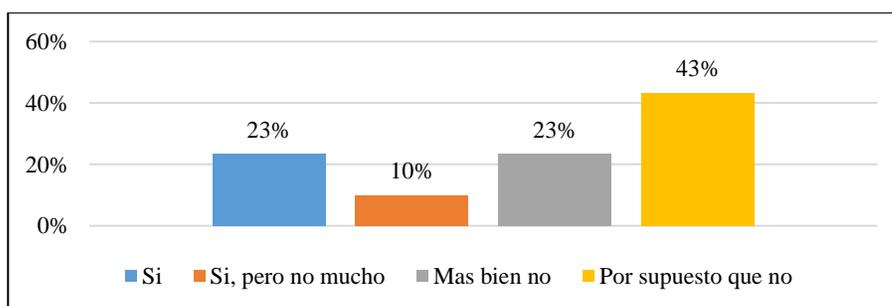
Gráfico 7. *¿Está de acuerdo en que la situación económica a nivel país ha influenciado a su negocio?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

No es desconocido para la población encuestada que el país ha estado atravesando por problemas de índole económica debido a su alto endeudamiento, poco desarrollo y corrupción existente en el sistema de gobierno, todo esto de la mano con la presencia de un virus que acarrea problemáticas adicionales. Hace referencia a lo indicado por los talabarteros los cuales consideran que efectivamente la situación del país está ejerciendo fuerzas sobre el desarrollo habitual de su negocio.

Gráfico 8. *¿Su infraestructura debió ser modificada para cumplir medidas de distanciamiento y aforo con relación a sus trabajadores?*

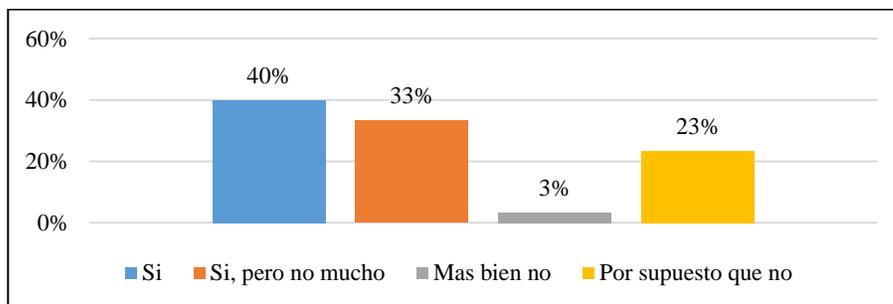


Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Debido a que la producción de los artículos talabarteros en el cantón aún es de tipo artesanal, no tienen un número alto de mano de obra. Los productores indicaron que únicamente

con una adecuación interna más no a nivel de infraestructura, se cumplieron las medidas de distanciamiento y las de aforo.

Gráfico 9. *¿Adecuo y señalizo espacios para poder atender a los clientes en el punto de venta?*

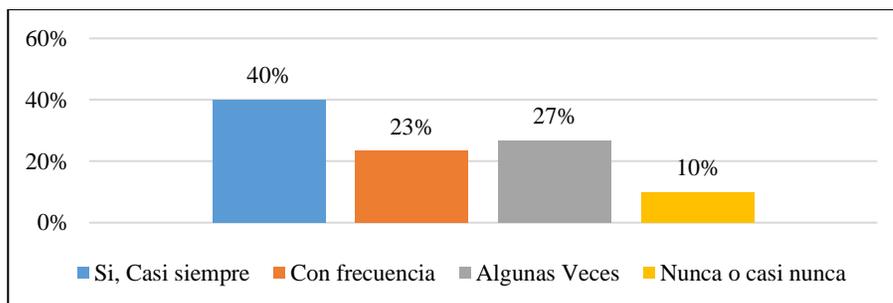


Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Los talabarteros en gran porcentaje adecuaron y señalizaron espacios para poder atender a sus clientes, teniendo en cuenta la presencia de un virus que afecta a la salud el mismo que requiere de acciones adicionales con la finalidad de que sus clientes no corran riesgos y evitar aglomeraciones en espacios cerrados.

Aprovisionamiento

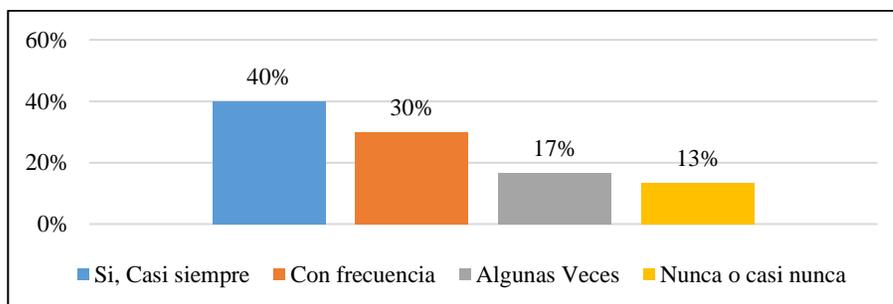
Gráfico 10. *¿A menudo ha tenido que reducir cantidades de adquisición de materia prima?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Un considerable porcentaje de los talabarteros encuestados han mostrado que tuvieron que reducir las cantidades de adquisición de materia prima, ligando esto directamente con la cantidad de ventas y una demanda menor de sus productos. Como consecuencia de la aparición del virus y los confinamientos tuvieron prioridad productos de primera necesidad.

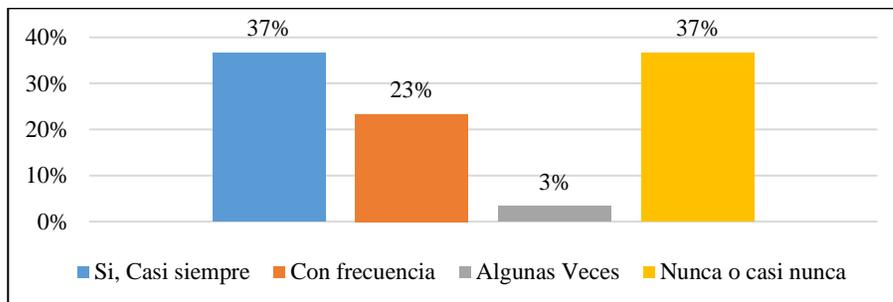
Gráfico 11. *¿Ha tenido dificultad para adquirir o abastecerse de la materia prima requerida para la actividad talabartera?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Los talabarteros en su mayoría evidenciaron una dificultad para obtener la materia prima que requieren para su actividad.

Gráfico 12. *¿Evidenció un incremento en el precio de los insumos?*

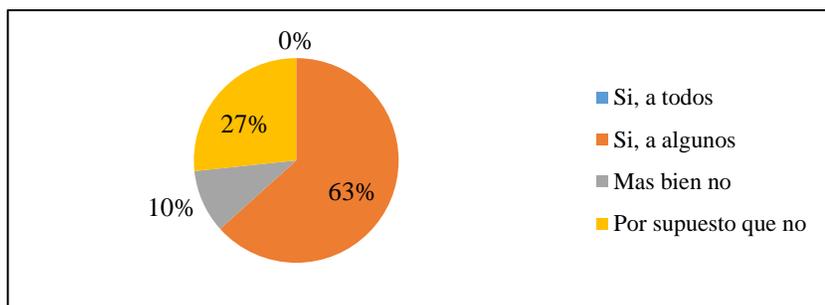


Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Con respecto a si hay un incremento en el precio de los insumos requeridos, existen opiniones muy diversas. Sin embargo, sigue siendo mayor la cantidad de talabarteros que aseveran

la pregunta y representan un 59% de los encuestados el porcentaje restante por otro lado no ha percibido un aumento o si lo ha hecho ha sido en limitadas ocasiones.

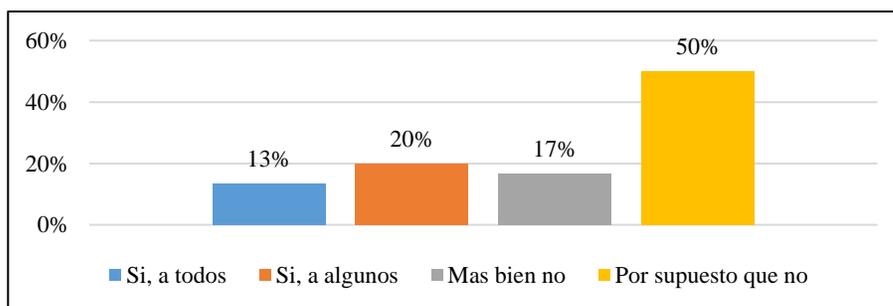
Gráfico 13. *¿Tuvo que reemplazar los proveedores de su materia prima?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Un porcentaje superior al 50% de los talabarteros encuestados no tuvieron que reemplazar a sus proveedores, por lo cual se podría argumentar que fue un problema consecuente y proporcional a la situación pues hasta los proveedores tenían dificultad de abastecimiento.

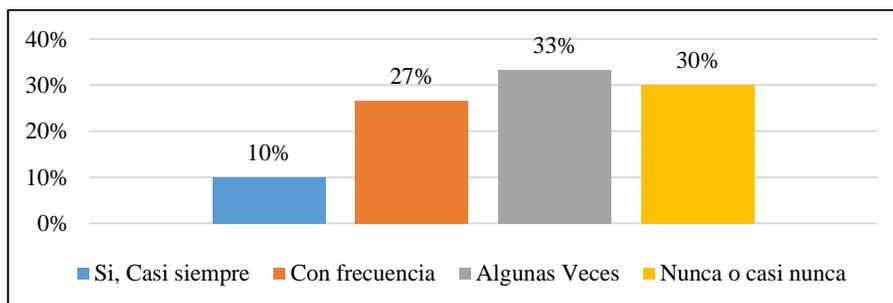
Gráfico 14. *¿Capacitó a sus trabajadores sobre acciones a tomar en caso de presentar síntomas relacionados con el virus Covid-19?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Un alto porcentaje de talabarteros no brindaron capacitaciones a sus empleados sobre qué acciones deberían tomar en caso de que se presenten síntomas relacionados con el virus Covid-19.

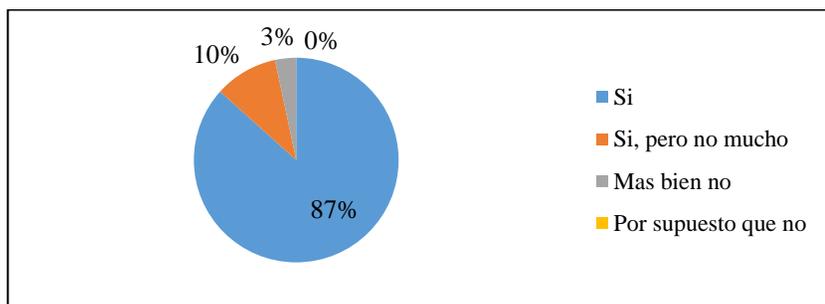
Gráfico 15. *¿Realizo controles del estado de salud de su mano de obra periódicamente?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Fue baja la cantidad de talabarteros que realizó controles de salud a su personal, como una consecuencia de la desinformación y una inexistente capacitación a los talabarteros sobre el inminente riesgo de salud que se atraviesa.

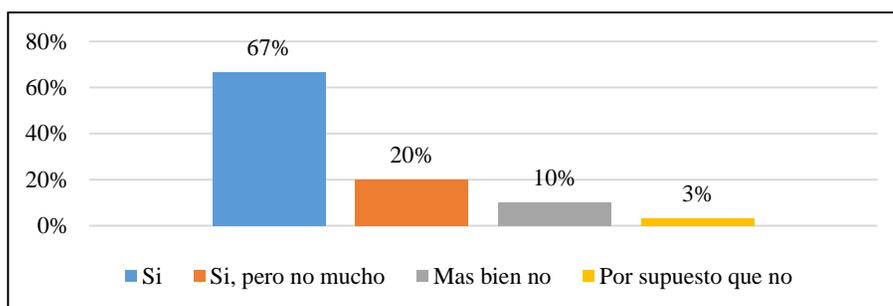
Gráfico 16. *¿Considera que sus ingresos económicos por las ventas de sus productos se han visto afectados por la pandemia?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Se comprueba que casi la totalidad de talabarteros encuestados tuvieron una reducción de ingresos económicos a nivel de ventas, siendo únicamente un 3% quienes no sufrieron este problema al ser locales mucho más consolidados y con una estructuración comercial digital.

Gráfico 17. *¿La rotación de su inventario ha disminuido desde los inicios de la pandemia?*

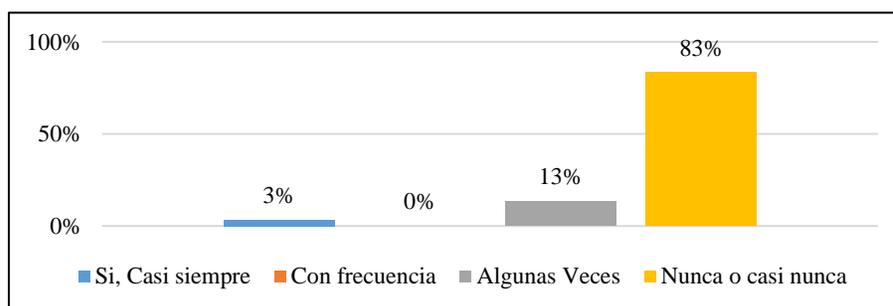


Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Es evidente que la rotación de inventarios disminuyó, como consecuencia del bajo nivel de ventas, limitados horarios de atención y poca demanda de productos talabarteros desde los inicios de la pandemia hasta la actualidad.

Producción

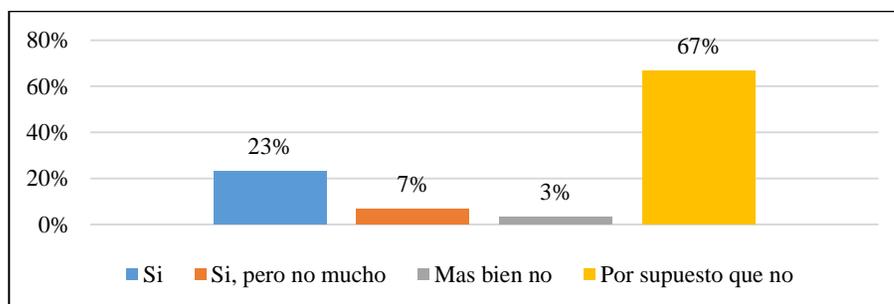
Gráfico 18. *¿Sufrió daños en sus maquinarias o equipos durante el transcurso de la pandemia?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

De manera positiva, la maquinaria necesaria para realizar productos de talabartería no presento daños, lo cual indica que no ha sido un déficit para los talabarteros más bien ha sido el entorno y sus factores los causantes de la situación.

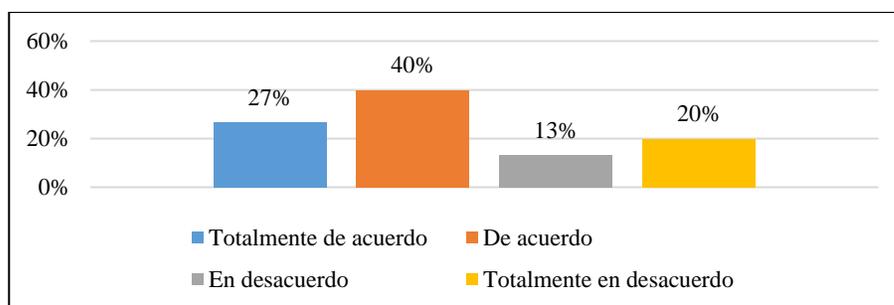
Gráfico 19. *¿Fue aún más complicado solucionar esos problemas en comparación a años anteriores?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Al ser negativa la pregunta anterior, por correspondencia si no fue grande la cantidad de talabarteros que presentaron daños en su maquinaria, tampoco les s complicado solucionar estos. Por otro lado, hay un 23% al cual si le pareció que solucionar problemas de este tipo fueron más complicados por la situación enfrentada.

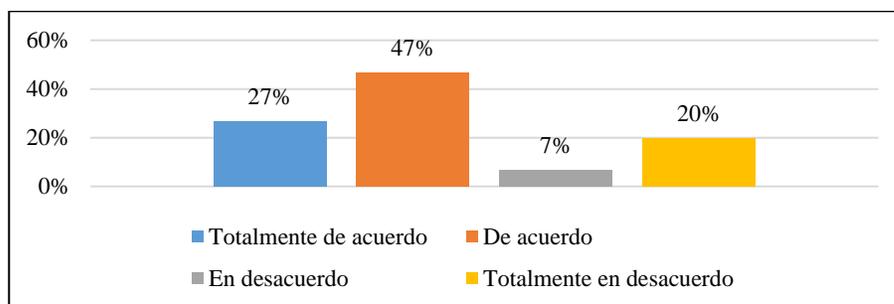
Gráfico 20. *¿Considera que existió un desabastecimiento?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Únicamente un 32% de la población encuestada considera que no existió un desabastecimiento, varios de los encuestados argumentaron que paralizaron toda la actividad en los momentos críticos de pandemia y sus inventarios habituales se mantuvieron para cuando se reinicie el proceso productivo.

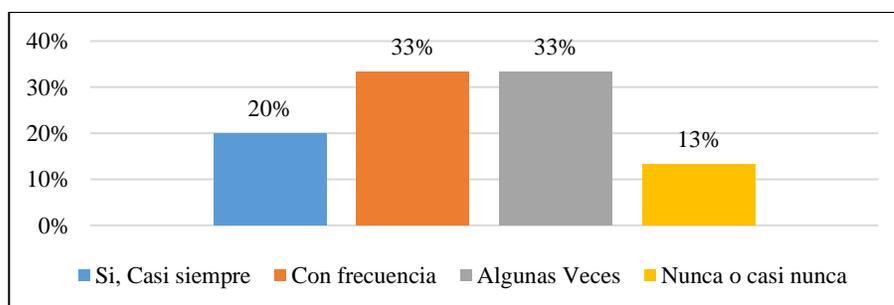
Gráfico 21. *¿Está de acuerdo en que esta falta de insumos demoró los tiempos de producción?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Por otro lado, alrededor del 47% de los talabarteros encuestados cifra que corresponde a los talabarteros que si percibieron una dificultad de abastecimiento en insumos. Estos indican que están totalmente de acuerdo en un efecto directamente proporcional de la falta de insumos con los retrasos en los niveles de producción de artículos.

Gráfico 22. *¿Se generaron retrasos durante el proceso de fabricación?*



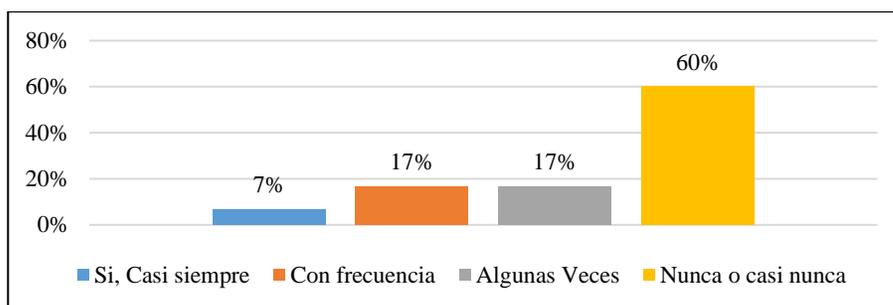
Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Los retrasos a nivel productivo no dependen únicamente como consecuencia de una falta de insumos, sino que también se dio por factores externos como: restricciones movilidad, limitaciones de aforo, falta de mano de obra y el recorte horario de esta. El retraso durante el proceso de fabricación redujo la cantidad de producto terminado disponible para la venta al público sin embargo esto no fue problema puesto a que la demanda de los productos era menor por esto

los talabarteros indicaron de manera proporcional que en algún momento o frecuentemente hubo retrasos.

Comercialización

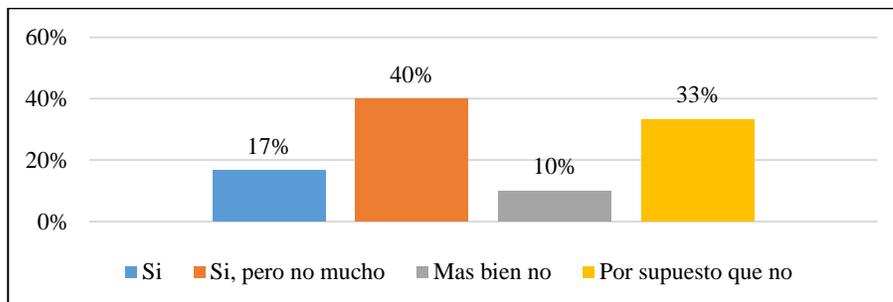
Gráfico 23. *¿Considera que se produjo un incremento en el precio de venta al público de los artículos?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

A pesar de tener dificultades el 60% del sector talabartero encuestado no incrementó el precio de venta al público de los artículos a pesar de las dificultades. Al contrario, tuvieron que reducir su margen para poder continuar comercializando sus productos con precio más atractivo.

Gráfico 24. *¿Fue necesario cambiar la forma habitual de comercializar los productos?*

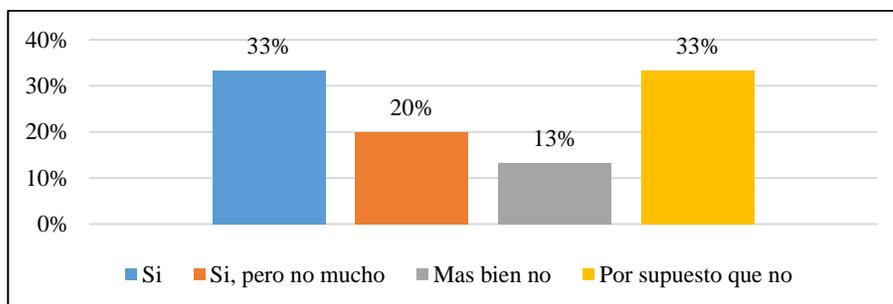


Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Con respecto a si fue necesario cambiar la forma de comercializar sus productos las opiniones son divididas, existió un porcentaje mayor de talabarteros encuestados los cuales

indicaron un “ Por supuesto que no” centrándose en que su punto de venta físico es el más efectivo ya que los clientes acuden a estos locales por una experiencia de compra y una identidad cultural, por otro lado el porcentaje que si incurrió en nuevos métodos de comercialización tuvo resultados positivos al conseguir clientes potenciales del extranjero.

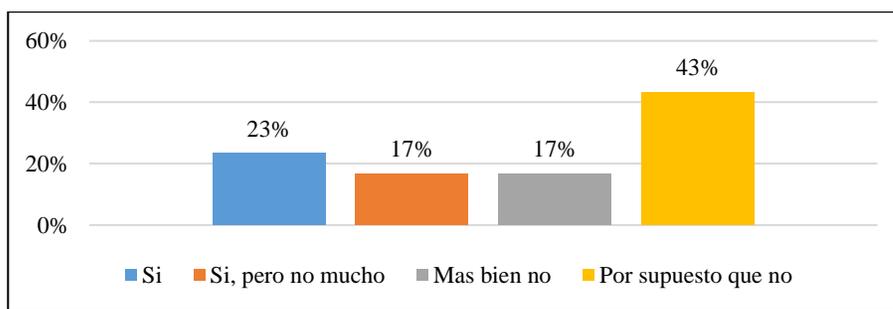
Gráfico 25. *¿Ha sido necesario recurrir a redes sociales u otras plataformas digitales para continuar comercializando sus productos?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Los polos de respuesta de la siguiente pregunta son equitativos con un 33% indicando que cantidades proporcionales de talabarteros encuestados incurrieron en plataformas digitales obteniendo buenos resultados y la misma cantidad decisión quedarse con el método de promoción tradicional.

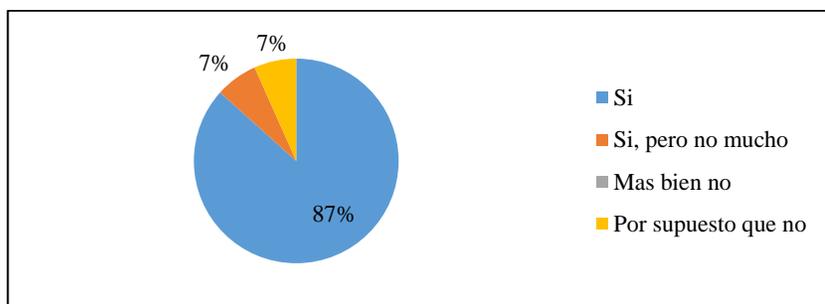
Gráfico 26. *¿Estuvo en capacidad de gestionar alternativas de promoción para sus productos en época de Covid-19?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

La razón principal de los resultados en la pregunta número 26 se debe a que un 43% de los talabarteros no tenían la capacidad, esto se entiende como una ausencia de conocimiento y presupuesto asignado que les permita incurrir dentro de medios alternativos de promoción para los artículos talabarteros.

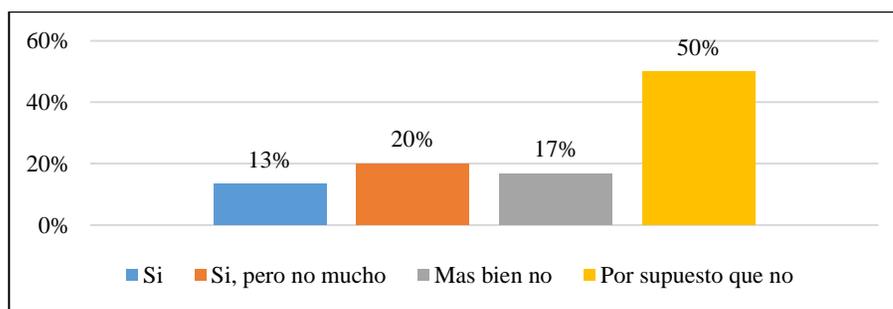
Gráfico 27. *¿Según su perspectiva la desde la pandemia se redujo la cantidad de clientes que visitan su punto de venta?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

Evidentemente un 87% de la población noto la reducción de clientes que visitan su punto de venta como una consecuencia del virus Covid-19 y las limitaciones de ingresos al país y la movilidad por temporadas. Todas estas situaciones como medidas que evitaban la propagación del virus a niveles exponencialmente peligrosos.

Gráfico 28. *¿Considera haber tenido dificultad durante la pandemia para que su producto llegue al cliente final?*



Nota. Basado en resultados obtenidos por medio de encuestas.

La mitad de los talabarteros encuestados no presentaron dificultad para que el producto llegue al cliente final durante la pandemia la primera razón es en que una vez más los talabarteros manejan un comercio local personal en mayor cantidad y la segunda se debe a que son pocos los talabarteros que cuentan con clientes en el exterior y requieren de otras alternativas o servicios de transporte para enviar sus productos, estos también estuvieron limitados y restringidos durante la pandemia.

4.3. Logro de los Objetivos Planteados

Conocer el proceso de aprovisionamiento que lleva a cabo el sector talabartero.

Se alcanzó el objetivo por medio de un análisis de componentes de entrada como materia prima, recurso humano y capital. Los mismos que evidenciaron la existencia de variaciones como la reducción y dificultad para abastecerse de materia prima, incrementos en el costo y el ámbito de proveedores los cuales tuvieron que ser remplazados en algunos casos. Se tuvo un estancamiento de inventario y una clara reducción de ingresos por ventas que disminuyó la capacidad adquisitiva de los productores talabarteros. Sin embargo, no todo fue negativo porque la calidad de la materia prima no sufrió en gran cantidad. Todo esto fue evaluado en base a la influencia de un ente externo de salud como es el virus Covid-19.

Describir el proceso de producción de artículos talabarteros.

El presente objetivo se cumplió de manera eficiente con resultados ligeramente negativos como en el caso de la maquinaria utilizada, esta no sufrió daños evidentes y si surgieron fueron fáciles de solventar. Los retrasos dentro del proceso productivo dependieron netamente del desabastecimiento generado por el proceso de aprovisionamiento y la ligera pero necesaria

adecuación de espacios para cumplir con normas de distanciamiento y aforos necesarios por el virus Covid-19.

Describir el proceso de comercialización de artículos talabarteros

Con respecto al último objetivo que abarca el proceso comercial se obtuvo información relevante indicando que el inconveniente principal para la reducción de ingresos por ventas fue la reducción de las personas que visitan su punto de venta y la limitación de innovación por parte de estos, al no gestionar alternativas de promoción ni intentar digitalizar su método de ventas salvo ligeras excepciones. Para poder continuar con su negocio en pie a pesar de las dificultades de obtención de la materia prima y el incremento de los gastos que se generaban los precios de venta al público tuvieron que ser menores para que los clientes consideren atractivo el adquirir productos objeto de la talabartería y forzando a los talabarteros a reducir su margen.

4.4.Respuesta a la pregunta de investigación

¿Cuáles son las afecciones en los procesos de aprovisionamiento, producción y comercialización dentro de la cadena de suministro del sector talabartero, en el cantón Cotacachi durante la pandemia Covid-19?

Por medio de los resultados obtenidos se alcanzó a identificar cuáles son los sucesos que se generaron en los procesos afectándolos como consecuencia de la presencia del virus Covid-19. Principalmente en lo que respecta el aprovisionamiento fue la dificultad para abastecerse de varias materias primas y herrajes necesarios para el proceso. El ámbito productivo no tuvo mayor inconveniente en su desarrollo al ser una actividad artesanal y las maquinarias requeridas básicas. Finalmente, para el proceso comercial la reducción de la cantidad de productos requeridos por los clientes como consecuencia de la cuarentena impuesta inicialmente y restricciones de movilidad

que redujeron la visita al punto de venta. El desconocimiento y poca capacidad de gestión de posibles alternativas para la promoción y comercialización hizo que la recuperación fuera mucho más lenta.

4.5. Discusión de resultados

En la presente investigación encaminada a describir si hubo afectación ocasionada por la pandemia Covid-19 en el proceso productivo y comercial talabartero. Se incluyó un proceso más que antecede a los dos mencionados llamado aprovisionamiento. De este proceso se pudo obtener datos los cuales indicaron que el 40% casi siempre redujo las cantidades de adquisición de materia prima durante la pandemia. De igual manera un 40% siempre presentaron dificultad para abastecerse de materia prima y un 30 % de manera frecuente además en algunos casos el costo de los insumos tuvo un incremento que provoco que solo el 63% de los proveedores de los talabarteros se mantengan.

Como identificaron en su investigación Aponte F et al. (2014) el aprovisionamiento va directamente conectado con la parte económica. Así también Enríquez et al. (2020) indica que existe un efecto látigo en el aprovisionamiento el mismo que se da por distorsiones de consumo, porque durante la pandemia se evidencio mayor enfoque en productos básicos y una reducción con el resto de los artículos. Gallo Gavilanes (2021) concierta concluyendo que en Ecuador los inconvenientes dentro del aprovisionamiento iniciaron desde la declaración del estado de excepción y las diversas medidas como: confinamiento, cuarentena obligatoria, cierre de fronteras, etc. Con respecto a los proveedores Huilcapi Masacón et al. (2020) revela que como objeto de una completa paralización es evidente que se presenten problemas de abastecimiento de bienes y servicios para proceso productivos. Finalmente Viteri Moya et al. (2021) da la razón porque, si se mira al mundo como un sistema abierto, en el que todos los países interactúan entre ellos, al darse

variaciones con la presencia del virus, se transformó todo el entorno incluyendo dificultades logísticas, productivas y financieras.

Una vez analizados los resultados y apoyados en los diferentes autores se puede afirmar que existe una influencia negativa en el desarrollo del aprovisionamiento como consecuencia del virus covid-19 el mismo que generó retrasos, parálisis y dificultades al momento de adquirir materia prima requerida para continuar con los otros dos procesos. Esto va ligado a la comercialización por un efecto proporcional que redujo los ingresos y por ende la capacidad adquisitiva de materia prima.

Con respecto al proceso productivo un 83% de talabarteros indicaron que el componente maquinaria no sufrió como consecuencia de la pandemia, debido a que la maquinaria utilizada es básica como son: troquel, maquinas coser, rebajador cuero, biselador, etc. Los casos que si presentaron daños fue únicamente un 3% y estos fueron de fácil y accesible solución por lo cual no se consideran afecciones generadas, pues la mayoría de los procesos son llevados a cabo de manera manual artesanal. El mayor inconveniente se presentó en el desabastecimiento para un 67% de los talabarteros. Esta falta demoró tiempos de producción habituales a un 74% y se generaron retrasos frecuentes para un 53% de talabarteros. Otro inconveniente se reflejó en que el 70% tuvo la necesidad de modificar métodos de producción para acatar medidas impuestas por la pandemia. Esto hace referencia a que, si bien los talabarteros llevaban a cabo un sistema de producción por lotes, es decir en determinado periodo de tiempo elaborar cierta cantidad de un mismo producto, se acogieron un método productivo por pedidos basado en la demanda. Lo cual generó mayores costes y una menor optimización de la materia prima al ser necesarios moldes, insumos y tiempos de trabajo diferentes por cada producto.

En su investigación Teran Argota & Caballero Torres (2014) concluyen que es el abastecimiento de materia prima lo que vuelve a al proceso productivo relativamente fácil o complejo y además asegura niveles de producción. Complementando Huilcapi Masacón et al. (2020) indican que el impacto del Covid-19 en las pequeñas y medianas empresas se relaciona estrechamente con que hay negocios en los que el proceso productivo no se puede realizar de manera remota o automatizada por lo cual se han modificado la manera de trabajar para darle frente. Esto se da porque como indica Gómez Niño (2011) en parte estas organizaciones carecen de herramientas tecnológicas y es complicado adaptarlas en el giro del negocio. También Flores Bustos (2009) concluyo que en Latinoamérica la producción de tipo artesanal está en pie de lucha día tras día para lograr afrontar a los productos elaborados en masa. Finalmente Huilca (2021) concluye que si bien se han estado imponiendo medidas que eviten contagios, el sector económico está limitado porque se restringen actividades productivas de todos los sectores.

En tal sentido una vez analizados todos los resultados el ámbito productivo conociendo que el principal problema está en el proceso que antecede. Se tiene que la producción de los talabarteros no sufrió mayor afección como consecuencia de la pandemia debido a que como se indicó la maquinaria es básica y mecánica. Para este particular contar con determinada tecnología hubiera generado menores retrasos en la producción e inconvenientes dentro de lo que fue el cambio de una producción en lotes a una producción por pedidos.

Acerca del proceso comercial los resultados evidenciaron que el 87% de los talabarteros concuerda con una evidente reducción de la cantidad de personas que visitaban su punto de venta físico, de la mano con la reducción de ingresos por ventas en igual porcentaje. Además de la poca capacidad de gestión y promoción que tiene el 43% de los talabarteros evitando que puedan contar con una forma alternativa de generar ventas por el desconocimiento que tiene el 33% del potencial

que podrían tener plataformas digitales y redes sociales. Por otro lado, a pesar del ligero incremento que evidencio un 27% de los talabarteros en los gastos de ventas, administrativos y de fabricación este no influenció en el precio de venta al público de los artículos como se esperaría suceda. Por el contrario, obtenido desde la vivencia los talabarteros tuvieron que estrechar su margen y bajar el precio de venta al público como una alternativa que les permita generar ventas, actualizar el inventario, la diversificación de productos y sobre todo mantenerse en pie.

Perez Duran & Perez Sanchez (2019) concluyen que es necesaria una adecuada gestión con base a procesos, porque consecuentemente se va a reflejar en mejoras directas para el desempeño, los clientes y en los ingresos. Porque como complementan Manrique Nunget et al. (2019) una cadena de suministro está en constante evolución y adaptación con sus procesos productivo y comercial que permite mejorar las empresas y calidad de los bienes. Justificando Cuevas Villegas, (2002) concluye que para no quedar fuera del mercado en algunos casos es necesario reducir el costo de los bienes vendidos. La reducción de clientes como determino Alvarez et al. (2020) se debe a que por el virus covid-19 se dieron restricciones de movilidad.

Es por todo esto, que efectivamente el proceso comercial sufrió una afectación ocasionada por la pandemia, las medidas propuestas para mitigar el virus fue la causa principal, al ser el punto de venta físico la vital manera de comercializar sus productos porque para los talabarteros la venta de sus artículos se une a una experiencia cultural. El desconocimiento de alternativas de venta y la poca capacidad de gestión de promoción jugo de manera desfavorable. La reducción de precios a pesar de los incrementos de gastos fue una salida rápida para que los talabarteros puedan seguir desempeñando su actividad.

4.6.Limitaciones y Alcance la de Investigación

Falta de estudios empíricos

La principal limitación es que el ámbito talabartero, tiene investigaciones relacionadas a la cultura, orígenes y trascendencia de la actividad según donde esta se da, pues el cantón Cotacachi no es el único lugar en el que se desarrolla. No se han realizado estudios que se enfoquen en conocer cómo se desarrolla la actividad a nivel técnico o los procesos que esta involucra de una manera clara y detallada que permitan una mejor comprensión del ciclo productivo y comercial. Adicionalmente la temática de la pandemia y la afectación causada son investigaciones reducidas porque el virus COVID-19 aún está presente. Al ser una investigación de tipo descriptivo requiere de información detallada que permita comprender y contrarrestar lo mencionado.

Obtención de información de manera local

Una dificultad fue la obtención de bases de datos o registros que permitan determinar la cuantía total de las personas que realizan la actividad de producción y comercialización de artículos talabarteros en el cantón Cotacachi para lograr la aplicabilidad de un tamaño de la muestra. Si bien está constituida la sociedad de artesanos y existe un espacio físico en las calles 10 de agosto y Bolívar, no se encuentran personas en las instalaciones ni se tiene fácil acceso a conocer quienes la conforman, es por esta razón que se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia.

La pandemia Covid-19 sigue presente

Si bien la recolección de información para la presente investigación realizo posterior a los meses críticos de la pandemia. Los talabarteros aún no tienen la confianza de tener contacto con personas desconocidas y la permanencia de una persona en su local por un tiempo prolongado. Por lo cual la aplicación de las encuestas se llevó a cabo por medio de la lectura de las preguntas y las

alternativas, recibiendo las respuestas de manera verbal y siendo el investigador quien rellene las encuestas físicas. Cabe mencionar que varios de los talabarteros no estaban dispuestos a brindar información justificándose en que no tienen tiempo y son datos personales.

Conclusiones

Se logró concluir que un 87% de los Talabarteros ejecuta las actividades productivas y comerciales simultáneamente, factor que valida la importancia del estudio de los procesos en la presente investigación. La fuente de conocimiento talabartera es empírica para un 73%. Antes de la presencia de la pandemia COVID-19 el país ya tenía problemas de índole económico y estos están directamente relacionados con sus negocios para un 80%.

Dentro del aprovisionamiento hay una reducción en disponibilidad, cantidad y accesibilidad a las materias primas requeridas por los talabarteros desde las medidas establecidas por la pandemia COVID-19, situación que tiene una relación directamente proporcional con el proceso productivo esto sucede por el desabastecimiento de estos insumos requeridos para el 64% de los talabarteros se demoraron los tiempos de producción y para un 53% se retrasos en los pedidos frecuentemente o siempre.

El proceso productivo no sufrió alteraciones para un 83% al ser un proceso en mayor porcentaje de tipo manual artesanal, con indumentaria básica. El problema de los retrasos que demoraron tiempos habituales de producción fue la falta de insumos percibida por un 47%.

Comercialmente el precio de venta al público de los productos no aumento para un 60% de los talabarteros por el contrario lo redujeron como una alternativa para comercializar. Para un 40% si fue necesario cambiar la forma de comercializar los productos con mínimos cambios a nivel comunicativo. La capacidad y necesidad de incurrir en otras alternativas para continuar

comerciendo es muy dividida entre los talabarteros, en lo que si concuerdan es que evidentemente el 87% identifico una disminución en la cantidad de clientes que visitan el punto de venta físico ubicado en el cantón Cotacachi, en la calle 10 de agosto y los alrededores, como consecuencia directa un 87% noto reducción de sus ingresos por ventas.

Por todo esto se puede indicar que efectivamente, la pandemia COVID-19 generó una afectación en los procesos del sector talabartero. Especialmente en el proceso de aprovisionamiento con una evidente dificultad para la obtención de materia prima, generando un ligero retraso en la producción. Además, como una consecuencia de medidas y acciones tomadas, se limitó y entorpeció en diversos aspectos el proceso comercial dando como fruto una reducción de ingresos por ventas que conmovió a los talabarteros y a la cadena productiva que abarcan.

Recomendaciones

Tanto el proceso productivo como el comercial talabartero debe ser identificado de forma clara de tal manera que se pueda reconocer a todos los actores involucrados y los componentes, esperando así se pueda realizar una evaluación más detallada que permita identificar el componente principalmente afectado e incluso permita considerar las acciones necesarias o realizadas para afrontar las dificultades generadas que son generadas por la pandemia COVID-19 que podrían ser aplicados en tiempos futuros con cualquier otro acontecimiento de índole similar.

Para una obtención de datos de manera mucho más precisa y confiable se requiere la participación de un mayor número de talabarteros, para lo cual es necesario un libre acceso a la información por parte de organizaciones y sindicatos de la mano más cooperación. La aun presencia del virus hace que la interacción entre el investigador y los encuestados sea limitada.

Se recomienda llevar a cabo un acercamiento previo al levantamiento de información en investigaciones futuras con la finalidad de instruir y brindar conocimientos básicos. El sector talabartero desconoce los principios y fundamentos teóricos que involucran los factores productivos con respecto a entradas, transformación, salidas, los tipos de producción, las etapas y sus beneficios. Son muy pocos quienes tienen una preparación de tipo académica, de la mayoría su formación ha sido empírica netamente por medio de una transferencia entre generaciones. Este acercamiento ocurriría con la finalidad de hacer la recolección de información sea más correcta. Además, hay un desconocimiento del sector sobre cómo funciona la comercialización en la época actual, las nuevas herramientas de tipo digital y redes sociales que les permitiría ampliar aún más su mercado meta.

Una línea futura de investigación sería evaluar cómo se ejecutan los procesos una vez que la pandemia ha finalizado debido a que hasta el momento que se realizó la presente investigación aún se tiene la presencia del virus y determinadas medidas se mantienen llevándose a cabo. Se espera que se permita evaluar, si existe un cambio cuando no se tenga ya la presencia del virus, asimismo que se pueda examinar que tan difícil fue para el sector sobrellevar la situación y las consecuencias totales.

Referencias bibliográficas

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*.
[http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Álvarez Acosta, R., Núñez Guale, L., Calderón Pineda, F., & Mendoza Tarabó, E. (2020). Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 353–367.
- Alvarez, P., Guerrero, J. I., & Preciado, D. (2020). Impacto por COVID-19 en la Cadena de Suministro. *Delphus Consulting Group*, 1–11. https://caracati.com/wp-content/uploads/2020/05/DCG_Covid_Recomendaciones.pdf
- Anrrango Alcucer, D. M. (2018). *Alternativas de aprovechamiento de la producción artesanal en la actividad turística del cantón Cotacachi - Imbabura - Ecuador*. Universidad Técnica del Norte. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8292>
- Aponte F, B. J., González, A. J., & González, A. D. (2014). Fases de la cadena de suministro de las empresas avícolas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(64).
<https://doi.org/10.31876/revista.v18i64.11171>
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación* (Editorial).
<https://es.scribd.com/doc/215401918/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-DANIEL-S-BEHAR-RIVERO>
- Beviglia, V. (2017). *Talabartería, el arte del cuero*. Pulperpía Quilapán.
<https://pulperiaquilapan.com/talabarteria-arte-del-cuero-y-amor-de-artesano/>
- Beviglia, V. (2018). *Talabartería, el arte del cuero*.
- Campos, A., Morejón, M., Manuel, V., Martínez, C., & Gabriel, J. (2017). *Análisis de incidentes*

de aprovisionamiento en la cadena de suministro cuando se emigra de procesos de empuje a procesos de tirón. 1, 247–264.

Capurro Tapia, E. E. (2020). Impacto económico de la logística en el Ecuador y su afectación en la pandemia. *Rev. Científica. Dominio de Las Ciencias*, 1610–1625.

Carreño Solís, A. J. (2017). *Cadena de suministro y logística* (Fondo Edit).
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SaLNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=inventarios+concepto+cadena+suministro&ots=1MaQIDhP4g&sig=c4PgNIkt8VAfDFXAdNc1iDTER4#v=onepage&q=inventarios+concepto+cadena+suministro&f=false>

Carvajal Zambrano, G. V., Valls Figueroa, W., Lemoine Quintero, F. Á., & Alcivar Calderón, V. E. (2017). *Gestión por procesos (Un principio de la gestión de calidad)* (Mar Abierto (ed.)).

Castillo, A. Y., Gámez Osegueda, J. M., Guevara Cruz, B. K., & Herrera, B. C. (2013). *Proceso de administración, producción y comercialización de queso en ASOSPAN en el año 2013*. 1–12. <https://www.lamjol.info/index.php/FAREM/article/view/2617/2367>

Cerpa, V., & Jefatura de Turismo Sustentable. (2019). *Plan de desarrollo turístico cantonal de Cotacachi*. https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TURÍSTICO-DE-COTACACHI-VERSIÓN-FINAL-AME-2_compressed.pdf

Cevallos, R. C., Posso Yépez, M. A., Naranjo Toro, M., Bedón Sanchez, I., & Soria Flores, E. R. (2017). El oficio de la talabartería como parte de la identidad de la ciudad de cotacachi-imbabura. *Revista Ecuatoriana de Ciencias Solciales y Jurídicas*, 1, 9–28.
<http://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/recsyj/article/download/556/481/>

Chopra, S., & Meindl, P. (2008). Administración de la cadena de suministro. Estretega, planeación

- y operación. In *Estrategia, planeación y operación* (Tercera Ed). Pearson Prentice Hall.
- Cidoncha Martín, A. (2020). Coronavirus y Libertad de Empresa. *Fundación Manuel Giménez Abad*, 1–28. <https://doi.org/10.47919/fmga.oc20.0015>
- Clemente Cevallos, R., Posso Yepéz, M., Naranjo Toro, M., Bedón, I., & Soria, R. (2018). *Historia de la Talabartería en Cotacachi* (Universida).
- Cuevas Villegas, C. F. (2002). Fijación de Precios Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo). *Estudios Gerenciales*, 18(83), 13–30. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200001&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- Díaz, J. A. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48(1), 21–24.
- Ekos Negocios. (2019, March). *Comercio, el sector más dinámico de la economía nacional*.
- El Comercio. (2020). *Colombia cierra todas sus fronteras terrestres y fluviales hasta 30 de mayo*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/colombia-cierra-fronteras-coronavirus-covid.html>
- Enriquez, A., Feo, M., & García, L. (2020). El impacto del COVID19 en las cadenas de suministro y aprovisionamiento local. Un resumen de resultados. *Universidad de Alicante*, 1, 1–17. http://catedramodeloeconomico.ua.es/wp-content/uploads/2020/11/INF_1_Cadenas_de_valor.pdf
- Escudero Serrano, M. J. (2011). *Gestión de Aprovisionamiento* (Ediciones). https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jabS4x3L2oEC&oi=fnd&pg=PR1&dq=problemas+en+el+aprovisionamiento&ots=2cGHUvCTfz&sig=k4kXl13VS_Mnqb578jdydjac6P

c#v=onepage&q=problemas en el aprovisionamiento&f=false

Flores Bustos, C. (2009). La producción artesanal. *Visión Gerencial*, 0(1), 37–52.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880009.pdf>

Gallo Gavilanes, K. M. (2021). *Sistema de gestión de aprovisionamiento en la microempresa Táctical Garments de la ciudad de Babahoyo en el año 2020*.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9237/E-UTB-FAFI-ING.COM-000626.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García Abad, G. (2019). *Todo sobre los proveedores: qué son exactamente y qué tipos hay*.

<https://hablemosdeempresas.com/empresa/que-son-los-proveedores/#:~:text=En términos generales%2C un proveedor,Puede ser perfectamente un particular.>

García Santiago, F. A. (2006). La gestión de cadenas de suministros: Un Enfoque de integración global de procesos. *Visión Gerencial*, 7(1), 53–62.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545874007>

Gómez Niño, O. (2011). Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga. *Revista Escuela de Administracion de Negocios*, 0(70), 167–180.

<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n70/n70a14.pdf>

Gonzales Arias, J. L. (2021). *Proyecto de Tesis* (Issue March). Depósito legal biblioteca nacional Perú.

Gutiérrez Gómez, C., & González Gutiérrez, P. (2014). Logística de aprovisionamiento. In E. S. S.A (Ed.), *Editorial Sintesis*. <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491711780.pdf>

Guzman Terán, J. E. (2017). *Análisis comparativo de la producción de prendas de cuero entre el*

cantón Cotacachi y la parroquia Quisapincha en términos de competitividad.

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8219>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Bapista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Mc Graw Hi).

Herrero Palomo, J. (2012). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*

(Parainfo (ed.)). Macmillan Iberia, S.A.

<https://books.google.com.ec/books?id=JEJYwOwniAwC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Hoyos Zavala, A., & Rendón Alin, A. (2017). Aceptación De Una Empresa Dedicada a La Producción Y Comercialización De Artículos Artesanales En La Ciudad De Guayaquil. *Ecotec*, 1–10.

Huilca, D. M. (2021). La Reactivación de la Economía Ecuatoriana durante la Pandemia por

COVID – 19. *Crítica y Derecho, Revista Jurídica*, 2(3), 79–89.

<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/criticayderecho/article/view/3191/3765>

Huilcapi Masacón, N. Ú., Troya Terranova, K. T., & Ocampo Ulloa, W. L. (2020). Impacto del

COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *Revista Científica Del*

Mundo de La Investigación y El Conocimiento, 4(3), 76–85.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.76-85](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.76-85)

INEC. (2016). *Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave*

para la economía del país. [https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-](https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/)

[de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/](https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA. (2018). *El mercado y la*

comercialización.

Jácome, H., & Oleas, J. (2011). Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES Ropa de vestir de cuero para exportación. *FLACSO- MIPRO.*

<https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/dvwqb97pv9quz2d9pwwqomo3wnqad7.pdf>

Lopes Martínez, I., Marrero Durán, S. P., Feria Martínez, A. M., Grass Santos, A., Espina Martín, Y., & Lugo Almaguer, A. (2021). *Covid-19 Impact on Global Supply Chain : E-Commerce Case. 5.* <https://190.6.91.43/index.php/apye/article/view/153/109>

López Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. In *Revista de Educación y Derecho* (Issue 17). <https://doi.org/10.1344/reyd2018.17.13>

Manrique Nunget, A. M. L., Teves Quispe, J., Taco Llave, A. M., & Flores Morales, J. A. (2019). Gestión de cadena de suministro: Una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 88. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i88.30168>

Mayoral, F. M., Curiazi, R., & Castro Ruales, L. (2019). Una aproximación al estudio de la industria del cuero en el distrito de Cotacachi (Ecuador), bajo el esquema teórico marshalliano-becattiniano. *Investigaciones Geográficas*, 71. <https://doi.org/10.14198/ingeo2019.71.09>

Mecalux. (2020). *Logística de aprovisionamiento, clave en la cadena de suministro.* <https://www.mecalux.com.co/blog/logistica-de-aprovisionamiento>

Merele, M., & Sanchez, M. (2020). *Los problemas de las cadenas de suministros que ha destapado el Covid-19.* https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/06/19/opinion/1592579858_730597.html

- Mochón, F. (2012). *CEO-Economía* (McGraw-Hill (ed.)).
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Moreno Ayala, A. (2018). *El cuero, un atractivo singular de Cotacachi*.
<https://www.numbersmagazine.com/articulo.php?tit=el-cuero-un-atractivo-singular-de-cotacachi>
- Muriel Tendetza, D. Y., & Peñaquishpe Imba, K. M. (2020). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de artesanías de talabartería en la ciudad de Cotacachi - Imbabura* (Universida). <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11002>
- Perez Duran, G. de J., & Perez Sanchez, A. (2019). Bases Teóricas Y Beneficios De La Gestión Por Procesos. *Memorias Del XXIV Congreso Internacional de CAI*, 1, 45–52.
- Quevedo, M. R., Vásquez, L. M., Vásquez, J. Q., & Pinzón, L. T. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 6(3), 1006–1015.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539760&info=resumen&idioma=SPA%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539760>
- Ramírez Molinares, C. V. (2010). *Fundamentos y técnicas de costos* (Universida).
https://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS_Y_TECNICAS_DE_COSTO.pdf
- Rodriguez, K. G., Ortiz, O. J., Quiroz, A. I., & Parrales, M. L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100–118.
<https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>
- Rodríguez Medina, G., Balestrini Atencio, S., Balestrini Atencio, S., Meleán Romero, R., & Rodríguez Castro, B. (2012). Análisis estratégico del proceso productivo en el sector

industrial. *Revista de Ciencias Sociales*, 8(1). <https://doi.org/10.31876/rsc.v8i1.25173>

Ruiz Fuentes, D., Almaguer Torres, R. M., Torres Torres, I. C., & Hernández Peña, A. M. (2014).

La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos / Process management, its emergence and theoretical aspects. *Ciencias Holguín*.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181529931002>

Salto Cruz, J. G., Elizabeth, G. G. L., & Mayorga Álvarez, M. de los Á. (2017). Análisis de la

producción y comercialización de calzado de seguridad industrial: caso Asociación Calzafince. *Revista Publicando*, 4(11 (2)), 570–583.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/467>

Sánchez Jiménez, J. E., & García Hernández, S. (2002). *Marco Conceptual De La Cadena De*

Suministro: Un Nuevo Enfoque Logístico. 215.
<http://imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt215.pdf>

Sensagent. (2021). *Afectación*. <http://diccionario.sensagent.com/afectación/es-es/>

Summa, R. (2020). Distribución Comercial y Ventas. *Red Summa*, 10.

Teran Argota, L., & Caballero Torres, D. (2014). Propuesta de una metodología para la logística

de abastecimiento de materia prima en la empresa lumen graphics. *Universidad Simón Bolívar*, 107–115.

http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/9638/Propuesta_Metodología_Logística_Abastecimiento_Resumen.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Thompson, I. (2018). *Definición de Mercado*. [https://hugepdf.com/download/download-](https://hugepdf.com/download/download-definicion-de-mercado_pdf)

[definicion-de-mercado_pdf](https://hugepdf.com/download/download-definicion-de-mercado_pdf)

Thomson, I. (2009). *Definición de Producto*.

<http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archivo2.5203.pdf>

Valenzuela, M. E., & Reinecke, G. (2021). Impacto de la COVID-19 en cadenas mundiales de suministro en América Latina : Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. *Organización Internacional Del Trabajo*, 5–33. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_771742.pdf

Viteri Moya, D. M., Vinueza Luna, J. L., Marcillo Vaca, C., & Farías Bohórquez, R. (2021). Una mirada a las afectaciones de la covid-19 en las exportaciones de las organizaciones de la economía popular y solidaria. *Revista Electrónica TAMBARA*, 82, 1188–1199. http://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/Afectac_COVID-19-En_organiz_EPYS_FINAL.pdf

Viteri Terán, E. A., & Albuja Villamarín, C. M. (2013). *Análisis y propuesta de fortalecimiento empresarial en el sector de la industria del calzado de cuero en el cantón Cotacachi. Caso: taller “Victoria Rosas”* [UÍDE]. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/49/1/T-UIDE-0009.pdf>

Voz de América. (2021). *Ecuador y Colombia reabren frontera tras 20 meses de cierre*. Voz de América. <https://www.vozdeamerica.com/a/gobierno-ecuador-mantendra-cerrada-frontera-terrestre-peru-/6333862.html>

Anexos

Anexo 1: Modelo encuesta



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Afectación de la pandemia COVID – 19 en la producción y comercialización de artículos de talabartería”

ENCUESTA

Encuesta dirigida a: Productores y comercializadores talabarteros que se encuentren ubicados en la extensión y alrededores de la calle 10 de agosto en el cantón Cotacachi.

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo primordial obtener información que permita determinar si el sector talabartero del cantón Cotacachi sufrió una afectación en sus procesos durante el transcurso de la pandemia COVID-19.

La información proporcionada es confidencial y será usada con fines académicos para obtener el Título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Técnica del Norte.

Instrucción: Lea cuidadosamente y marque con una X, la respuesta que considere más adecuada.

Estudiante: Navarro Terán Brian Israel

I. Información General

Edad	De 15 a 25 años		De 26 a 36 años		De 37 años en adelante	
Nivel Educativo	Primaria		Secundaria		Superior	
Actividad desempeñada	Productor		Comercializador		Ambas	
Fuente Conocimiento Talabartero	Empírica Tradición		Académica			

II. Cadena de Suministros

No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
1	¿Ha notado disminución en la cantidad de productos requeridos por sus clientes desde inicios de la pandemia?				
2	¿Se ha visto alterada la calidad de las materias primas y los insumos necesarios para desarrollar su actividad productiva?				

No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
3	¿Consideró necesario algún tipo de crédito como ayuda para sobrellevar la situación?				
No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
4	¿Ha notado últimamente dificultad para afrontar sus deudas?				
No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
5	¿Cómo consecuencia de la pandemia sus gastos de ventas, administrativos y de fabricación incrementaron?				
6	¿Tuvo que modificar los métodos de producción para acatar medidas dispuestas con el objetivo de mitigar la propagación del virus?				
No	Pregunta	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
7	¿Está de acuerdo en que la situación económica a nivel país afecto a su negocio?				
No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
8	¿Su infraestructura debió ser modificada para cumplir medidas de distanciamiento y aforo con relación a sus trabajadores?				
9	¿Adecúo y señalizó espacios para poder atender a los clientes en el punto de venta?				

III. Aprovechamiento

No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
10	¿A menudo ha tenido que reducir cantidades de adquisición de materia prima?				
11	¿Ha tenido dificultad para adquirir o abastecerse de la materia prima requerida para la actividad talabartera?				

12	¿Evidenció un incremento en el precio de los insumos?				
No	Pregunta	Si, a todos	Si, a algunos	Mas bien no	Por supuesto que no
13	¿Tuvo que reemplazar los proveedores de su materia prima?				
14	¿Capacitó a sus trabajadores sobre acciones a tomar en caso de presentar síntomas relacionados con el virus Covid-19?				
No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
15	¿Realizo controles del estado de salud de su mano de obra periódicamente?				
No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
16	¿Considera que sus ingresos económicos por las ventas de sus productos se han visto afectados por la pandemia?				
17	¿La rotación de su inventario ha disminuido desde los inicios de la pandemia?				

IV. Producción

No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
18	¿Sufrió daños en sus maquinarias o equipos durante el transcurso de la pandemia?				
No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
19	¿Fue aún más complicado solucionar esos problemas en comparación a años anteriores?				
No	Pregunta	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
20	¿Considera que existió un desabastecimiento?				

21	¿Está de acuerdo en que esta falta de insumos demoró los tiempos de producción?				
No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
22	¿Se generaron retrasos durante el proceso de fabricación?				

V. Distribución/ Comercialización

No	Pregunta	Si, casi siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca o casi nunca
23	¿Considera que se produjo un incremento en el precio de venta al público de los artículos?				
No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
24	¿Fue necesario cambiar la forma habitual de comercializar los productos?				
25	¿Ha sido necesario recurrir a redes sociales u otras plataformas digitales para continuar comercializando sus productos?				
26	¿Estuvo en capacidad de gestionar alternativas de promoción para sus productos en época de Covid-19?				
27	¿Según su perspectiva la desde la pandemia se redujo la cantidad de clientes que visitan su punto de venta?				
No	Pregunta	Si	Si, pero no mucho	Mas bien no	Por supuesto que no
28	¿Considera haber tenido dificultad durante la pandemia para que su producto llegue al cliente final?				

Gracias por su cooperación.

Anexo 2: Encuestas realizadas

https://utneduec-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/binavarrot_utn_edu_ec/EbvO7pRjCt5BumWAJZBZvqgBmXpXsOCWoTazgof17X7BAg?e=S4TbGo

Anexo 3: Fotografías durante la realización de la encuesta











