



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada
en Diseño Textil e Indumentaria

**“Análisis del consumo de calzado femenino pre pandemia y post
pandemia en la ciudad de Ambato”**

Autora: Pintado Alvarez, Joselyn Carolina

Tutor: Medina Robalino, Aylen Karina

Ambato – Ecuador
Julio, 2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Análisis del consumo de calzado femenino pre pandemia y post pandemia en la ciudad de Ambato” de la alumna Joselyn Carolina Pintado Alvarez, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, julio del 2023

EL TUTOR



.....
Aylen Karina Medina Robalino

AUTORÍA DEL TRABAJO DEL TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “Análisis del consumo de calzado femenino pre pandemia y post pandemia en la ciudad de Ambato”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, julio del 2023

LA AUTORA



.....
Joselyn Carolina Pintado Alvarez

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “Análisis del consumo de calzado femenino pre pandemia y post pandemia en la ciudad de Ambato” de Joselyn Carolina Pintado Alvarez, estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, julio del 2023

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, julio del 2023

LA AUTORA



.....
Joselyn Carolina Pintado Alvarez

DEDICATORIA

*A mis amados padres, hermanos, abuelitos
y mi niña interior,
Esta tesis es un testimonio de gratitud y
admiración hacia cada uno de ustedes. Su
apoyo incondicional ha sido el impulso que
necesitaba para llegar hasta aquí. A mis
padres, gracias por su amor
inquebrantable y por creer en mí incluso
cuando dudaba de mí misma. A mis
hermanos, gracias por su apoyo constante y
por ser mis cómplices en este viaje. A mis
abuelitos, gracias por su sabiduría y por
enseñarme el valor del esfuerzo y la
perseverancia. Y a mi niña interior, gracias
por recordarme siempre que los sueños son
posibles y que puedo lograr todo lo que me
proponga. ¡Esta tesis es el fruto de nuestro
amor y dedicación!*

Joselyn Carolina Pintado Alvarez

AGRADECIMIENTO

A Dios, mi guía y fuente de fortaleza, gracias por iluminar mi camino y darme la sabiduría y el coraje para completar esta etapa de mi vida.

A mis queridos padres, quienes han sido mi mayor impulso. Gracias por creer en mí, por alentarme en los momentos difíciles y celebrar mis logros. Su amor y sacrificio han sido la base de mi éxito. A mis adorables hermanitos, gracias por su entusiasmo y alegría contagiosa me han inspirado a seguir adelante y dar lo mejor de mí. A mis amados abuelitos, gracias por su apoyo inquebrantable, por ser mis guías y por transmitirme valores importantes que me han guiado en este camino.

A mis respetados profesores de la FDA, especialmente a mi tutora Aylene Medina, quiero expresar mi profundo agradecimiento. Su dedicación, paciencia y sabiduría han sido invaluableles en mi formación académica. Gracias por brindarme su tiempo, su conocimiento y su orientación experta a lo largo de este proceso.

A Gabal1982, quiero expresar mi gratitud por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de aprender y crecer. Su generosidad y confianza en mí han sido fundamentales para mi desarrollo académico y personal.

Y finalmente, quiero agradecerme por la dedicación, el esfuerzo y la responsabilidad que he demostrado en este camino. Gracias por mantener el enfoque, superar los desafíos y nunca dejar de creer en mí. Este logro es el resultado de mi perseverancia y determinación.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento. Su amor, apoyo y aliento han sido los pilares de mi éxito. Este logro no sería posible sin su presencia en mi vida. Los llevo en mi corazón mientras sigo avanzando en este camino de crecimiento y aprendizaje.

*Con gratitud y amor,
Carolina Pintado*

ÍNDICE DE GENERAL

Portada.....	i
Aprobación del tutor.....	ii
Autoría del trabajo de titulación.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Derechos de autor.....	v
Dedicatoria (opcional).....	vi
Agradecimiento (opcional).....	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	xi
Resumen ejecutivo.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Tema.....	13
1.2 Planteamiento del problema.....	13
1.2.1 Contextualización (Macro, Meso, Micro).....	14
1.2.2 Árbol de problemas.....	18
1.2.3 Análisis Crítico.....	19
1.3 Justificación.....	20
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2 Objetivos específicos.....	22
1.5 Antecedentes de la investigación (Estado del Arte).....	22
1.6 Fundamentación (Legal).....	26
1.6.1 Legal (ley artesanal).....	26
1.6.2 Ley de Economía popular y solidaria.....	28
1.7 Categorías fundamentales.....	32
1.7.1 Redes conceptuales.....	32
1.7.2 Constelación de ideas.....	33
1.8 Bases Teóricas.....	35
1.8.1 Pre pandemia, pandemia y post pandemia por Covid - 19 – Variable independiente.....	35
1.8.2 Efectos de la pandemia en el consumo de calzado femenino.....	40
1.8.3 Consumo de calzado femenino – Variable dependiente.....	41

1.8.3.2	<i>Diseño de Calzado</i>	41
1.8.3	Elaboración de calzado	56
1.8.4	Producción artesanal.	57
1.8.5	Selección de pieles	58
1.8.4	Acabados de la piel	59
1.8.5	Teoría del consumo.....	63
1.8.6	Comercialización y distribución	64
1.8.7	Canal directo	66
1.8.8	<i>Canal corto</i>	66
1.8.9	<i>Canal largo</i>	67
1.8.10	<i>Canales alternativos</i>	67
1.8.10.2	El comercio electrónico y la compra en línea	67
1.8.11	<i>Formulación de hipótesis</i>	69
1.8.12	<i>Señalamiento de las variables</i>	70
1.8.13	<i>Variable dependiente</i>	70
1.8.14	<i>Variable independiente</i>	70
2.2	<i>Población y muestra</i>	76
2.2.1	Población.....	76
2.2.2	Definición y argumento de los criterios de la muestra.....	78
2.2.3	Muestra	79
2.2.4	Unidad de observación y análisis.....	81
2.2.5	Operacionalización de variables.	82
2.2.6	Técnicas de recolección de datos.	88
CAPÍTULO III.....		90
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		90
3.1	<i>Análisis y discusión de los resultados</i>	90
3.2	<i>Verificación de hipótesis</i>	127
CAPÍTULO IV.....		128
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		128
4.1	<i>Conclusiones</i>	128
4.2	<i>Recomendaciones</i>	131
Bibliografía		135

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ANATOMÍA DEL CALZADO	43
TABLA 2 TIPOS DE CALZADO	46
TABLA 3 TIPOS DE SUELA	51
TABLA 4 TIPOS DE TACOS.....	54
TABLA 5 ACABADOS DE LA PIEL.....	59
TABLA 6 ARTESANOS CALIFICADOS EN LA ELABORACIÓN DE CALZADO FEMENINO EN CUERO	77
TABLA 7 CLASIFICACIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO A LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN	80
TABLA 8 OPERALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	82
TABLA 9 OPERALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	85
TABLA 10 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	88
TABLA 11 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	88
TABLA 12 MATRIZ DE RESULTADOS – ENTREVISTAS A EMPRESARIOS DE BETTINI, QUE CUEROS, DACRIS Y ARMANDINY	90
TABLA 13 MATRIZ DE ANÁLISIS COMPARATIVO – ENTREVISTAS DIRIGIDAS A BETTINI, QUE CUEROS, DACRIS Y ARMANDINY.	100
TABLA 14 MATRIZ DE ANÁLISIS DE RESULTADOS - FICHA DE OBSERVACIÓN	109
TABLA 15 MATRIZ DE ANÁLISIS DE RESULTADOS - FICHA DE OBSERVACIÓN PANDEMIA	112
TABLA 16 MATRIZ DE ANÁLISIS DE RESULTADOS - FICHA DE OBSERVACIÓN PRE PANDEMIA	116
TABLA 17 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE PERIODOS - FICHAS DE OBSERVACIÓN	119

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS	18
FIGURA 2 REDES CONCEPTUALES.....	32
FIGURA 3 VARIABLE INDEPENDIENTE	33
FIGURA 4 VARIABLE DEPENDIENTE.....	34
FIGURA 6 ANATOMÍA DEL CALZADO	43
FIGURA 7 LONGITUD DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN	65
FIGURA 8 CANAL DIRECTO.....	66
FIGURA 9 CANAL CORTO.....	66
FIGURA 10 CANAL LARGO	67
FIGURA 11 SISTEMA DE INTERFAZ DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	68

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto investigativo llevado a cabo se centra en el estudio comparativo del consumo de calzado femenino casual - formal en la ciudad de Ambato. El objetivo principal es relacionar los cambios que muestra el calzado en periodo de pre pandemia, pandemia y post pandemia en las empresas Bettini, Dacris, Armandiny y Que Cueros, que son fábricas reconocidas que han logrado mantener sus instalaciones activas incluso después de la pandemia. Para llevar a cabo este estudio, se implementaron diversas estrategias de recolección de datos, como entrevistas y fichas de observación.

Uno de los hallazgos relevantes es la importancia de los materiales utilizados en el diseño de las colecciones de calzado en los distintos periodos de la pandemia. En este sentido, el cuero se destaca como el material principal en la fabricación de calzado femenino casual - formal. Los consumidores valoran la durabilidad, la resistencia y la estética del producto final.

En cuanto a las opiniones sobre las empresas Bettini, Dacris, Armandiny y Que Cueros, se obtuvieron datos que reflejaron la percepción de los empresarios en referencia a la calidad del calzado, canales de distribución, materiales e insumos y materia prima. Estas opiniones ayudaron a comprender las fortalezas y áreas de mejora de cada empresa, proporcionando información valiosa para el desarrollo de estrategias de comercialización y mejora continua.

CAPÍTULO I.

MARCO TEÓRICO

1.1 Tema.

Análisis del consumo de calzado femenino casual – formal pre pandemia y post pandemia en la ciudad de Ambato

1.2 Planteamiento del problema.

Se detectó el primer caso de coronavirus en Ecuador el 29 de febrero de 2020, para ello el 11 de marzo del mismo año se declara el estado de Emergencia Sanitaria. (Ministerio de Salud Pública, 2021). Este hecho ha dejado numerosas pérdidas irreparables tanto humanas como económicas; existe un registro en la decreción de circulante de dinero en todo el mundo con esto, en Ecuador se pudo observar y registrar un importante índice de 6,8% de desempleo en la población, en consecuencia existió un alto nivel de pobreza y de desigualdad deteniendo de esta manera el desarrollo de muchos países. (INEC, 2022)

La zapatería o la fabricación artesanal de cuero se remonta al siglo XIX, se considera que Ambato es una de las ciudades que dispone de manufacturas de cuero y calzado, por tal razón desde esa época y hasta la actualidad es altamente valorizada por su trabajo artesanal y la excelente calidad de sus productos. Se considera al calzado una parte fundamental de la vestimenta indumentaria teniendo como fin el hecho de cubrir y cuidar el pie de cualquier tipo de superficie, condiciones ambientales (Cacao, 2022).

En Latinoamérica, la producción y comercialización de calzado experimentaron una disminución significativa del 33% en comparación con el año 2019. Esto ocurrió debido al cierre de fábricas y establecimientos comerciales durante la emergencia de la pandemia, así como a los excedentes de inventario que quedaron en las empresas debido a la caída en las ventas. Otro factor que influyó en la producción del sector fue la escasez de materiales e insumos debido a las restricciones comerciales y el cierre de plantas en diferentes países que son proveedores externos. Como resultado, se produjo un aumento en el precio de los productos básicos, como el plástico, que es fundamental

para la fabricación de suelas y otros componentes, y nos vimos obligados a trasladar este incremento al precio final del producto. (Serma, 2021)

Tras ser golpeados por una pandemia durante aproximadamente 3 años, la población ha decidido optar por priorizar sus gastos y guiar o destinar su dinero a cosas importantes como la alimentación y, por ende, la salud. Como resultado, la industria del calzado experimenta un notable deterioro económico; ante esta situación, algunas empresas se han visto obligadas a adoptar medidas extremas, reduciendo drásticamente su producción habitual para intentar subsistir en un contexto económico cada vez más adverso. Muchas fábricas, han cerrado sus puertas definitivamente pero en otros casos, en busca de alternativas, han incursionado en la producción de calzado deportivo, mocasines y magnolias o han emigrado a la línea de caballero.

Según datos revelados por la presidenta de la Cámara Nacional de Calzado - CALTU-, Lilia Villavicencio, a mediados de Agosto, la elaboración de calzados en la provincia de Tungurahua, principal zona productora en Ecuador, cayó un 80%, comparado con el mismo periodo del año pasado. Esta tendencia se vio agravada por una disminución en las ventas de tiendas y comercios del 90%. Todo como resultado de la crisis sanitaria por coronavirus. Mediante la información obtenida, se verán reflejados en un análisis comparativo del consumo de calzado en cuero casual - formal. Mediante este estudio, se podrá determinar los tipos de modelos que cuentan con las características que cumplen con los requerimientos y necesidades del consumidor final (Sáenz, 2021).

1.2.1 Contextualización (Macro, Meso, Micro)

Tanto antes como después de la pandemia, se han observado transformaciones significativas en el consumo de calzado femenino tanto casual como formal en Latinoamérica. Previo a la crisis sanitaria, la demanda de calzado para mujeres en la región experimentaba un crecimiento constante, motivado por la moda, las tendencias y el anhelo de lucir elegante en diversas ocasiones. La demanda era alta tanto para el calzado casual como para el calzado formal, lo cual impulsaba la producción de una amplia variedad de estilos y diseños para satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores latinoamericanos. (CEPAL, 2021)

Es importante destacar que antes de la pandemia, las zapatillas se habían convertido en un elemento básico en el armario de muchas mujeres. Los estilos deportivos, urbanos y de moda eran muy populares, y las marcas internacionales y locales competían para ofrecer una amplia gama de opciones. El calzado casual era utilizado tanto para actividades diarias como para ocasiones informales, brindando comodidad y estilo a las mujeres latinoamericanas. (CEPAL, 2021)

Sin embargo, con la llegada de la pandemia y las medidas de confinamiento y distanciamiento social, el consumo de calzado femenino en Latinoamérica se vio afectado significativamente. La disminución de eventos sociales, el teletrabajo y el cambio hacia un estilo de vida más relajado llevaron a una menor necesidad de calzado formal. Muchas mujeres optaron por utilizar calzado cómodo en casa, como pantuflas o zapatillas, mientras que los tacones y zapatos formales quedaron relegados en el armario. (ONU Mujeres, 2020)

A medida que la situación sanitaria comienza a mejorar y las restricciones se flexibilizan en algunos países latinoamericanos, se espera que el consumo de calzado femenino se recupere gradualmente. Sin embargo, es probable que la preferencia por la comodidad y la versatilidad siga siendo relevante en la post pandemia. Las mujeres podrían optar por estilos de calzado que combinen la practicidad del calzado casual con detalles elegantes, adaptándose a las nuevas dinámicas y necesidades de un estilo de vida más flexible y en constante cambio.

Después de la pandemia, se produjo un cambio en el paradigma del consumo en América Latina, lo que llevó a transformaciones en la cadena de valor de la industria minorista. Los nuevos consumidores, modelos de negocio y estrategias de crecimiento han impactado a fabricantes, mayoristas y minoristas. Según el informe Global Ecommerce Update (2021) de una red global de firmas de servicios profesionales, se observó un aumento del comercio en línea en América del Sur cercano al 37%, siendo Argentina, Brasil y México los países con mayores incrementos (79%, 35% y 27% respectivamente). En comparación, el crecimiento en Norte América fue del 32%, en Europa del 29%, y en Asia Pacífico del 26%. (Sáenz, 2021).

La pandemia de COVID-19 en Ecuador tuvo un impacto considerable en el tejido empresarial del país. Muchas empresas se vieron obligadas a cerrar debido a la disminución en el flujo de clientes y las ventas insuficientes. Sin embargo, otras empresas adoptaron un enfoque diferente y buscaron reinventarse para adaptarse a las nuevas circunstancias. Con el objetivo de seguir ofreciendo sus productos y servicios,

muchas empresas migraron hacia el entorno en línea. El comercio electrónico se convirtió en una opción atractiva para aquellos negocios que no podían cumplir con la demanda de forma presencial. Utilizando plataformas como Facebook, Instagram, WhatsApp y sitios web, estas empresas se lanzaron al mundo digital para llegar a sus clientes de manera virtual. Sin embargo, a pesar del potencial del comercio electrónico, su adopción completa en Ecuador ha enfrentado varios desafíos.

Uno de los principales obstáculos ha sido la desconfianza de los clientes hacia las transacciones en línea. Muchas personas aún sienten inseguridad al proporcionar información personal o financiera a través de internet. Además, la falta de acceso generalizado a tarjetas de crédito o débito ha limitado la capacidad de algunos ecuatorianos para realizar compras en línea. El desconocimiento sobre el uso de plataformas digitales y la preferencia arraigada por el tradicional modelo de compras presenciales también han contribuido a la lenta adopción del comercio electrónico en el país. A pesar de estos desafíos, el comercio electrónico sigue siendo una alternativa prometedora para simplificar procesos y facilitar transacciones comerciales en Ecuador. Con el tiempo, a medida que se aborden las barreras existentes y se fomente la confianza en el comercio en línea, es posible que más empresas y clientes ecuatorianos aprovechen los beneficios del comercio electrónico para impulsar sus negocios y satisfacer sus necesidades de compra de forma más conveniente y segura. (Robayo , Valverde, y Castro, 2020)

Además, la incertidumbre económica y las dificultades financieras generadas por la pandemia también influyeron en el consumo de calzado en Ecuador. Muchas personas tuvieron que ajustar sus gastos y priorizar necesidades esenciales, lo que llevó a una reducción en las compras de calzado, especialmente aquellos considerados como no esenciales

En cuanto al calzado formal, es posible que se observe una recuperación más lenta debido a los cambios en los hábitos de trabajo y a la preferencia por eventos más informales. Muchas empresas han implementado el teletrabajo de forma permanente o parcial, lo que ha reducido la necesidad de calzado formal en el entorno laboral. Sin embargo, a medida que los eventos sociales y las reuniones presenciales se reanudan gradualmente, por ende, se espera que las mujeres ecuatorianas busquen opciones de calzado formal que combinen originalidad y comodidad. (Robayo , Valverde, y Castro, 2020)

En situaciones en las que se busca proyectar una imagen elegante y refinada, muchas personas optan por calzado que combine tacones de altura moderada con diseños versátiles. Estas opciones son especialmente populares debido a su capacidad para realzar la apariencia sin sacrificar la comodidad. Los tacones de altura moderada ofrecen una estética equilibrada y estilizada, brindando una elevación sutil sin causar molestias excesivas. Por otro lado, los diseños versátiles de estos zapatos permiten adaptarlos fácilmente a diferentes estilos y ocasiones, lo que los convierte en una elección versátil tanto para eventos formales como para situaciones más informales. (Alzate y Carvajal, 2020).

Además, la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental han cobrado mayor importancia en la mente de los consumidores en los últimos años. Se espera que esta tendencia se mantenga en el consumo de calzado femenino en Ecuador, con una mayor demanda de marcas que adopten prácticas y materiales más sostenibles (López et al., 2021).

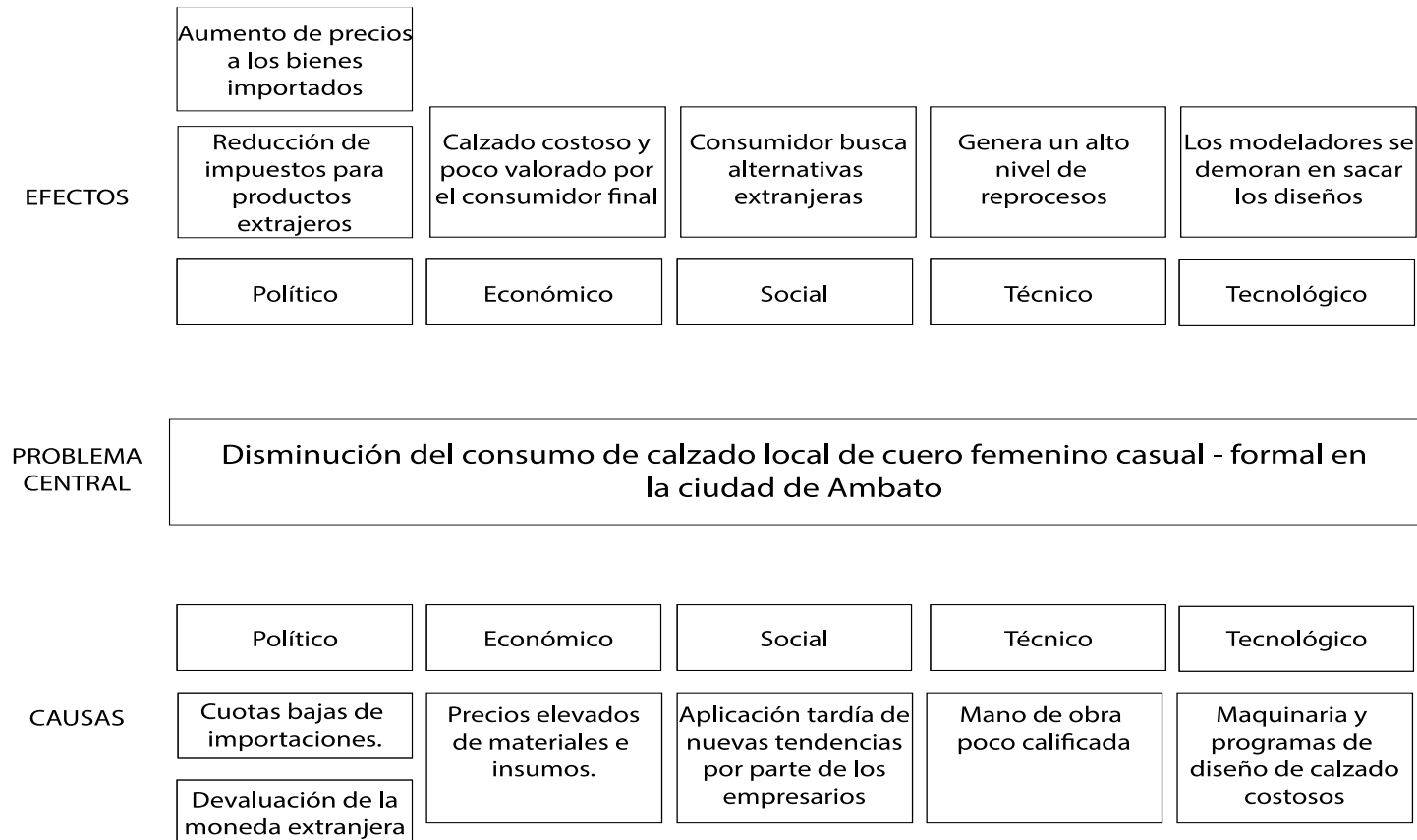
Ambato, abarca el 84% de la producción nacional de calzado siendo que, el 70% del producto que se encuentra en la ciudad y se distribuye para llenar los escaparates de los locales o almacenes más importantes de otros lugares como Quito, Guayaquil, Cuenca, que son las ciudades más grandes del país. (Robayo , Valverde, y Castro, 2020)

Existen varias políticas arancelarias que han ido cambiando con el tiempo y estas han permitido que el producto nacional, sobre todo ambateño, se convierta en una fuerte competencia para el resto del mundo. Antes, un zapato chino no tenía la posibilidad de competir frente a uno nacional, esto debido a que un producto chino costaba \$2 dólares en referencia a uno nacional que oscila el precio entre \$12 y \$13 dólares y el primero con mala calidad a comparación del segundo. (Robayo , Valverde, y Castro, 2020)

La producción local, incluyendo la fabricación de calzado, ha sido duramente afectada por la pandemia. De acuerdo con los fabricantes y vendedores de calzado en Ambato, la situación actual es sumamente crítica. Aunque las actividades comerciales y la reactivación económica van aumentando, este sector en particular no ha experimentado la misma recuperación. (Robayo , Valverde, y Castro, 2020)

1.2.2 Árbol de problemas.

Figura 1 Árbol de problemas



Nota: Árbol de problemas, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.2.3 Análisis Crítico

El consumo de calzado femenino casual - formal en cuero, ha sido objeto de estudio e interés tanto para la industria de la moda como para los investigadores en diversos campos. Sin embargo, la aparición de la pandemia del COVID - 19 ha generado cambios significativos en cuanto a la disminución del consumo de calzado, por tal razón se observa una notable preferencia por parte del usuario en cuestión. Para comprender estas variaciones y plantear soluciones asertivas para aumentar las ventas en este sector, es necesario empezar esta investigación del consumo de calzado femenino casual - formal en cuero desde un enfoque de paradigma crítico propositivo, Esto debido a que este nivel, se centra en identificar y cuestionar las desigualdades estructurales y las relaciones de poder, al tiempo que busca soluciones innovadoras para mejorar la realidad actual.

Por esta razón, el contexto de la investigación, tiene como visión abordar las diferencias y desafíos que surgieron antes, durante y después de la pandemia para identificar cuáles fueron las razones principales que afectaron directamente a las fábricas y talleres para que presenten una disminución notable en el consumo de calzado femenino casual - formal, a partir de esta premisa se logra generar propuestas creativas y modernas que contribuyan a la fabricación de colecciones de calzado en el futuro y que contengan las novedosas demandas de los consumidores post pandémicos, de esta manera se aumenta el consumo del calzado dando paso a que se exista el desarrollo de nuevas industrias y por ende se generen numerosas plazas de empleo. Se debe reconocer, que el consumo de calzado no es simplemente una elección individual, sino que, además se encuentra influenciado directamente por factores tanto sociales como económicos y sin dejar a un lado, los principios culturales.

Antes de la pandemia, el consumo de calzado femenino casual - formal estaba influenciado por una serie de factores, como las tendencias de la moda, las expectativas sociales y las presiones comerciales. Sin embargo, la pandemia desencadenó una variedad de cambios significativos en los comportamientos y las preferencias de los consumidores finales. Muchas mujeres experimentaron una transición hacia un estilo de vida más informal y cómodo debido al trabajo remoto y las restricciones de movilidad

que fueron dictaminadas por el GOE nacional para evitar el contagio masivo de la población por COVID - 19. Esto se tradujo en una disminución extraordinaria en el consumo de calzado formal, de igual forma se produjo un notable aumento en las preferencias por opciones más cómodas y confortables para el pie del usuario en cuestión. El uso de tacones altos, botas y botines, fueron sustituidos rápidamente por deportivos, sandalias planas, flats y otros tipos de calzado que no solo ofrecen bienestar, sino que, a su vez son un prototipo de calzado versátil y que tiene fácil adaptabilidad a cualquier entorno en el que se encuentre. Por lo tanto, es fundamental comprender cómo se produjo esta transformación y cómo afectó al consumo de calzado femenino casual-formal.

Este cambio en las preferencias de consumo de calzado femenino casual-formal post pandemia refleja una transformación más profunda en la mentalidad y el estilo de vida de las mujeres. Se ha producido un deseo de agrado, practicidad y adaptabilidad a las nuevas circunstancias. Además, la pandemia ha destacado la importancia de la salud y el bienestar, lo que ha llevado a una mayor demanda de calzado que promueva el reposo y el cuidado de los pies.

1.3 Justificación.

En el presente trabajo de investigación se pretende realizar un estudio comparativo del consumo de calzado femenino antes y después de la emergencia sanitaria por el nuevo virus llamado COVID – 19 siendo que, se detectó el primer caso de coronavirus en Ecuador el 29 de febrero de 2020, para ello el 11 de marzo del mismo año se declara el estado de Emergencia Sanitaria. (Ministerio de Salud Pública, 2021). Este hecho ha dejado numerosas pérdidas irreparables tanto humanas como económicas; existe un registro en la decreción de circulante de dinero en todo el mundo con esto, en Ecuador se pudo observar y registrar un importante índice de 6,8% de desempleo en la población, en consecuencia existió un alto nivel de pobreza y de desigualdad deteniendo de esta manera el desarrollo de muchos países. (INEC, 2022)

Para la industria del calzado, la pandemia provocó que en el año 2020 según datos revelados por La Cámara Nacional del Calzado (CALTU), en Tungurahua exista

una reducción del 80% de la producción de calzado en relación al 2019, permitiendo que el consumo del mismo tenga una considerable disminución del 90% en todos sus puntos de venta. (SERMA, 2020) Por esta razón, este estudio representará un interés significativo por cuanto, va encaminado a brindar un análisis de la producción y el consumo del artefacto indumentario en tiempos de pre pandemia y post pandemia de la línea de calzado de cuero casual – formal, utilizando datos relevantes de ventas que se han generado desde el 2020 hasta el 2022 que es el tiempo en el que se pudieron notar los cambios a los que tuvieron que adaptarse las distintas empresas de calzado ambateñas para evitar que las mismas cierren sus puertas ya sea temporal o definitivamente. Asimismo, se pretende observar las distintas características de diseño a nivel simbólico, técnico, práctico y comunicativo para comparar entre empresas las líneas de calzado que sobresalen entre los usuarios.

La presente investigación beneficiará a las diferentes empresas y talleres que se dedican a la confección de calzado en cuero femenino casual – formal en la ciudad de Ambato, en tanto, los datos recabados permitirán tener una visión amplia de los requerimientos del usuario y de los tipos de calzado de moda que se está consumiendo. Además, este análisis favorecerá a los diseñadores de calzado, estudiantes de diseño de indumentaria, modas y todas aquellas personas que se encuentren inmersas en la producción de calzado debido a que se tomarán en cuenta las estrategias de comercialización que desarrollan las empresas ya establecidas y que tienen un gran aporte para que se pueda mantener su producto dentro del mercado.

Siendo que, este proyecto es factible de realizarlo ya que se cuenta con los recursos necesarios y la facilidad para obtener la información que se verá reflejada en un análisis comparativo del consumo de calzado en cuero casual - formal. Mediante este estudio, se podrá determinar los tipos de modelos que cuentan con las características que cumplen con los requerimientos y necesidades del consumidor final.

1.4 Objetivos.

1.4.1 Objetivo general

- Analizar el consumo de calzado femenino casual – formal prepandemia y postpandemia en la ciudad de Ambato a través de un estudio de campo para la determinación de la viabilidad del producto.

1.4.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el desarrollo del consumo del calzado para la caracterización en los periodos de pre pandemia, pandemia y post pandemia a través de un análisis bibliográfico.
- Diagnosticar las empresas de calzado femenino casual – formal en cuero que han continuado operando en la pre pandemia, pandemia y post pandemia para el relevamiento de información a través de un estudio de campo.
- Examinar los principales tipos de calzado femenino casual – formal y sus características para la identificación de los modelos de mayor demanda antes, durante y después de la pandemia mediante un estudio comparativo.

1.5 Antecedentes de la investigación (Estado del Arte)

En el siguiente apartado se muestran diversos estudios elaborados a nivel nacional e internación, los cuales siguen la misma línea de investigación y brinda rasgos generales del enfoque metodológico resultados alcanzados y conclusiones obtenidas, esto con el propósito de crear bases sólidas para el desarrollo de la investigación.

El estudio elaborado por Briceño et al. (2020) centra su objetivo en investigar el uso del consumo digital en las pequeñas y medianas empresas dedicadas al sector calzado durante el año 2020. Los autores utilizan una muestra de 75 empresas y posteriormente se recolectan datos mediante cuestionarios electrónicos, obteniendo

como principales resultados un coeficiente de correlación del 0.635 se determinó que existe una correlación positiva moderada entre las variables de estudio consumo digital y competitividad empresarial, por tal razón el autor concluye que el nivel de consumo y competitividad empresarial se encuentran fuertemente relacionados ya que los usuarios prefieren realizar compras desde la comodidad de sus casas y no salir a buscar en tiendas físicas lo mismo que van a encontrar por medios digitales y directamente a la puerta de sus hogares.

Un estudio destacado sobre el cambio de hábitos de consumo provocado por la pandemia COVID-19 es el realizado por Martínez et al. (2021). Este estudio adopta un enfoque cuantitativo y utiliza un diseño no experimental y transversal con un alcance descriptivo. La muestra del estudio incluye a 329 personas mayores de 20 años, y se empleó un cuestionario electrónico como instrumento de recolección de datos. Los resultados principales del estudio revelan que, antes de la pandemia, los participantes solían realizar compras en línea con un promedio de entre \$500 y \$1000 dólares. Sin embargo, durante la pandemia, se observó un aumento significativo en el promedio de gasto, alcanzando más de \$1500 dólares. Además, se identificó un cambio en los hábitos de compra, con una preferencia por realizar compras en horas nocturnas, incluyendo la madrugada. Este cambio en los hábitos de compra fue observado tanto en hombres como en mujeres.

En un estudio realizado por Matute (2021) en Ecuador, se investigó el impacto económico de la pandemia por COVID-19 en las comercializadoras y productoras de calzado en el cantón Gualaceo. Utilizando un enfoque cualitativo y entrevistas semiestructuradas, se encontró que la emergencia sanitaria afectó significativamente la actividad empresarial en el sector. El confinamiento de la población condujo a la interrupción de actividades, escasez de materias primas, dificultades en la producción y comercialización, cierre de negocios y recorte de personal. Este estudio ofrece información valiosa sobre las repercusiones económicas como el impacto que presenta toda la cadena de elaboración, venta de productos y servicios, que involucran directamente a los fabricantes de calzado en Gualaceo debido a la pandemia. (Matute, 2021)

La publicación de Berrios (2020) se enfoca en las propuestas políticas que pueden ayudar a las pequeñas empresas a superar el COVID 19, el texto resalta la importancia de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y sus empleados en la economía y sociedad, y cómo están siendo afectados por la crisis de la COVID-19. Se enfatiza la necesidad de controlar la pandemia, mantener los ingresos de los trabajadores y evitar la quiebra de empresas a largo plazo. Se menciona que se están implementando medidas, pero se insta a la adopción de programas más ambiciosos y asistencia internacional para los países en desarrollo. El análisis crítico muestra que el texto plantea correctamente la importancia de abordar las cuestiones prioritarias, como controlar la propagación del virus y brindar atención a las personas contagiadas. También destaca la necesidad de que las medidas sean coherentes, complementarias y respaldadas por una supervisión rigurosa. Además, se sugiere aprovechar al máximo los recursos disponibles. (Berrios, 2020)

La investigación realizada en Argentina, Pontoni (2021) se enfocó en dar a conocer la situación que enfrentaron las industrias del calzado y la metalmecánica en La Matanza, Buenos Aires; durante el período de aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO). Para lograr este objetivo, se empleó un enfoque metodológico de corte cualitativo, utilizando fuentes de información primaria y secundaria con el propósito de capturar las experiencias de los actores involucrados en la dinámica sectorial. Durante el aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) en los sectores del Calzado y la Metalmecánica, se identificó que los actores sectoriales tenían un bajo o nulo conocimiento de las iniciativas locales para hacer frente a la crisis generada por la pandemia. Este desconocimiento se observó incluso en segmentos más formales de estas industrias, como algunas fábricas metalmecánicas o la producción de calzado de seguridad industrial. A pesar de esta falta de conocimiento, se encontró que gran parte de estos sectores lograron acceder al Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP), implementado por el gobierno nacional. (Pontoni, 2021)

Otros estudios similares se dedicaron a investigar el impacto en la producción de calzado en diversas regiones del Perú, el estudio elaborado por Sandoval (2021), la publicación presenta que la metodología utilizada es de tipo explicativo con un diseño no experimental longitudinal retrospectivo dando como principal objetivo que no hay un

impacto significativo en la producción de zapatos por cada aumento en la cantidad de infectados por el virus. Es decir, los autores concluyen que no existe una relación entre el Covid-19 y la producción de calzado en el periodo mencionado. (Sandoval , 2021)

Según Pillajo Iza María Gabriela (2019), en su proyecto integrador: "Diseño de calzado femenino con la aplicación de repujado en cuero" busca determinar, en su mayoría, los requerimientos que tiene el consumidor, de esta manera se pueden identificar algunas técnicas, materiales e intervenciones artesanales sobre cuero que permitan presentar una propuesta de calzado femenino diferente al "tradicional". Siendo que, se basa en un sistema de producción artesanal, manteniendo un orden específico y determinado que aporta a la calidad final del calzado, abriendo las puertas a nuevas técnicas de aplicación sobre el cuero para mantener un enfoque distinto en la producción de este accesorio y creando en el usuario fidelización al material, que en este caso es el cuero. (Pillajo, 2019)

Gustavo Vásquez (2008), en su ensayo titulado "Las ventas en el marco gerencial latinoamericano", examina los elementos fundamentales del proceso de ventas, su distinción con el consumo de calzado por medio de plataformas en línea y los aspectos significativos de los canales de venta. El autor concluye resaltando "la relevancia de las ventas como una herramienta para alcanzar los objetivos de la gestión de ventas, junto con las estrategias exitosas de ventas implementadas en países de América Latina". (Vásquez, 2008)

En el año 2009, Gustavo Vásquez publicó un nuevo trabajo de investigación titulado "Los canales de distribución y su valor para el consumidor". En este estudio se analiza la importancia de la dinámica empresarial y comercial como un factor crucial para ingresar a nuevos mercados, mantenerse en los existentes, lograr una penetración efectiva en ellos y establecer una base sólida para alcanzar una posición adecuada. Además, se destaca que el objetivo primordial de los canales de distribución es satisfacer las necesidades relacionadas con el consumo. Destaca la importancia de comprender la evolución de la producción y las estrategias de distribución a lo largo del tiempo. Examina el período en el que predominaba la orientación institucional y de ventas, así como el surgimiento del enfoque de marketing y la posterior llegada de la era

del marketing relacional o de relaciones. Además, analiza las diferentes perspectivas relacionadas con los tipos de canales, la rentabilidad y la capacidad. (Vásquez, 2009)

Lopez y Gomez (2021), en su trabajo de investigación hablan de las transformaciones recurrentes, como la crisis sanitaria de 2020, demandan un análisis de las adaptaciones en el comportamiento humano. En este estudio se ha desarrollado un instrumento para examinar la variación en el consumo de bienes y servicios, así como la predisposición al comportamiento altruista. Se utilizaron variables de control para caracterizar a los participantes, mientras que las preguntas de la encuesta se diseñaron con el objetivo de obtener una visión integral de los cambios experimentados en el comportamiento del consumidor desde el inicio de la pandemia. Se encontró que un 24.6% de las familias lograron mantener sus ingresos y un 4.3% experimentaron un incremento durante el período de confinamiento. Los resultados indicaron cambios en los hábitos de consumo y un aumento en el uso de aplicaciones móviles para realizar compras, aunque no se observó una alteración significativa en el panorama comercial. El instrumento utilizado fue validado exitosamente y está disponible para su uso por parte de otros investigadores interesados. (Lopez y Gomez , 2021)

1.6 Fundamentación (Legal)

1.6.1 Legal (ley artesanal)

Constitución de la república del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador reconoce y garantiza los derechos culturales y laborales de los artesanos en varios artículos. En el siguiente apartado se presenta diversos artículos:

Artículo 22 - Derecho a la identidad cultural y al desarrollo artesanal:

Reconoce el derecho de las personas y comunidades a mantener, desarrollar y promover su identidad cultural, incluyendo las expresiones artesanales.

Garantiza el derecho de los artesanos a ejercer su actividad de manera digna, promoviendo su desarrollo y el acceso a oportunidades de comercialización.

Artículo 23 - Derecho a la propiedad intelectual y colectiva:

Reconoce el derecho de los creadores, artistas y artesanos a la protección de su propiedad intelectual sobre sus obras y creaciones artísticas y artesanales.

Promueve la protección de los conocimientos y saberes colectivos de las comunidades, en particular de los artesanos, y su participación en los beneficios derivados de su uso.

Artículo 26 - Derecho al trabajo digno:

Reconoce el derecho de todas las personas al trabajo digno y productivo, incluyendo a los artesanos.

Garantiza la protección de los derechos laborales de los artesanos, como la seguridad social, la remuneración justa y las condiciones de trabajo adecuadas.

Artículo 57 - Derecho a la cultura:

Reconoce el derecho de todas las personas a participar en la vida cultural, incluyendo la práctica y promoción de las artes y las expresiones artesanales.

Establece la obligación del Estado de promover y fomentar la creatividad, la diversidad cultural y el desarrollo de las expresiones artísticas y artesanales.

Artículo 333 - Economía popular y solidaria:

Reconoce y promueve la economía popular y solidaria, en la cual se incluye la actividad artesanal.

Establece los principios de solidaridad, equidad, cooperación, reciprocidad y responsabilidad social en el desarrollo de la economía popular y solidaria, buscando el bienestar de los artesanos y su participación activa en la economía nacional.

Este apartado de la Constitución de la República del Ecuador refleja el reconocimiento y protección de los derechos culturales y laborales de los artesanos. Estos artículos buscan promover el desarrollo y la valorización de la actividad artesanal, así como la protección de los derechos de los artesanos en el ámbito laboral y cultural. Es importante tener en cuenta que estos derechos deben ser garantizados y aplicados por el Estado, en colaboración con las comunidades y organizaciones de artesanos, para asegurar el respeto y el desarrollo sostenible de la actividad artesanal en Ecuador. (Organización de los Estados Americanos, 2011)

1.6.2 Ley de Economía popular y solidaria

La Ley de Economía Popular y Solidaria en Ecuador reconoce y regula la economía popular y solidaria, incluyendo las actividades de los artesanos. A continuación, se presenta un apartado detallado sobre la Ley de Economía Popular y Solidaria y su relación con los artesanos:

Artículo 1 - Objeto y ámbito de aplicación:

Establece que la ley tiene por objeto regular y promover la economía popular y solidaria en todas sus formas, incluyendo la actividad artesanal.

Se aplica a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas en el sector popular y solidario. (Organización de los Estados Americanos, 2011)

Artículo 4 - Principios de la economía popular y solidaria:

Enumera los principios que rigen la economía popular y solidaria, como la solidaridad, la cooperación, la equidad, la reciprocidad, la justicia, la sostenibilidad, la inclusión, entre otros.

Estos principios son fundamentales para el desarrollo de la actividad artesanal y promueven relaciones económicas más justas y equitativas. (Organización de los Estados Americanos, 2011)

Artículo 5 - Participación y protagonismo de los actores de la economía popular y solidaria:

Reconoce el derecho de las personas y comunidades a participar de forma activa y protagónica en la economía popular y solidaria, incluyendo los artesanos.

Promueve la participación democrática, la toma de decisiones colectivas y la organización de los actores de la economía popular y solidaria, en este caso, los artesanos. (Organización de los Estados Americanos, 2011)

Artículo 14 - Fomento y promoción de la economía popular y solidaria:

Establece que el Estado, a través de políticas públicas, tiene la responsabilidad de fomentar y promover la economía popular y solidaria, incluyendo la actividad artesanal.

Proporciona herramientas de apoyo, capacitación, financiamiento y acceso a mercados para fortalecer la economía popular y solidaria, beneficiando a los artesanos. (Organización de los Estados Americanos, 2011)

Ley de propiedad intelectual en Ecuador

Brinda protección legal a los fabricantes de calzado artesanal en términos de sus derechos de propiedad intelectual sobre sus diseños originales y marcas registradas. (Gobierno electrónico de Ecuador, 2014)

Protección de los diseños originales:

La Ley de Propiedad Intelectual reconoce los derechos de autor sobre los diseños originales de los fabricantes de calzado artesanal. Estos diseños están protegidos como obras de autoría y se consideran creaciones intelectuales únicas. Los fabricantes tienen el derecho exclusivo de reproducción, distribución, exhibición y comercialización de sus diseños originales. (Gobierno electrónico de Ecuador, 2014)

Registro de marcas:

La ley permite a los fabricantes de calzado artesanal registrar sus marcas comerciales para proteger sus identidades y distinguirse en el mercado. El registro de marca brinda exclusividad en el uso de la marca y evita la apropiación indebida por parte de terceros. Los fabricantes pueden registrar marcas como logotipos, nombres o cualquier otro distintivo que los identifique en la fabricación y comercialización de su calzado artesanal. (SICE, 2022)

Acciones legales y sanciones:

La Ley de Propiedad Intelectual establece mecanismos legales para proteger los derechos de los fabricantes de calzado artesanal. En caso de infracción de sus derechos, los fabricantes pueden tomar acciones legales, como demandas por violación de derechos de autor o marcas registradas. Las sanciones pueden incluir indemnizaciones económicas, decomiso de productos infractores y otras medidas legales para prevenir y castigar la violación de los derechos de propiedad intelectual. (Gobierno electrónico de Ecuador, 2014)

Cooperación internacional:

La Ley de Propiedad Intelectual también establece disposiciones para la cooperación internacional en la protección de los derechos de propiedad intelectual de los fabricantes de calzado artesanal. Ecuador es parte de tratados y acuerdos internacionales que buscan garantizar la protección de los derechos de propiedad

intelectual a nivel global. Esto permite a los fabricantes de calzado artesanal obtener protección no solo en el ámbito nacional, sino también en otros países. (Gobierno electrónico de Ecuador, 2014)

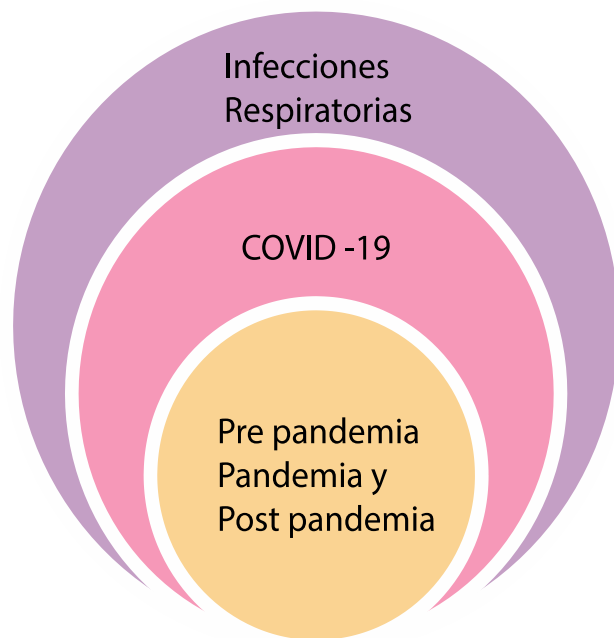
Duración de la protección:

La duración de la protección de los derechos de propiedad intelectual varía según el tipo de derecho. En el caso de los derechos de autor sobre los diseños originales, la protección generalmente dura toda la vida del autor y continúa durante cierto período después de su fallecimiento. En el caso de las marcas registradas, la protección puede renovarse periódicamente para mantener la exclusividad en su uso. (SICE,2022)

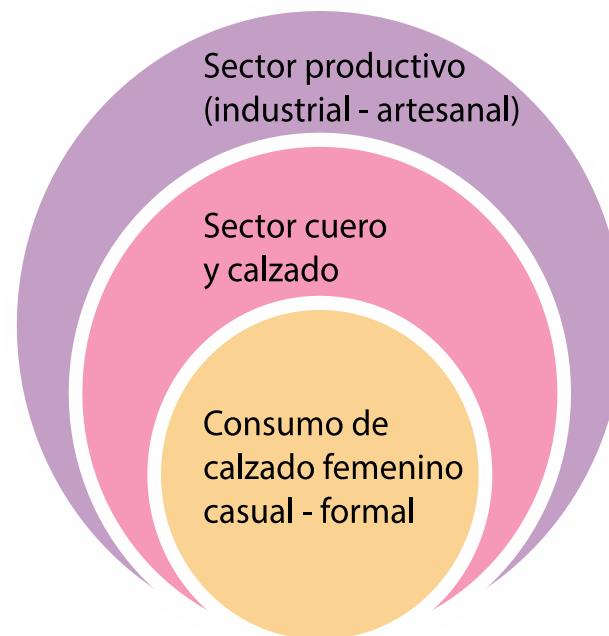
1.7 Categorías fundamentales.

1.7.1 Redes conceptuales.

Figura 2 Redes conceptuales



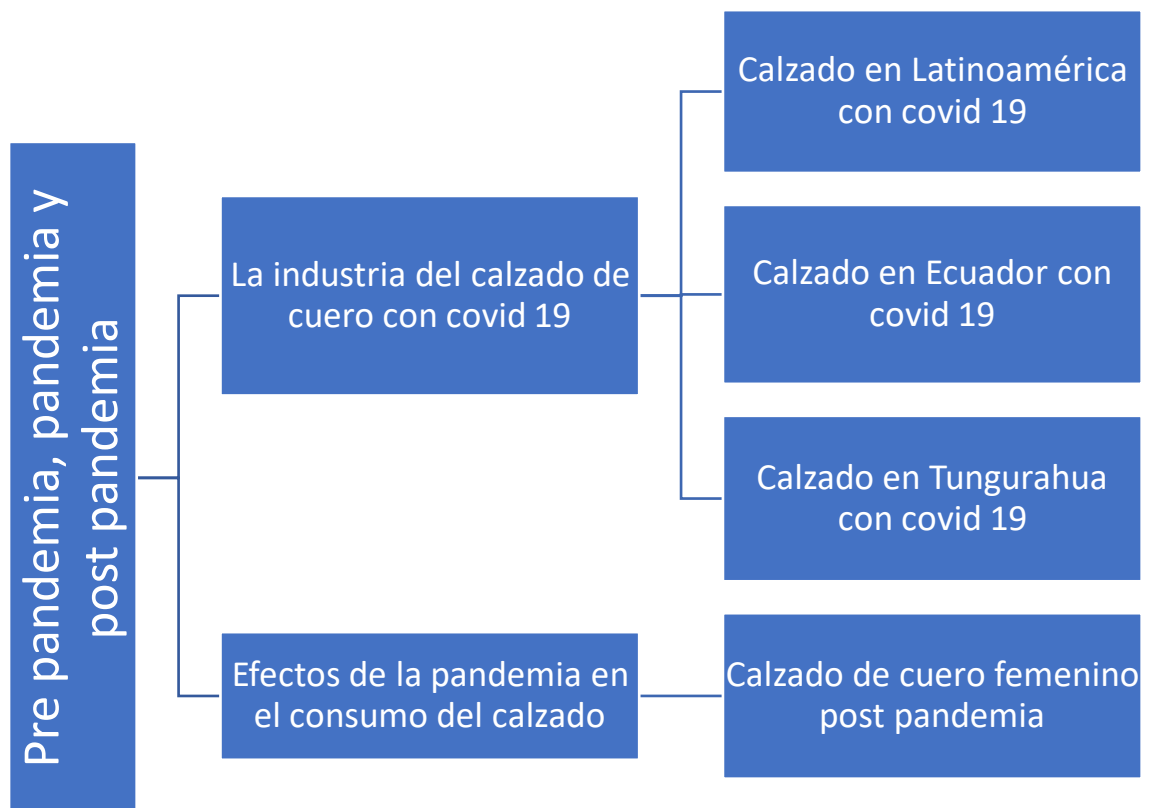
Nota: Variable independiente, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]



Nota: Variable dependiente, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

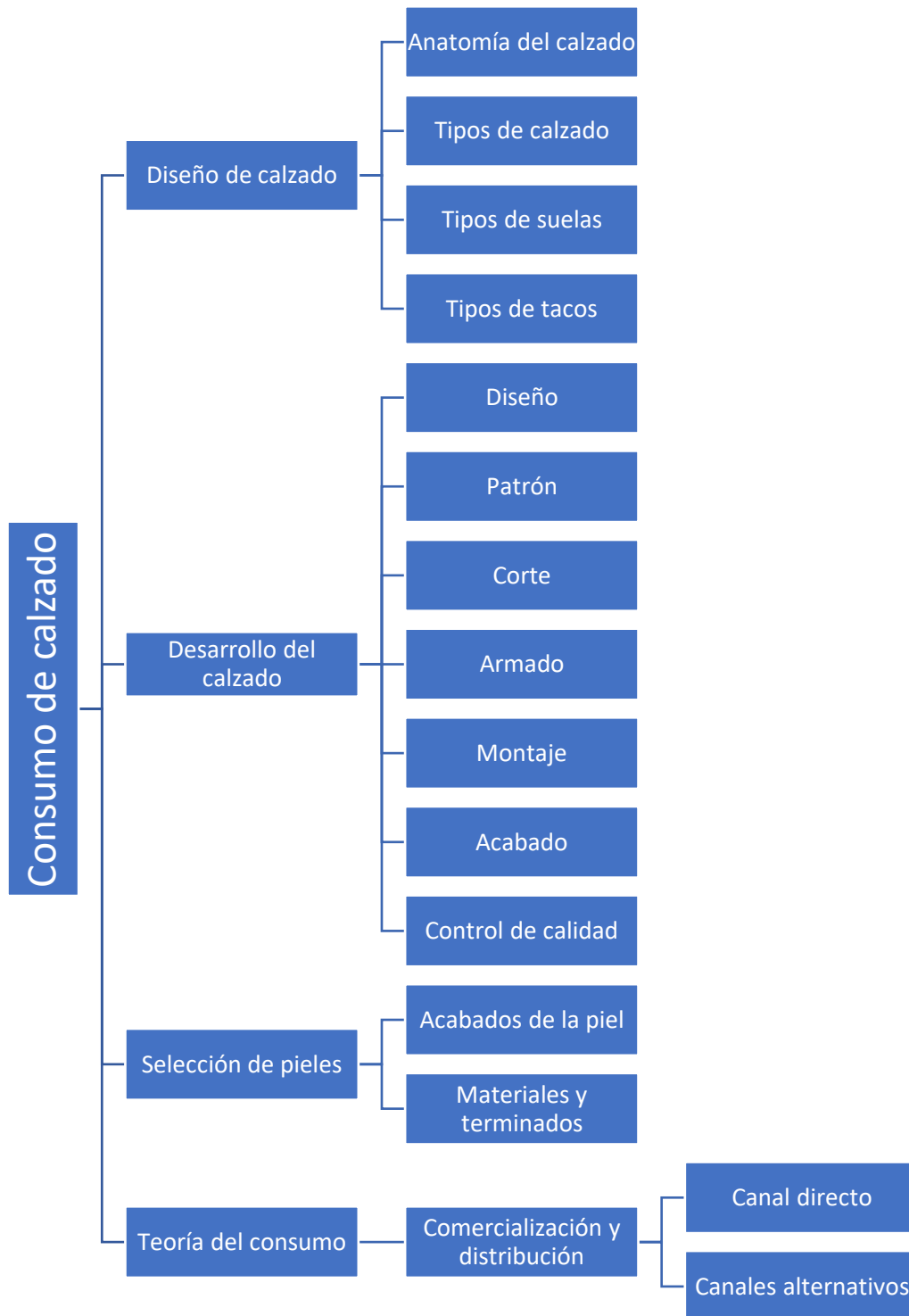
1.7.2 Constelación de ideas.

Figura 3 Variable independiente



Nota: Variable independiente, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

Figura 4 Variable dependiente



Nota: Variable dependiente, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.8 Bases Teóricas.

1.8.1 Pre pandemia, pandemia y post pandemia por Covid - 19 – Variable independiente

1.8.1.1 Infecciones respiratorias

Los virus son los principales agentes infecciosos que son capaces de causar enfermedades respiratorias. Los virus tienen la capacidad de funcionar como patógenos primarios en las vías respiratorias, se replican exclusivamente en las células ciliadas y pueden llegar a invadir todo el tracto respiratorio. Existen varios tipos de enfermedades clínicas asociadas a infecciones respiratorias, las cuales pueden variar en su gravedad, desde síntomas leves como un resfriado común, hasta enfermedades más peligrosas que afectan las vías respiratorias inferiores, como la bronquiolitis y la neumonía, que en algunos casos requieren el uso de ventilación mecánica para el paciente. (Nereida, 2009)

El virus Sincicial Respiratorio (VSR), Parainfluenza, Adenovirus, Rinovirus, Enterovirus, Coronavirus, Metapneumovirus, Bocavirus y Mimivirus son los virus más frecuentes implicados en estas enfermedades clínicas. Sin embargo, cualquier virus tiene la capacidad de afectar distintas partes del sistema respiratorio, aunque algunos presentan una mayor asociación con ciertos síndromes clínicos específicos (López et al., 2021).

En la era actual a nivel global, las enfermedades respiratorias representan un desafío para la salud pública, por lo tanto, resulta crucial tener en cuenta los procesos de desarrollo de enfermedades, comprender el agente causante y los avances alcanzados en el diagnóstico de dichas enfermedades. De esta manera, se podrá seguir fortaleciendo los esfuerzos que se han llevado a cabo para reducir la incidencia de estas infecciones. (Nereida, 2009)

1.8.1.2 Covid 19

El COVID-19, también conocido como la enfermedad causada por el coronavirus SARS-CoV-2, es una enfermedad infecciosa que ha sido clasificada como una pandemia global por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020 debido a su rápida propagación en todo el mundo (Rodríguez et al., 2021).

La principal forma de transmisión del virus es de persona a persona a través de pequeñas partículas líquidas que son expulsadas al toser, estornudar, hablar o respirar por una persona infectada. Estas partículas pueden ser inhaladas por personas cercanas o caer sobre superficies que luego son tocadas por otros individuos, permitiendo la entrada del virus al organismo si se tocan la boca, nariz u ojos sin haber realizado una adecuada higiene de manos (Unctad, 2021).

Los síntomas más frecuentes del COVID-19 incluyen fiebre, tos seca, fatiga y dificultad respiratoria. Sin embargo, también se han reportado otros síntomas como dolores musculares, dolor de garganta, pérdida del sentido del gusto u olfato, congestión nasal, dolor de cabeza y diarrea. Algunas personas pueden no presentar síntomas o experimentar síntomas leves, mientras que otras pueden desarrollar formas graves de la enfermedad e incluso llegar a fallecer, especialmente aquellas de edad avanzada o con enfermedades crónicas preexistentes. (Organización Mundial de la Salud, 2023)

La prevención del COVID-19 se basa en medidas como el lavado frecuente de manos con agua y jabón, el uso de mascarillas en situaciones donde no sea posible mantener una distancia física adecuada, el distanciamiento social de al menos un metro, evitar tocarse la cara y seguir las recomendaciones y pautas locales y nacionales de salud (Benavides et al., 2021).

1.8.1.3 La industria del calzado de cuero con covid 19

El COVID-19 ha tenido un impacto notable en las industrias de calzado de cuero a nivel mundial. Las restricciones impuestas para contener la propagación del virus, como los cierres de tiendas, las medidas de distanciamiento social y los confinamientos,

han llevado a una disminución en la demanda y ventas de calzado de cuero. (Organización Internacional del Trabajo, 2020)

Uno de los principales desafíos a los que se han enfrentado las industrias de calzado de cuero es la interrupción de la cadena de suministro. Las restricciones en los viajes internacionales y las limitaciones en el transporte de mercancías han dificultado la obtención de materias primas y componentes necesarios para la fabricación de calzado de cuero. Además, las medidas de cuarentena y el cierre temporal de fábricas han llevado a retrasos en la producción y a una disminución en la capacidad de respuesta de las empresas. (Comisión económica para América Latina y el Caribe, 2020)

Además, la disminución en el poder adquisitivo de los consumidores debido a la incertidumbre económica ha llevado a una reducción en la demanda de calzado de cuero. Con menos personas comprando productos no esenciales y priorizando necesidades básicas, las ventas y los ingresos de las industrias de calzado de cuero han disminuido considerablemente (Domínguez, 2020).

Las tiendas físicas también se han visto afectadas por el cambio en los patrones de consumo. Con un aumento en las compras en línea y la preferencia por el comercio electrónico, muchas tiendas de calzado de cuero han tenido dificultades para mantener su presencia en el mercado y adaptarse a las nuevas formas de venta al por menor. (Zablan, 2021)

Sin embargo, algunas empresas han logrado adaptarse a la situación y han encontrado oportunidades en medio de la crisis. Aquellas que han invertido en el desarrollo de canales de venta en línea y han enfocado sus esfuerzos en la producción de calzado de cuero más casual y cómodo para el uso en el hogar han tenido mejores resultados (Campaña, 2021).

1.8.1.3.1 Calzado femenino en Latinoamérica con covid 19

Latinoamérica tiene una rica tradición en la producción de calzado de cuero, y varios países de la región se destacan por su expertise en este campo. El calzado de cuero latinoamericano ha sido reconocido internacionalmente por su calidad, diseño y artesanía única. La industria del calzado de cuero en Latinoamérica ha experimentado tanto desafíos como oportunidades. Por un lado, ha enfrentado la competencia de productos fabricados a menor costo en otros países. Esto ha llevado a la necesidad de mejorar la eficiencia y la competitividad, así como buscar la diferenciación a través de la calidad y el diseño. (Mordor Intelligence, 2023)

Por otro lado, el calzado de cuero latinoamericano ha sabido capitalizar su herencia cultural y artesanal para crear productos únicos y de alta calidad. Muchas empresas han invertido en tecnología y en la formación de artesanos para preservar y transmitir las técnicas tradicionales de fabricación de calzado de cuero. Además, la demanda de calzado de cuero en la región ha sido impulsada por el crecimiento de la clase media y el aumento del poder adquisitivo de la población. Los consumidores latinoamericanos valoran la calidad, la durabilidad y la comodidad del calzado de cuero, lo que ha impulsado la demanda interna y la exportación a otros mercados (Benavides et al., 2021).

1.8.1.3.2 Calzado femenino en Ecuador con covid 19

El sector del calzado de cuero en Ecuador ha enfrentado obstáculos importantes en el período posterior a la pandemia de COVID-19. La crisis sanitaria ha tenido consecuencias negativas en la industria, generando impactos en la producción, la demanda y las ventas. Durante la emergencia sanitaria, numerosas fábricas y talleres dedicados al calzado debieron detener sus operaciones temporalmente debido a las medidas de confinamiento y las restricciones impuestas para frenar la propagación del virus. Esto ha ocasionado interrupciones en la cadena de suministro y dificultades para cumplir con los pedidos y entregas (Cantos et al., 2022).

Las tiendas minoristas especializadas en calzado han experimentado los efectos de los cierres y las limitaciones de capacidad. La disminución en la afluencia de clientes y el cambio hacia las ventas en línea han resultado en una reducción notable de las

ventas y los ingresos para muchos comerciantes del sector en Ecuador. Ahora que la situación comienza a estabilizarse y se flexibilizan las restricciones, el sector del calzado de cuero está buscando recuperarse y adaptarse a la nueva situación. Las empresas están implementando medidas de seguridad e higiene en sus instalaciones y tiendas para garantizar la protección tanto de los trabajadores como de los clientes. (Ormeño et al., 2021).

Se están explorando nuevas oportunidades de negocio, tales como el impulso de las ventas en línea y la diversificación de la oferta de productos para satisfacer las cambiantes preferencias y necesidades de los consumidores. El calzado de cuero en Ecuador goza de reconocimiento por su calidad y artesanía, lo cual representa una ventaja competitiva tanto a nivel nacional como internacional. A medida que la demanda comienza a recuperarse, se espera que el sector se fortalezca y encuentre nuevas vías de crecimiento (Ormeño et al., 2021).

A pesar de los desafíos que ha presentado la pandemia, el sector del calzado de cuero en Ecuador se encuentra trabajando arduamente para adaptarse a la nueva realidad; con medidas de seguridad, énfasis en las ventas en línea y una mayor diversificación de productos, se espera una recuperación gradual y la continuación de la importancia del sector en la economía del país (Ormeño et al., 2021).

1.8.1.3.3 Calzado femenino en Tungurahua con covid 19

Tungurahua, una provincia ecuatoriana, se destaca por su próspera industria de fabricación de calzado de cuero. Esta región es reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad y el trabajo artesanal de sus productos de calzado. En Tungurahua, hay numerosas empresas que se dedican a la producción de calzado de cuero, aprovechando los recursos naturales y la habilidad de su mano de obra. Los artesanos y trabajadores del calzado en esta zona han perfeccionado sus habilidades a lo largo de varias generaciones, transmitiendo técnicas tradicionales que garantizan la excelencia en cada par de zapatos fabricados (Rodríguez et al., 2021).

La industria del calzado de cuero en Tungurahua ha sabido adaptarse a los cambios y desafíos del mercado. Las empresas se han enfocado en la innovación, introduciendo diseños modernos y combinando estilos clásicos con tendencias contemporáneas. Además, se han realizado inversiones en tecnología y maquinaria para mejorar la eficiencia y productividad (Campaña, 2021).

La calidad del cuero utilizado en la fabricación de calzado en Tungurahua también es sobresaliente. Los productores locales se esmeran en utilizar cuero auténtico de alta calidad, asegurando la durabilidad y comodidad de los zapatos. Esto ha contribuido a que el calzado de cuero de Tungurahua sea reconocido por su resistencia y capacidad de perdurar en el tiempo (Benavides et al., 2021).

Además, el calzado de cuero de Tungurahua goza de una sólida demanda tanto a nivel nacional como internacional. Los consumidores valoran la calidad, el diseño y la durabilidad de estos productos, lo que ha permitido a las empresas de la región expandir sus operaciones y acceder a nuevos mercados. El calzado de cuero en Tungurahua es una industria en constante crecimiento y evolución. La combinación de la artesanía tradicional, la calidad del cuero y el enfoque en la innovación han posicionado a la provincia como un importante centro de producción de calzado de cuero en Ecuador. La excelencia en la fabricación y la demanda sostenida tanto a nivel nacional como internacional garantizan un futuro prometedor para esta industria en Tungurahua (Domínguez, 2020).

1.8.2 Efectos de la pandemia en el consumo de calzado femenino

1.8.1.2.1 Calzado de cuero femenino post pandemia

El consumo de calzado de cuero femenino ha experimentado cambios significativos en el período posterior a la pandemia de COVID-19. A medida que las restricciones se relajan y la vida comienza a retomar cierta normalidad, las mujeres están volviendo a interesarse por la moda y a buscar productos de calidad que complementen su vestimenta. (Orus, 2022)

Históricamente, el calzado de cuero ha sido una elección popular entre las mujeres debido a su durabilidad, estilo y comodidad. Sin embargo, la pandemia tuvo un impacto negativo en la industria de la moda en general, incluido el sector del calzado de cuero femenino. Muchas tiendas tuvieron que cerrar temporalmente y los consumidores redujeron sus gastos no esenciales. (Naranjo y Acosta , sf)

A medida que la confianza en la seguridad sanitaria aumenta y la economía se recupera, se espera que el consumo de calzado de cuero femenino experimente un repunte. Las mujeres están ansiosas por renovar sus armarios y buscar productos de calidad que combinen estilo y confort. El calzado de cuero ofrece una amplia variedad de opciones, desde zapatos casuales hasta elegantes tacones, adaptándose a las diferentes ocasiones y preferencias de las mujeres.

Si bien no se pueden proporcionar datos estadísticos específicos, las tendencias pre-pandemia sugieren que el calzado de cuero femenino seguirá siendo un segmento importante del mercado de la moda. Las mujeres buscan productos duraderos que les brinden confianza y estilo, y el calzado de cuero cumple con estas expectativas (Cantos et al., 2022).

1.8.3 Consumo de calzado femenino – Variable dependiente

1.8.3.2 Diseño de Calzado

Desde hace algunas décadas atrás, el calzado, es considerado el accesorio más importante esto debido a que, cumple una función importante y es la de proteger y cubrir los pies al momento de que sean puestos en contacto con una superficie; de esta manera se evitará el hecho de que sean lastimados siendo esa su función básica. Sin embargo, con el pasar del tiempo, los diseñadores de moda se han encargado de posicionarlos como un artículo de lujo incorporando al calzado ciertos detalles, adorno y utilizando materiales que se encargan de generar un valor agregado que les permitan ser destacados e inigualables. (Keefe, 1997)

El calzado tiene un lugar privilegiado dentro del mundo de la moda, tanto que, los diseñadores de calzado son sumamente famosos y esto hace que hayan alcanzado estar en portadas internacionales dándole al calzado un alto protagonismo entre los productos más codiciados por los consumidores. (Choklat, 2012)

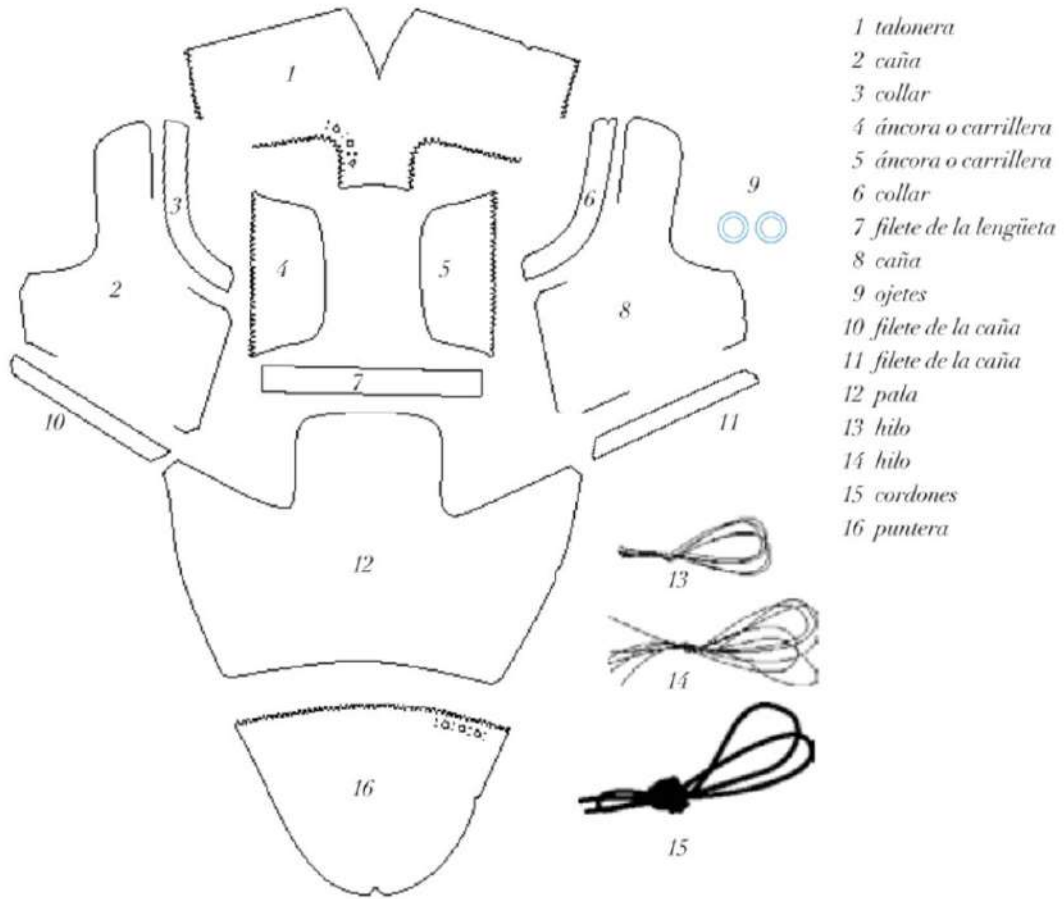
La industria del calzado ha ido creciendo gracias a la innovación que han tenido los diseñadores frente a las necesidades que presentan los consumidores; es uno de los mercados de la moda más saturado a pesar de tener una mayor complejidad en su elaboración pero, para que una fábrica se mantenga a flote debe sustentarse con un concepto innovador que permita captar la atención del usuario haciendo que los fabricantes sigan normas de adaptación inmediata, que se rijan a sobresalir del resto de empresas obligándoles a presentar un producto novedoso (Bolaños y Meneses, 2023).

1.8.3.3 Anatomía del calzado

La anatomía del calzado es la estructura interna que define su forma, sujeción y confort. Desde el diseño de la parte superior que abraza el pie, hasta la selección de materiales para la suela y la elección de los sistemas de amortiguación, cada elemento contribuye a la experiencia del usuario. Comprender la anatomía del calzado nos permite apreciar cómo los diferentes componentes se combinan para ofrecer un equilibrio perfecto entre estilo y funcionalidad. Es en este punto donde se fusionan la creatividad y la ingeniería para dar vida al calzado ideal.

Tabla 1 Anatomía del calzado

Figura 5 Anatomía del calzado



Nota. Anatomía del calzado, por Aki Choklat (2012). [Ilustración]

Nombre	Descripción
Corte	Es la parte que se ubica encima de la suela y estas piezas son cocidas entre ellas.
Forro	La capa interior del calzado que proporciona confort y absorción de la humedad.
Tope	Su función principal es preservar la forma y la elevación de la parte delantera del calzado.

Contra fuerte del talón	Previene el deslizamiento del talón y conserva la estructura de la parte posterior del zapato.
Plantilla	Superficie que se encuentra en contacto directo con el pie.
Cambrillón	Conserva la conexión entre el talón y la parte frontal del pie, adhiriéndose a la zona del talón.
Palmilla	Proporciona estructura y volumen a la parte inferior del calzado, su principal función es servir como un elemento al que se puede unir la parte superior del zapato.
Cordoneras	Los cordones o sistema de cierre utilizado para ajustar el calzado al pie.
Puntera	La parte delantera del calzado que protege los dedos de los pies.
Suela	La porción inferior del calzado que entra en contacto con el suelo.
Tacones	Elevaciones en la parte posterior del calzado que pueden proporcionar altura y estilo.

Nota. Tipos de calzado. Tomado de Aki Choklat, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.8.3.4 Materiales y terminados.

Para la fabricación del calzado es necesario tener en cuenta sus tres partes principales que son: suela, tacón y capellada. Pero, los materiales que se utilizan para el desarrollo de este producto, han ido cambiando con el tiempo, siendo el cuero componente principal para la elaboración de un producto de calidad, le sigue el sintético teniendo una menor resistencia al uso diario; también, pueden ser utilizadas las telas e incluso el plástico. (Martin, 2016)

Entre los varios tipos de materiales a utilizar, se destacan los que tienen mayor aceptación dentro del mercado, como son:

- Tela: Dentro de este punto, la tela es un material muy común en la fabricación de calzado sobre todo el denim y la lona; tienen varias combinaciones de colores y texturas que le vuelven especial y diferente al diseño final de calzado. Son elementos que al contacto con la piel mantienen su suavidad, esto permite que sean ideales para bebés y calzado que sea exclusivamente de uso doméstico. En cuanto a la limpieza, son fáciles retirar cualquier tipo de partículas de suciedad y de la misma forma, pueden ser teñidos para darles una nueva vida a los zapatos que ya estén bien desgastados. (Martin, 2016)

- Poliéster: Estos tipos de tejidos se usan en la confección de calzado deportivo, debido a que, su característica principal es ser ligero y que permita el paso del aire dentro del mismo para que el pie pueda respirar y no cause ningún tipo de complicación al momento de utilizar este tipo de calzado. (Martin, 2016)

- Cuero: Es una piel de animal que pasa por un proceso que se lo conoce como curtido y es el que se encarga de trabajar sobre el tejido cutáneo que recubre y protege al animal; las características que presenta son ideales para la confección y fabricación de cualquier tipo de accesorio, ya sean chaquetas, zapatos, bolsos entre otros. El cuero es muy resistente, pero esto va a variar según el cuidado del animal y la edad que tenga el mismo, tiene una mayor adaptabilidad a diferentes estilos en los que se requiera su uso, absorbe la humedad y esto lo hace perfecto para la confección de botas y botines, es transpirable y muy fácil de manejar. Gracias a todas sus propiedades, el cuero pasa a ser un material un poco costoso en referencia al resto, justificando sus altos costos. (T.L San Martín, 2021)


- Ante o gamuza: Con el ante se pueden realizar zapatos de gama alta, esto debido a que tiende a ser un material elegante y clásico, son frecuentes en botines, botas y mocasines, haciéndolos cómodos y suaves. Se encuentran en diferentes colores y texturas, pero los más utilizados son en tonalidades neutras ya que tienden a ser mayormente combinables con cualquier tipo de ropa y para toda ocasión. (Martin, 2016)

- Gore – tex: Es un textil que se destaca por su impermeabilidad, se lo emplea en zapatos que sean direccionados para actividades al aire libre como el escalado de montaña. (Martin, 2016)

1.8.2.4 Tipos de calzado


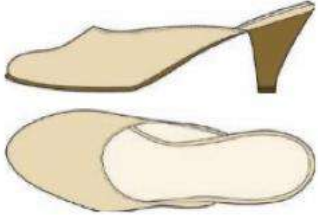



En la industria del calzado, existen numerosos tipos que se adaptan a diferentes estilos, ocasiones y actividades. Desde elegantes zapatos de vestir hasta zapatillas deportivas, cada tipo de calzado cumple una función específica y refleja el gusto y la personalidad de quienes los usan. Con una amplia gama de estilos, materiales y diseños, los tipos de calzado ofrecen opciones para todos los gustos y necesidades. Ya sea que se trate de zapatos formales para una ocasión especial, botas resistentes para aventuras al aire libre o zapatillas cómodas para el uso diario, explorar los distintos tipos de calzado es adentrarse en un mundo lleno de posibilidades para complementar cualquier atuendo o actividad.

Tabla 2 Tipos de calzado

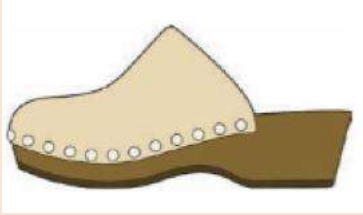
Nombre	Definición	Fotografía
<p>Oxford</p>	<p>La parte frontal del calzado, conocida como pala, se une mediante costura a las secciones laterales, llamadas cañas, del zapato. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Derby</p>	<p>La pala del zapato está cosida por debajo de las cañas. (Choklat, 2012)</p>	

<p>Monk</p>	<p>Se trata de un zapato estilo derby que presenta una tira que cruza la parte superior del calzado. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Zapatos sin cordonerías</p>	<p>Calzado sin ataduras diseñado para ser puesto y quitado de forma rápida y sencilla. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Bota Jodhpur</p>	<p>Bota de caña baja utilizada para montar a caballo, caracterizada por tener una correa alrededor del tobillo. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Mocasín</p>	<p>Este estilo de calzado antiguo se caracteriza por estirar la parte inferior del zapato para cubrir los lados del pie y luego coserla al empeine, formando así una construcción del calado distintiva. (Choklat, 2012)</p>	

<p>Botín chelsea</p>	<p>Bota de altura hasta el tobillo con inserciones elásticas en los lados para mayor comodidad y ajuste. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Desert bote</p>	<p>Tradicionalmente, se refiere a botas de gamuza sin forro que llegan hasta el tobillo, cosidas en los lados y con una suela de goma crepe. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Deportivos</p>	<p>Calzado de estilo deportivo que toma inspiración del deporte y se diseña principalmente para su rendimiento, pero también se utiliza como una opción de moda para uso diario. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Náuticos</p>	<p>Inicialmente, era un zapato estilo mocasín hecho de cuero repelente al agua, con suela antideslizante y con un cordón lateral, conocido como náuticos. (Choklat, 2012)</p>	

<p>Sandalia</p>	<p>Cualquier tipo de calzado, ya sea de altura alta o baja, que expone los dedos del pie. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Chinela</p>	<p>Zapato con la parte trasera abierta, pero que proporciona cobertura a los dedos del pie. (Choklat, 2012)</p>	
<p>D'Orsay</p>	<p>Una variante de los zapatos de salón que presenta una separación entre la parte trasera y delantera del corte. (Choklat, 2012)</p>	
<p>De punta abierta</p>	<p>Zapato que deja expuesto únicamente un dedo del pie. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Plataforma</p>	<p>Tanto la parte delantera como el tacón del zapato están elevados. (Choklat, 2012)</p>	

<p>Merceditas</p>	<p>Un zapato de estilo salón que cuenta con una única banda que atraviesa el empeine. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Talón descubierto</p>	<p>Un zapato que tiene la parte trasera abierta y se sujeta con una única tira. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Bota</p>	<p>Cualquier bota de caña alta que cubra una parte de la pierna. Para ponerse estas botas, se pueden tirar hacia arriba o se puede encajar el pie y luego subir la cremallera. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Zapato salón</p>	<p>Zapato que tiene la parte superior del borde de la caña cerrada. (Choklat, 2012)</p>	
<p>Zapato con tiras formando una T</p>	<p>Un zapato estilo salón con una tira única que se extiende desde la parte delantera y se une a otra tira formando una estructura en forma de T. (Choklat, 2012)</p>	

Zueco	Un zapato cuyo corte típicamente se une a la suela de madera mediante grapas o clavos. (Choklat, 2012)	
--------------	--	---

Nota. Tipos de calzado. Tomado de Aki Choklat, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]




1.8.2.5 Suelas

En el mundo del calzado femenino, las suelas juegan un papel fundamental en la comodidad, el estilo y el rendimiento de los zapatos. Existen diferentes tipos de suelas que se adaptan a las necesidades y preferencias de las mujeres. Desde las suelas de goma duraderas y antideslizantes, ideales para el uso diario y actividades al aire libre, hasta las suelas de cuero elegantes y sofisticadas, perfectas para ocasiones formales, cada tipo de suela ofrece características distintivas. Además, hay suelas acolchadas que proporcionan una mayor amortiguación y confort, ideales para largas caminatas o días agitados. Explorar los diferentes tipos de suelas de calzado femenino permite encontrar la combinación perfecta entre estilo y funcionalidad, brindando a las mujeres una base sólida para caminar con confianza y comodidad en cualquier situación. (Martín, 2016)

Tabla 3 Tipos de suela

Tipo de suela	Descripción	Fotografía
Suela de cuero	Suela hecha de cuero natural, duradero y flexible. (Martín, 2016)	

<p>Suela de goma</p>	<p>Suela de caucho resistente, proporciona buen agarre. (Martin, 2016)</p>	
<p>Suela de EVA</p>	<p>Suela de espuma de etileno – vinil – acetato, liviana y acolchada. (Martin, 2016)</p>	
<p>Suela de crepé</p>	<p>Suela de goma natural con una textura crujiente. (Martin, 2016)</p>	
<p>Suela de PU</p>	<p>Suela de poliuretano, duradera y resistente al desgaste. (Martin, 2016)</p>	

<p>Suela de TPU</p>	<p>Suela de poliuretano termoplástico, combina durabilidad y flexibilidad. (Martin, 2016)</p>	
<p>Suela de TR</p>	<p>Suela de caucho termoplástico, ofrece buen agarre y durabilidad. (Martin, 2016)</p>	
<p>Suela de corcho</p>	<p>Suela hecha de corcho natural, liviano y cómoda. (Martin, 2016)</p>	

Nota. Tipos de calzado. Tomado de Natalio Martin, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.8.2.6 Tacos



Existe una variedad de estilos de tacón que se adaptan a diferentes preferencias y ocasiones. Desde los refinados tacones de aguja, que agregan altura y elegancia a los conjuntos formales, hasta los tacones cuadrados o anchos que brindan comodidad para el uso diario, cada tipo de tacón tiene su propia identidad. Además, los tacones de

plataforma combinan altura y estabilidad, mientras que los tacones bloque ofrecen un equilibrio óptimo entre estilo y comodidad. Al explorar los distintos estilos de tacón en el calzado femenino, las mujeres pueden encontrar la opción perfecta para cada ocasión, permitiéndoles expresar su estilo personal con confianza.

Tabla 4 Tipos de tacos

Tipo de taco	Descripción	Fotografía
Taco aguja	Tacón delgado y puntiagudo, proporciona altura y elegancia. (Project Glam, 2020)	
Taco cuadrado	Tacón de forma cuadrada, ofrece estabilidad y comodidad. (Project Glam, 2020)	

<p>Taco cono</p>	<p>Tacón que se estrecha hacia abajo, proporciona equilibrio y estilo. (Project Glam, 2020)</p>	
<p>Taco de bloque o semi redondo</p>	<p>Tacón ancho y cuadrado, brinda estabilidad y confort. (Project Glam, 2020)</p>	
<p>Taco plataforma</p>	<p>Tacón alto y plano que se extiende por toda la longitud del pie. (Project Glam, 2020)</p>	

<p>Taco cuña</p>	<p>Tacón que se ensancha hacia abajo, ofrece comodidad y estabilidad. (Project Glam, 2020)</p>	
<p>Taco kitten</p>	<p>Tacón bajo y delgado, proporciona sutileza y feminidad. (Project Glam, 2020)</p>	
<p>Taco de espiga</p>	<p>Tacón en forma de cono invertido. (Project Glam, 2020)</p>	

Nota. Tipos de calzado. Tomado de Project Glam, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.8.3 Elaboración de calzado

Para Benavides et al. (2021) la elaboración de calzado es un conjunto de etapas y actividades involucradas en la fabricación del mismo, que incluyen el diseño, corte,

armado, montaje, acabado y control de calidad para obtener un producto final listo para su uso:

1. **Diseño:** Se crea el diseño del calzado, teniendo en cuenta la estética, la funcionalidad y los requisitos específicos del cliente.
2. **Patrón:** Se desarrolla un patrón a partir del diseño, que servirá como plantilla para cortar las diferentes piezas del calzado en el material deseado.
3. **Corte:** Las piezas del calzado se cortan del material principal, como cuero o tela, utilizando el patrón como guía.
4. **Armado:** Las diferentes piezas del calzado se unen mediante costuras, pegamento u otros métodos de ensamblaje. Esto incluye la unión de la parte superior (empeine) con la suela y la inserción de forros y refuerzos adicionales.
5. **Montaje:** Se realiza el ensamblaje final del calzado, asegurando que todas las partes estén correctamente alineadas y unidas.
6. **Acabado:** Se llevan a cabo procesos adicionales para mejorar la apariencia y la calidad del calzado, como el pulido, el teñido, el grabado, la aplicación de adornos, entre otros.
7. **Control de calidad:** Se realiza una revisión exhaustiva del calzado para garantizar que cumpla con los estándares de calidad establecidos, verificando la resistencia, la comodidad y la estética.

Es importante tener en cuenta que los procesos de fabricación de calzado pueden variar según el tipo de calzado, los materiales utilizados y los estándares de cada fabricante.

1.8.4 Producción artesanal.

La producción artesanal del calzado en cuero es un proceso meticuloso y tradicional que combina habilidad, dedicación y amor por el oficio. Los artesanos del calzado en cuero utilizan técnicas transmitidas de generación en generación para crear zapatos únicos y de alta calidad. El proceso comienza con la selección cuidadosa de

cuero de primera calidad, que se corta y moldea a mano para obtener las piezas individuales del zapato. Luego, los artesanos cosen a mano cada componente, asegurando una unión resistente y duradera. El montaje del zapato implica la utilización de herramientas especializadas y técnicas de ensamblaje que resaltan la destreza del artesano. (Castro, Leon , Nuñez de la Cruz, y Villao, 2017)

Una vez que se completa el ensamblaje, los zapatos pasan por un proceso de acabado que incluye el pulido, teñido y abrillantado para resaltar la naturalidad del cuero. Cada par de zapatos artesanales es único, ya que los artesanos pueden agregar detalles personalizados y adornos exclusivos que reflejan su estilo y creatividad (Ruiz et al., 2022).

La producción artesanal del calzado en cuero no solo garantiza la calidad y la atención al detalle, sino que también preserva las técnicas tradicionales y el legado cultural de esta artesanía. Además, el uso de materiales naturales y la producción a pequeña escala promueven la sostenibilidad y la durabilidad de los productos. Al elegir zapatos hechos a mano en cuero, se aprecia el trabajo artístico y se contribuye al mantenimiento de esta valiosa tradición. (Alzate & Carvajal, 2020).

1.8.5 Selección de pieles

En la actualidad, es más fácil adquirir un tipo de piel que haya pasado por tratamientos especiales y que tenga un cuidado minucioso, esto permitirá que el cuero no presente un exceso de grasa como consecuencia de su mala preparación y que, no sea apto para ser decorado perdiendo así sus características de flexibilidad y capilaridad. (Fred, 1942)

1. Vacuno: Tiene una gran capacidad de resistencia y de transpirabilidad, haciendo que sea ideal para varios tipos de calzado y puede ser utilizado tanto en la capellada como en el forro. (Martin, 2016)
2. Becerro: Este tipo de piel tiene mayor calidad que la vacuna, esto gracias a que el animal es joven y se diferencian por la finura del


grano y su suavidad; es utilizado principalmente en la capellada del zapato. (Martin, 2016)

3. Cordero: No presenta una gran cantidad de brillo, pero sigue siendo suave y con un grano fino; es más elástica y va direccionada a forros y zapatos que deban tener una mayor flexibilidad. (Martin, 2016)
4. Cerdo: Al ser una piel duradera, se emplea en el forro del calzado presentando un aspecto afelpado debido a que se quedan unos pequeños puntitos en la piel del animal por la fuerza que tiene el pelo. (Martin, 2016)
5. Cabra: Con piel fina y flexible, es utilizada para capelladas y forros; presenta un acabado muy brillante. (Martin, 2016)


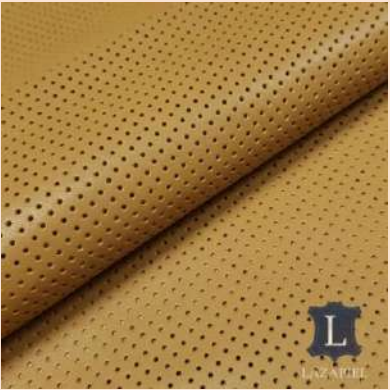

1.8.4 Acabados de la piel

Es importante tener en cuenta que los acabados de las pieles pueden variar según el tipo de cuero a utilizarse y las preferencias del fabricante y consumidor final, en el siguiente cuadro se detallan las técnicas y la descripción de cada uno:

Tabla 5 Acabados de la piel

Acabados de la piel	Descripción	Fotografía
Teñido	Aplicación de tintes para cambiar el color del cuero. (Martin, 2016)	

<p>Pulido</p>	<p>Proceso de alisar y suavizar la superficie del cuero. (Martin, 2016)</p>	
<p>Engrasado</p>	<p>Aplicación de grasas o aceites para nutrir y proteger el cuero. (Martin, 2016)</p>	
<p>Barnizado</p>	<p>Capa de barniz aplicada para proporcionar brillo y protección al cuero. (Martin, 2016)</p>	
<p>Grabado</p>	<p>Diseños o patrones que se graban en la superficie del cuero. (Martin, 2016)</p>	

<p>Estampado</p>	<p>Diseños que se imprimen en relieve sobre cuero. (Martin, 2016)</p>	
<p>Perforado</p>	<p>Agujeros que se perforan en el cuero para crear patrones decorativos. (Martin, 2016)</p>	
<p>Pulido a espejo</p>	<p>Pulido intenso para lograr un brillo reflectante en el cuero. (Martin, 2016)</p>	

<p>Encerado</p>	<p>Capa de cera que se aplica para obtener un acabado brillante y resistente al agua. (Martin, 2016)</p>	
<p>Envejecido</p>	<p>Proceso para dar al cuero un aspecto envejecido o desgastado. (Martin, 2016)</p>	
<p>Serraje</p>	<p>Acabado en el que la superficie del cuero se lija para obtener una textura suave que tenga similitud al terciopelo. (Martin, 2016)</p>	
<p>Nubuck</p>	<p>Proceso en el que se lija la parte exterior del cuero para obtener una superficie de pelo corto y suave, tiene un acabado mate. (Martin, 2016)</p>	

<p>Anilina</p>	<p>Teñido transparente que resalta las características naturales del cuero sin ocultar su textura y color originales. (Martin, 2016)</p>	
<p>Craquelado</p>	<p>Efecto de grietas finas en la superficie del cuero para lograr un aspecto envejecido y texturizado. (Martin, 2016)</p>	
<p>Metalizado</p>	<p>Aplicación de una capa metálica para obtener un acabado brillante y reflectante en el cuero. (Martin, 2016)</p>	

Nota. Acabados de la piel. Tomado de Natalio Martin, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.8.5 Teoría del consumo

La teoría del consumo es un enfoque esencial en el estudio de la economía y el comportamiento humano. Se fundamenta en la premisa de que las personas toman decisiones lógicas al decidir cómo distribuir sus recursos limitados para satisfacer sus

necesidades y deseos. Esta teoría explora cómo las preferencias, los ingresos, los precios y otros factores influyen en las elecciones de compra de los consumidores (Bocigas, 2019).

También examina cómo los cambios en estos factores pueden impactar la demanda de bienes y servicios. La teoría del consumo nos permite comprender los patrones de gasto, la formación de hábitos de consumo y la búsqueda de la máxima utilidad por parte de los consumidores. Además, proporciona una base sólida para el análisis económico y la planificación estratégica de las empresas (Royo et al., 2020).

Diversos autores han abordado la teoría del consumo a lo largo de la historia económica. Uno de ellos es John Maynard Keynes, quien sostuvo que el nivel de ingreso disponible es el principal determinante del consumo. Según Keynes, a medida que los ingresos aumentan, el consumo también tiende a aumentar, aunque a un ritmo más moderado. Otro autor relevante en esta teoría es Milton Friedman, quien enfatizó la importancia de los ingresos permanentes en las decisiones de consumo. Según Friedman, las personas no solo consideran su ingreso actual, sino también sus expectativas de ingresos futuros al determinar su nivel de consumo. Ambos enfoques ofrecen perspectivas valiosas sobre cómo se toman las decisiones de consumo en función del nivel de ingresos (Erazo y Narváez, 2020).

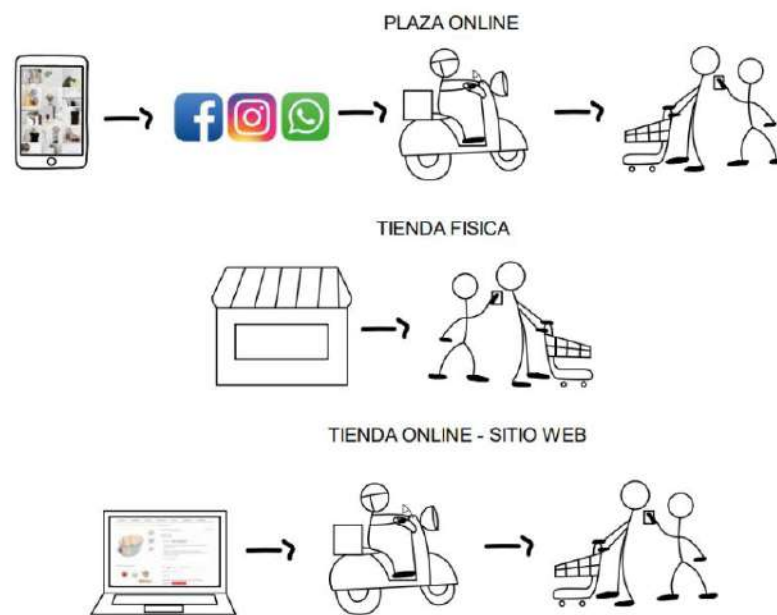
1.8.6 Comercialización y distribución

La estrategia de mercadeo se basa en generar la lealtad de los clientes, de manera que continúen regresando y estén dispuestos a recomendar los productos o servicios, lo cual permite que el negocio crezca y sea rentable a largo plazo (Rodríguez et al., 2021). Por lo tanto, el enfoque de mercadeo debe comenzar por comprender y satisfacer las necesidades de los clientes. Sin embargo, en un entorno donde existen numerosos proveedores que atienden las demandas de los clientes, estos se vuelven más selectivos y favorecen a las empresas que ofrecen una amplia gama de productos y servicios capaces de satisfacer al consumidor. (Lucila , 2017)

Los canales de distribución se encargan de suplir las necesidades de los clientes al asegurar la disponibilidad de productos o servicios, reduciendo las distancias y agilizando los tiempos de respuesta. Además, fomentan economías de escala al permitir que todos los participantes del canal puedan crecer. Asimismo, ejercen un impacto directo en los precios de los productos. (Lucila , 2017)

La logística de productos es una labor esencial, sobre todo debido a la prevalencia de tiendas minoristas en línea y los métodos simplificados de envío utilizados en el comercio minorista actual. En la actualidad, los minoristas pueden responder rápidamente a sus niveles de inventario en las tiendas, gestionar las devoluciones de los clientes y enviar productos directamente al consumidor desde sus almacenes, aprovechando herramientas como Internet y dispositivos electrónicos portátiles. (Koumbis, 2015)

Figura 6 Longitud del canal de distribución



Nota: Longitud del canal de distribución, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

1.8.7 Canal directo

La característica principal de esta modalidad es la eliminación de un intermediario, estableciendo una relación directa entre los productores y los consumidores. Este enfoque se utiliza principalmente en el sector de servicios, ya que involucra bienes intangibles que se producen y consumen simultáneamente. Además, implica una menor cantidad de productores y usuarios debido a que las compras son irregulares y requieren un seguimiento de los clientes tanto antes como después de las ventas (Lucila , 2017)

Figura 7 Canal directo

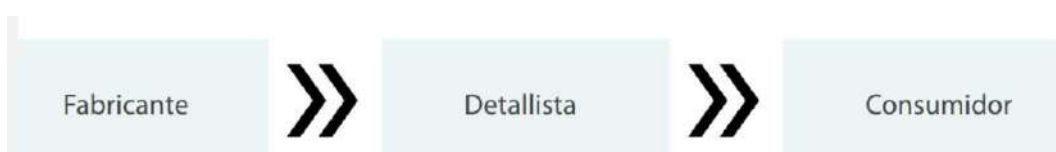


Nota: Canal directo. Tomado de Canales de Distribución, por Lucila (2017). [Ilustración]
<https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>

1.8.8 Canal corto

Está compuesto por tres niveles: fabricantes, detallistas y consumidores finales. Este tipo de canal se distingue por la agrupación de productos entre el fabricante y el minorista, y tiene la responsabilidad de atender la demanda del mercado. Por ejemplo, se refiere a la relación entre una gran cadena de tiendas y un fabricante de productos. (Lucila , 2017)

Figura 8 Canal corto

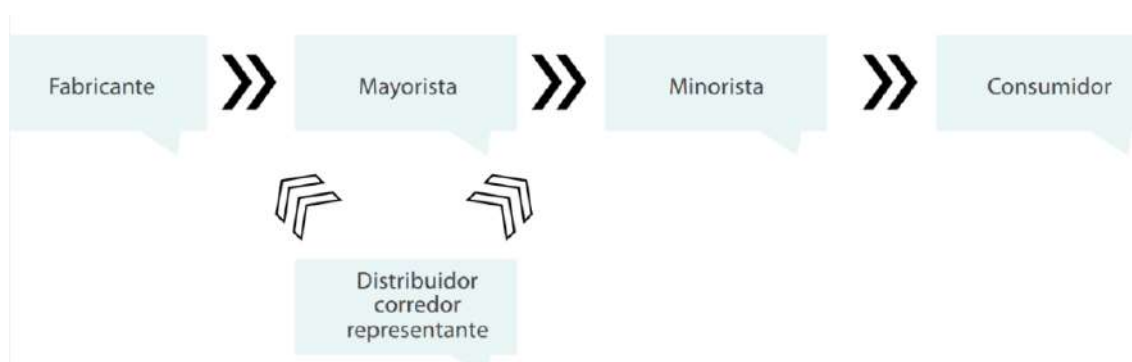


Nota: Canal corto. Tomado de Canales de Distribución, por Lucila (2017). [Ilustración]
<https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>

1.8.9 Canal largo

Este tipo de canal implica la participación de más de tres niveles, como fabricantes, mayoristas, minoristas, consumidores finales, así como distribuidores y representantes. La premisa de este canal es que a medida que se reduzca el volumen y la cantidad de intermediarios, el costo que el consumidor final paga por el producto también disminuirá, ya que cada intermediario agrega sus propios intereses y beneficios. Sin embargo, al analizar más detenidamente, se puede observar que los intermediarios aportan mucho más que solo aumentar los precios, ya que facilitan las transacciones al ofrecer una opción centralizada para que el consumidor elija. Además, los intermediarios tienen una conexión estrecha con el mercado y están mejor preparados que los productores para enfrentar sus demandas. (Lucila , 2017)

Figura 9 Canal largo



Nota: Canal largo. Tomado de Canales de Distribución, por Lucila (2017). [Ilustración]
<https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>

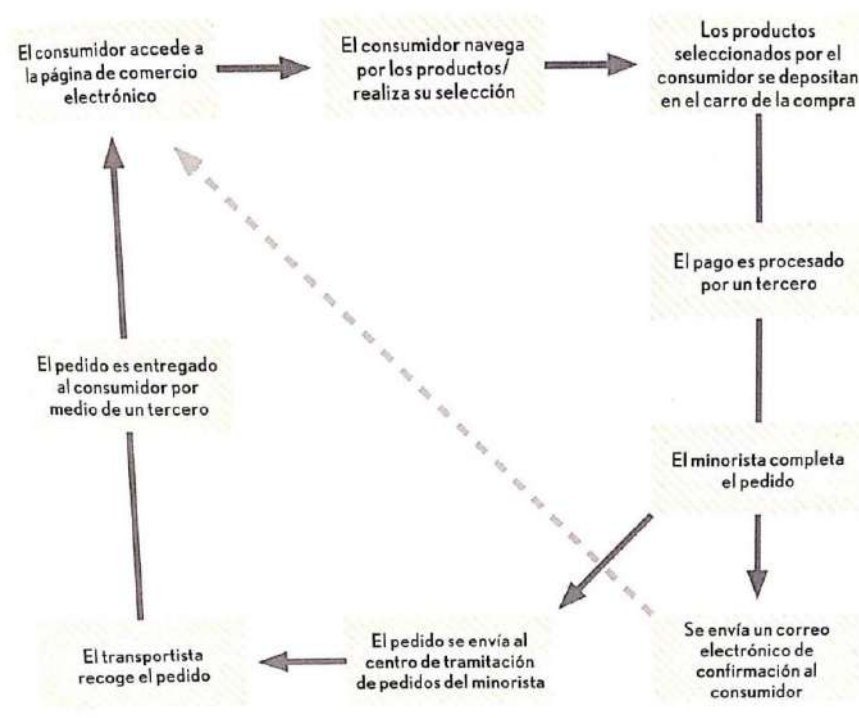
1.8.10 Canales alternativos

1.8.10.2 El comercio electrónico y la compra en línea

El comercio en línea ha experimentado un rápido crecimiento, brindando a los minoristas, tanto nuevos como establecidos, la oportunidad de exhibir sus productos y permitiendo a los consumidores explorar y comprar a su conveniencia. Este canal de compra se ha vuelto tan popular que muchas empresas minoristas han separado sus

operaciones en línea de las tiendas físicas, considerándolas como entidades comerciales independientes debido a su importancia como fuente de ingresos. Por lo tanto, han formulado estrategias específicas para el comercio en línea con el objetivo de aumentar las ventas y fomentar el retorno de los consumidores al sitio web. Es fundamental realizar mejoras en los sitios web con el fin de atraer a potenciales visitantes que estén en búsqueda de productos y/o experiencias similares en diferentes ubicaciones. (Koumbis, 2015)

Figura 10 Sistema de interfaz del comercio electrónico



Nota. Sistema de Interfaz del comercio electrónico, por Dimitri Koumbis, (2015). [Ilustración]

Redes sociales

Las redes sociales son plataformas en línea que facilitan la conexión entre personas, promoviendo la interacción y fortalecimiento de relaciones. Actualmente, se ha convertido en una actividad diaria para muchas personas, por lo tanto, es esencial que las empresas no solo comprendan lo que ocurre en las redes sociales, sino que también participen activamente en ellas.

La moda y las plataformas digitales tienen una buena sinergia. Las redes sociales como Instagram, Twitter, TikTok o LinkedIn brindan la posibilidad de comentar publicaciones, entablar conversaciones y compartir imágenes y videos, al mismo tiempo que redirigen a los usuarios hacia tiendas, promociones y productos. Por esta razón, la mayoría de las marcas de moda aprovechan las redes sociales como herramienta para fortalecer su comunicación y alcance. (Basoa & Martinez, 2014)

La presencia en redes sociales se ha convertido en una inversión empresarial crucial para aumentar las ventas y mejorar la reputación en línea. Se trata de todas las acciones y eventos realizados en plataformas sociales con el objetivo de generar oportunidades comerciales, expandir el alcance y fidelizar a los clientes. Incorporar estrategias de marketing en redes sociales puede tener un impacto significativo al llegar al público objetivo y convertirlos en prospectos. Es fundamental generar contenido relevante para la audiencia, ya que esto contribuye al crecimiento de la marca en el entorno digital. (Basoa & Martinez, 2014)

Servicio posventa

Para garantizar la fidelidad de los clientes, las marcas deben implementar acciones comunicativas que mantengan la conexión con ellos y refuercen su sentido de pertenencia a la comunidad. La digitalización de los datos de los clientes permite ofrecer un servicio personalizado y trato individualizado a través de herramientas de gestión de relaciones con los clientes. En resumen, se trata de establecer una relación que haga que los clientes se sientan parte integral de la marca y tengan cierta apropiación de la misma. Todas las actividades que involucran a los clientes en la vida de la marca forman parte del denominado marketing de relaciones y dan forma al estilo distintivo de la empresa. El uso del color y el diseño son formas específicas de establecer una conexión con el cliente y lograr este objetivo. (Diaz, 2014)

1.8.11 Formulación de hipótesis.

El análisis del calzado femenino en la ciudad de Ambato mostró diferencias significativas entre el periodo pre pandemia y el periodo post pandemia respecto a

diseño, tendencias, precios, materiales e insumos utilizados, debido a los cambios en las preferencias de los consumidores y las restricciones impuestas por la pandemia.

1.8.12 Señalamiento de las variables.

1.8.13 Variable dependiente

Consumo de calzado femenino casual – formal.

1.8.14 Variable independiente

Pre pandemia, pandemia y post pandemia.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Método

En la metodología se realiza un proceso de producción de conocimientos científicos y para dar solución a esto, se utilizan varios métodos específicos que tienen un desarrollo lógico y resuelven tareas que son impuestas por el investigador y esto con el afán de producir un conocimiento amplio y generalizado del tema tratado y estudiado. (Mejia Mejia, 2005)

El método inductivo es una herramienta de investigación que permite examinar, analizar y comprender las características generales o comunes que se presentan en un conjunto de realidades específicas. A través de este método, se busca desarrollar una propuesta o ley científica de carácter general que pueda ser aplicable a distintas situaciones. El razonamiento inductivo es de naturaleza ascendente, lo que significa que parte de observaciones y datos específicos para llegar a conclusiones generales. En otras palabras, se parte de casos particulares y se infieren principios o patrones más amplios que los abarquen. (Hyde, 2000)

Es importante destacar que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del análisis comparativo. Al contrastar diferentes casos, se encuentran similitudes y regularidades que llevan a realizar generalizaciones y establecer leyes o principios que describen el comportamiento de fenómenos o sistemas en un contexto más amplio. (Hyde, 2000)

2.1.1 Enfoque de la investigación.

El enfoque cualitativo tiene su origen en Max Weber, un destacado sociólogo (1864 - 1920), en el campo de las ciencias sociales. Esta corriente reconoce que, además de la descripción y medición de las variables sociales, es importante considerar los significados subjetivos y comprender el contexto en el que ocurre el fenómeno. Según lo expuesto por Roberto Hernández Sampieri (2014), el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o descubrir nuevas interrogantes durante el proceso de interpretación.

La investigación cualitativa se fundamenta frecuentemente en métodos de recolección de datos que no implican mediciones numéricas. Esta elección se justifica por diversas razones. La investigación cualitativa busca profundizar en la comprensión de fenómenos complejos y contextuales, centrándose en las perspectivas subjetivas de los participantes. Al utilizar enfoques no numéricos para recopilar datos, se logra capturar la diversidad y riqueza de las experiencias individuales, proporcionando un contexto detallado que facilita una comprensión más completa de los fenómenos estudiados. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, y Baptista Lucio, 2014)

Está orientada a descubrir nuevas preguntas e hipótesis a medida que se avanza en el proceso de investigación. En lugar de partir de suposiciones preestablecidas, se fomenta la exploración y la generación de teoría a partir de los datos recopilados. Esto permite una mayor flexibilidad y adaptabilidad durante la investigación, ya que los investigadores están abiertos a nuevas ideas y perspectivas emergentes. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, y Baptista Lucio, 2014)

Para el desarrollo teórico metodológico de la investigación en cuestión, se utilizó el método cualitativo, esto debido a que, por medio de fuentes de información directa se obtuvieron definiciones que abarcaron temas como la producción de calzado, los tipos de calzado, suelas y tacos; dicha información se tomó de varios canales de recolección, como fichas de observación, entrevistas y bibliografía. De esta manera, se amplió el conocimiento en cuanto al diseño y desarrollo de nuevas colecciones post pandemia que contengan y cumplan con las características, requerimientos y preferencias del nuevo consumidor y el impacto que ha dejado la pandemia en la moda.

La investigación cualitativa busca "reconstruir" la realidad según la observación de los actores involucrados en un sistema social previamente definido. Esto implica reconocer la importancia de la interpretación subjetiva y el significado que los individuos atribuyen a sus experiencias. Al utilizar métodos cualitativos, se pueden capturar las narrativas y puntos de vista de los participantes, lo que permite comprender más plenamente su realidad y contexto social. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, y Baptista Lucio, 2018)

Por esta razón, dentro del método cualitativo se manejó la recolección de datos importantes que aportaron a la investigación con un aspecto social, esto por medio de las entrevistas que se realizaron a los dueños de las empresas de calzado Bettini, Que cueros, Dacris y Armandiny de la ciudad de Ambato, quienes detallaron las características de los productos que más destacaron en el mercado, las estrategias que aplicaron para mantener su empresa a flote, las tendencias, la forma en la que afectó la emergencia sanitaria a la capacidad productiva de su personal y los canales de compra, antes, durante y después de la pandemia.

Entonces, el enfoque de la investigación es de carácter cualitativo definido por el método a emplear mencionado anteriormente, debido a que el análisis es inductivo y la presente investigación considera que el entorno se modifica constantemente y la información adquirida es subjetiva, por lo que esta investigación junto con sus conclusiones finales queda abierta a futuras modificaciones que los diferentes contextos requieran para mejorar su aplicación y analizar la realidad social.

2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.

Investigación de campo. – El estudio de campo implica la obtención de datos directamente de la realidad o de los participantes involucrados, sin realizar cambios o manipulaciones en las variables. La información recopilada se mantiene sin alteraciones. Además de los datos primarios obtenidos de la realidad, este tipo de investigación también se complementa con fuentes bibliográficas para obtener datos secundarios. (Arias, s.f)

En el transcurso de la investigación, se llevarán a cabo entrevistas a expertos en el ámbito del diseño de calzado femenino casual - formal en la ciudad de Ambato. Estos expertos son considerados fuentes primarias de información para el proyecto. Además, se realizará una investigación de campo para evaluar el nivel de consumo de calzado antes, durante y después de la pandemia. Estos datos recopilados formaron parte de la muestra que se describirá más adelante.

Investigación bibliográfica - documental. – La presente investigación se basó en un enfoque bibliográfico – documental. Es fundamental acceder a una variedad de fuentes bibliográficas primarias y secundarias con el propósito de identificar la información más relevante relacionada con el tema establecido. Este proceso se llevó a cabo mediante una indagación sistemática, recopilación, orden, observación e interpretación de datos provenientes de diferentes textos.

De acuerdo con Morales (2003), la investigación documental se caracteriza por utilizar diversos tipos de documentos escritos como fuentes primarias de entrada, aunque no se limita únicamente a documentos impresos, también abarca recursos electrónicos y audiovisuales. Además, Kaufman y Rodríguez (1993) señalan que los textos monográficos no necesariamente deben basarse exclusivamente en consultas bibliográficas, sino que pueden incluir otras fuentes, como testimonios de actores clave en el evento, testigos calificados o expertos en la materia.

En el contexto de esta investigación sobre el consumo de calzado femenino, fue necesario recopilar información de libros, tesis, proyectos, artículos, sitios web y otras fuentes relevantes. Estos recursos bibliográficos y documentales nos permiten conocer y analizar cómo era el manejo del consumo de calzado femenino, cómo se presenta en el mercado actual y cómo se proyecta el comportamiento del nuevo consumidor a lo largo del tiempo.

Además, los recursos electrónicos, como bases de datos, revistas y periódicos en línea, y las fuentes audiovisuales, como fotografías, videos y grabaciones sonoras, también fueron considerados para enriquecer el estudio y obtener una visión completa sobre el tema investigado.

En conclusión, la metodología bibliográfica - documental es esencial para sustentar este proyecto de investigación sobre el consumo de calzado femenino casual y formal. La consulta y análisis de diversas fuentes permitirá obtener una base teórica sólida que contribuyó a un enfoque completo y fundamentado de la investigación.

2.1.3 Nivel o tipo de Investigación.

Para la realización de este proyecto de investigación se va a relacionar con el problema, hecho y fenómeno a estudiar para ello, dentro del presente estudio se va a utilizar los niveles descritos a continuación:

Descriptivo.

Según Tamayo y Tamayo (1994) en su libro *El proceso de la investigación científica* la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos.

Este nivel se guía en las preguntas de investigación creadas por el autor desde un planteamiento de hipótesis para poder describir varias características que sean consideradas importantes y que sean útiles para establecer un estudio sistemático. El nivel descriptivo se apoya en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental. (Guevara, Verdesoto, y Castro, 2020)

En el estudio comparativo, se examinaron las diferencias y similitudes en los patrones de consumo de calzado casual y formal en cuero antes, durante y después de la pandemia. Así, se logró distinguir los posibles cambios en las preferencias de las consumidoras, así como evaluar el impacto de la pandemia en el mercado de calzado femenino.

Explicativo

El nivel explicativo establece las prioridades y mediciones de las hipótesis, que son suposiciones teóricas que se pueden probar empíricamente de manera directa o indirecta. Estas hipótesis forman el núcleo del marco teórico y buscan explicar el desarrollo de los fenómenos a través de la relación de variables, factores o elementos. Estas hipótesis pueden deducirse de otras hipótesis más extensas, conocidas como hipótesis iniciales, que se encuentran en la literatura o se deducen de forma autónoma mediante la imaginación científica. (Monje Alvarez, 2011)

El objetivo no es proporcionar respuestas definitivas y concluyentes a los cuestionamientos de la investigación, sino permitir a los investigadores explorar diferentes niveles de profundidad en su indagación. Como parte de este nivel, se utilizaron matrices comparativas que detallan la información obtenida directamente de las entrevistas a los dueños de las empresas de calzado y las fichas de observación. Esto ayudará a obtener conclusiones generales y respaldar la información con referencias bibliográficas relacionadas con el tema de investigación.

2.2 Población y muestra.

2.2.1 Población

La población se define por ser un análisis de personas u objetos que tengan características similares y específicas que puedan brindar información concreta que aporte a comprender de mejor manera el problema. (Herrera Chavez, 2023)

También, la población es como un conjunto de personas, objetos o acontecimientos que poseen una o más características comunes observables y que se van a estudiar en una investigación estadística. Dicho esto, es importante resaltar que una población puede ser finita, infinita o diana, según la naturaleza del fenómeno que se estudia y del alcance que tenga la investigación. (Kerlinger, 1988)

La población Diana es aquella a la cual se generalizarán los resultados de la investigación. Esta población está definida por los objetivos de la investigación y se delimita en función de características tales como demográficas, sociales, culturales, entre otras. Dentro de esta población objetivo se encuentra la población disponible, que se compone de conjuntos de casos que cumplen con criterios predefinidos y que están disponibles para los investigadores. Es decir, se consideran aspectos como la accesibilidad a los sujetos de estudio y las circunstancias que facilitan su colaboración. (Kerlinger, 1988)

Dicho esto, la población para este estudio es un grupo de artesanos calificados que pertenecen al SRI y son dueños de las fábricas más sobresalientes de calzado

femenino casual – formal de cuero en la ciudad de Ambato. Cumplen con requisitos como:

- Estado de contribuyente: Activo
- Clase de contribuyente: RIMPE
- Tipo de contribuyente: Personas naturales
- Número de establecimientos: 1
- Nombre comercial: Si
- Estado del establecimiento: ABI
- Provincia/cantón: Ambato, Tungurahua
- Actividad económica: Fabricación de calzado, botines, polainas y artículos similares para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso, incluido el modelado (aparado de calzado)

Población: Artesanos calificados en la elaboración de calzado femenino en cuero

Número de sujetos: 10

Tipo de población: Diana

Tabla 6 Artesanos calificados en la elaboración de calzado femenino en cuero

Nombre	Nombre Comercial
PINTADO CRIOLLO JORGE VICENTE	CALZADO BETTINI
NUÑEZ MUNCHA ANGEL MARIA	DACRIS
VILLACIS QUISIMALIN HECTOR GEOVANNY	CREACIONES JEANNINE
LLERENA VALDEZ LUIS GERMAN	PRODUCALZA RIEKER

CALERO LOPEZ ENMA KARINA	ARMANDINY
SANCHEZ RIVERA ELIZABETH PATRICIA	FADICALZA
CARRILLO BORJA JUAN CARLOS	BOSAC
AISABUCHA SISA HOMERO	CALZADO BU'HOMER'S
HILAÑO LALALEO HOLGUER GIOVANNI	CALZADO HILANO
PARRA ALDAS HECTOR RODRIGO	QUE CUEROS

Nota. Lista de artesanos calificados en la elaboración de calzado femenino en cuero, por Pintado, C. (2023).

[Ilustración]

2.2.2 Definición y argumento de los criterios de la muestra

Para llevar a cabo la muestra poblacional en el marco de esta tesis investigativa, se ha considerado el número total de artesanos calificados expertos en la fabricación de calzado femenino casual-formal en cuero de la ciudad de Ambato, que asciende a 10. Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicarán criterios de inclusión y exclusión.

En primer lugar, dentro de los criterios de inclusión se encuentran aquellas empresas que cumplen con los siguientes requisitos: poseer el estado del contribuyente activo, estar registradas en el Servicio de Rentas Internas (SRI) con una clase de contribuyente RIMPE, aceptar la invitación a ser parte de este proyecto investigativo, manejar la línea de calzado casual – formal femenino 100% cuero y tener su ubicación en la ciudad de Ambato, Tungurahua.

Por otro lado, se aplicarán criterios de exclusión para omitir aquellas empresas que no cumplen con ciertos requisitos. Estos criterios de exclusión son los siguientes: empresas que no cuenten con un nombre comercial registrado, aquellas que tengan más

de un establecimiento activo y las que no sean clasificadas como personas naturales en cuanto a su tipo de contribuyente, que trabajen con materiales sintéticos, calzado deportivo, de niño y hombre.

Estos criterios de inclusión y exclusión son fundamentales para asegurar que la muestra poblacional seleccionada sea representativa y pertinente para el estudio que se llevará a cabo en esta tesis investigativa. A través de esta selección rigurosa, se busca obtener una muestra de artesanos calificados que cumplan con los requisitos específicos establecidos, lo que permitirá obtener resultados más precisos y significativos en el desarrollo de la investigación.

A través de los criterios mencionados anteriormente, se ha recopilado información de empresas que se dedican a la fabricación de calzado, botines y artículos similares para todo uso, utilizando cualquier material y proceso, incluyendo el modelado (aparado de calzado), y que distribuyen sus productos a nivel nacional.

2.2.3 Muestra

Cuando la población es demasiado grande o no es factible acceder a todos sus elementos por alguna razón, se utiliza una muestra aleatoria para llevar a cabo un experimento. Una muestra consiste en unidades seleccionadas de una población definida y constituye el objeto o elemento de estudio en un experimento. Se define como un subconjunto de la población que realmente representa al grupo y comparte sus características y valores. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Dado que la población objetivo es limitada en número, específicamente 10 empresas dedicadas a la fabricación de calzado femenino casual-formal en cuero de la ciudad de Ambato, se ha decidido utilizar una muestra poblacional de 4 empresas. Estas empresas serán seleccionadas y clasificadas de acuerdo con el muestreo no probabilístico por conveniencia, estableciendo los requisitos necesarios para ser consideradas en el estudio.

La muestra poblacional, conformada por las 4 empresas seleccionadas, este es el grupo de estudio al que se aplicaron las herramientas de recolección de datos pertinentes. Por este medio, se obtuvo información representativa y significativa sobre las empresas de fabricación de calzado femenino en Ambato, lo que permitirá obtener conclusiones y resultados relevantes en el desarrollo de la investigación.

Es importante destacar que la selección de la muestra se realizará siguiendo criterios establecidos y de manera aleatoria, lo que garantizará que las empresas seleccionadas sean representativas de la población objetivo. De esta forma, se maximiza la validez y la confiabilidad de los resultados obtenidos y se minimiza cualquier sesgo o distorsión que pudiera surgir en el estudio.

Tabla 7 Clasificación de la muestra de acuerdo a los criterios de selección

Criterio de selección	Nombre comercial
Fabricación de calzado femenino casual – formal en cuero y que se establecen antes, durante y después de la pandemia en la ciudad de Ambato.	Calzado Bettini
Fabricación de calzado femenino casual – formal en cuero y que se establecen antes, durante y después de la pandemia en la ciudad de Ambato.	Que cueros
Fabricación de calzado femenino casual – formal en cuero y que se establecen antes, durante y después de la pandemia en la ciudad de Ambato.	Armandiny
Fabricación de calzado femenino casual – formal en cuero y que se establecen antes, durante y después de la pandemia en la ciudad de Ambato.	Dacris

Nota. Clasificación de la muestra de acuerdo a los criterios de selección, por Pintado, C. (2023). [Ilustración]

2.2.4 Unidad de observación y análisis

En el presente estudio, la unidad de análisis está compuesta por cuatro empresas que se dedican a la fabricación de calzado femenino casual-formal en cuero. Estas empresas han sido seleccionadas mediante el uso de un método de muestreo no probabilístico por conveniencia.

- Calzado Bettini
- Que cueros
- Armandiny
- Dacris

En el marco de esta investigación, se han seleccionado empresas de calzado que constituyen las unidades de observación. Han sido elegidas debido a su posicionamiento en el mercado y a su capacidad de mantenerse operativas a pesar de atravesar una pandemia mundial.

La valoración de estas empresas se realiza a través de un enfoque cualitativo, el cual se obtuvo mediante la utilización de matrices comparativas que permitieron el análisis y contraste de diferentes aspectos relevantes de las empresas seleccionadas. Se evaluaron los desafíos planteados por la pandemia, cómo han adaptado sus diseños a las nuevas tendencias del mercado, cómo han manejado sus precios y cómo han gestionado los materiales e insumos necesarios para la fabricación de calzado. Además, permitió identificar las estrategias exitosas que han implementado y obtener conocimientos valiosos sobre las prácticas y decisiones que han llevado a cabo para mantener su presencia en el mercado.

2.2.5 Operacionalización de variables.

- Variable Dependiente – Consumo de calzado

Tabla 8 Operalización de la variable dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<p>El consumo de calzado es el acto de adquirir y utilizar calzado como resultado de una serie de procesos que abarcan el diseño, la elaboración del calzado y la selección de pieles.</p> <p>El diseño juega un papel fundamental en el proceso de consumo de calzado, ya que implica la creación y concepción de modelos que reflejen tanto la funcionalidad como la estética deseada por los consumidores. Los diseñadores buscan crear productos que satisfagan las necesidades y preferencias de los usuarios, considerando aspectos como comodidad, estilo y tendencias de moda.</p> <p>La elaboración de calzado, por su parte, abarca la transformación de los</p>	Diseño	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anatomía del calzado 2. Materiales y terminados 3. Tipos de calzado 4. Tipos de suelas 5. Tipos de tacos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son los elementos principales que conforman la anatomía del calzado y cómo influyen en su diseño y funcionalidad? 2. ¿Qué factores se deben tener en cuenta al seleccionar los materiales y terminados para el diseño de calzado, considerando aspectos como durabilidad, confort y estética? 3. ¿Cuáles son los diferentes tipos de calzado que existen en el mercado y cómo se distinguen en términos de estilo, uso y características de diseño? 4. ¿Cuáles son los distintos tipos de suelas utilizadas en el calzado y cómo afectan la tracción, amortiguación y durabilidad del zapato? 5. ¿Cuáles son los diferentes tipos de tacos utilizados en el calzado y cómo influyen en la estabilidad, agarre y estilo del zapato, especialmente en el caso del calzado femenino? 	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Fichas de observación <p>A quién va dirigida:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Dueños de empresas de calzado en Ambato.

<p>diseños en productos reales. Este proceso involucra una combinación de habilidades artesanales y técnicas industriales para construir y fabricar los diferentes tipos de calzado. La calidad de los materiales y la mano de obra influyen directamente en la durabilidad y el valor percibido del calzado, lo que puede afectar las decisiones de compra de los consumidores.</p> <p>La selección de pieles es un aspecto esencial en la elaboración de calzado, especialmente en productos de cuero. Los fabricantes y diseñadores evalúan minuciosamente las propiedades y características de las pieles para garantizar su adecuación al propósito del calzado y la satisfacción del cliente. La elección de pieles de alta calidad puede mejorar la apariencia y la durabilidad del calzado, generando así una percepción de valor añadido para los consumidores.</p> <p>La teoría del consumo se aplica al análisis de cómo los individuos toman decisiones relacionadas con la</p>	<p>Elaboración de calzado</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño 2. Patrón 3. Corte 4. Armado 5. Montaje 6. Acabado 7. Control de calidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es el proceso de diseño utilizado en la elaboración de calzado y cómo se incorporan las tendencias de moda en el diseño? 2. ¿Qué papel juega el patrón en la fabricación de calzado y cómo se realiza su creación y ajuste? 3. ¿Cuál es la importancia del proceso de corte en la elaboración de calzado y qué técnicas se utilizan para garantizar un corte preciso de los materiales? 4. ¿Cuáles son las etapas clave en el armado del calzado y cómo se ensamblan las diferentes partes para formar el zapato completo? 5. ¿Qué implica el proceso de montaje en la elaboración de calzado y cómo se unen las suelas, forros y otros componentes al zapato? 6. ¿Cuáles son las etapas del proceso de acabado en la elaboración de calzado y qué técnicas se utilizan para lograr un aspecto final de alta calidad? 7. ¿Cómo se lleva a cabo el control de calidad en la producción de calzado y qué criterios se consideran para garantizar la excelencia del producto final? 	
---	-------------------------------	--	---	--

<p>compra y el uso de calzado. Se consideran factores como las motivaciones del consumidor, las influencias sociales, las tendencias de moda y los valores culturales que influyen en las preferencias y elecciones de compra. La teoría del consumo ayuda a comprender los comportamientos de los consumidores frente al calzado, incluidos los factores emocionales y psicológicos que influyen en sus decisiones de compra.</p>	<p>Selección de pieles</p>	<p>1. Acabados de la piel</p>	<p>1. ¿Cuáles son los diferentes tipos de acabados disponibles para las pieles utilizadas en la fabricación de calzado?</p> <p>2. ¿Qué factores influyen en la elección de un acabado de piel específico para el calzado?</p> <p>3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de los diferentes acabados de piel en términos de durabilidad, apariencia y mantenimiento?</p> <p>4. ¿Cómo afecta la selección del acabado de piel a la percepción de calidad y valor del calzado por parte de los consumidores?</p> <p>5. ¿Cuáles son las tendencias actuales en la selección de acabados de piel para el calzado en términos de colores, texturas y efectos especiales?</p>	
	<p>Teoría del consumo</p>	<p>1. Comercialización y distribución</p> <p>2. Canal directo</p> <p>3. Canales alternativos</p>	<p>1. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización y distribución utilizadas en la industria del consumo de calzado?</p> <p>2. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del canal directo en la venta de calzado?</p> <p>3. ¿Cuáles son los canales alternativos de distribución utilizados en la industria del calzado y cómo impactan en el consumo?</p> <p>4. ¿Cómo influye la comercialización y distribución en el consumo de calzado y en la elección de los clientes?</p> <p>5. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para utilizar el canal directo en la</p>	

			comercialización de calzado y establecer relaciones directas con los clientes? 6. ¿Qué tipos de canales alternativos de distribución se están utilizando en la industria del calzado para llegar a segmentos específicos de consumidores y aumentar la visibilidad de la marca?	
--	--	--	--	--

Nota. Operalización de la variable dependiente, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

► **Variable independiente – Pre pandemia, pandemia y post pandemia**

Tabla 9 Operalización de la variable independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
La industria del calzado de cuero con Covid-19 se refiere al sector de la economía que se dedica a la fabricación, producción y comercialización de calzado de cuero en el contexto de la pandemia de Covid-19. Esta industria ha enfrentado diversos desafíos debido a la crisis sanitaria mundial, que ha impactado significativamente en la demanda, producción,	La industria del calzado de cuero con Covid 19	<ul style="list-style-type: none"> • Calzado en Latinoamérica con Covid 19. • Calzado en Ecuador con Covid 19. • Calzado en Tungurahua con Covid 19. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo ha afectado la pandemia de Covid-19 la industria del calzado en Latinoamérica? 2. ¿Cuáles han sido las principales medidas adoptadas por las empresas de calzado en Ecuador para hacer frente a los desafíos del Covid-19? 3. ¿Cuál ha sido el impacto específico del Covid-19 en la producción y distribución de calzado en Tungurahua, Ecuador? 4. ¿Qué cambios en los hábitos de consumo de calzado se han observado en la población de Latinoamérica debido a la pandemia? 5. ¿Cómo ha afectado la disminución del turismo en Ecuador al mercado de calzado en la región de 	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario semi-estructurado.

<p>distribución y consumo de calzado de cuero.</p> <p>Durante la pandemia, la industria del calzado de cuero se ha visto afectada por restricciones de movilidad y cierres temporales de establecimientos, lo que ha llevado a una disminución en las ventas y una caída en los ingresos para muchas empresas. Además, las interrupciones en las cadenas de suministro y el aumento de los costos de producción han generado dificultades para mantener la oferta de calzado de cuero en el mercado.</p>			<p>Tungurahua durante la pandemia de Covid-19?</p> <p>6. ¿Cuál ha sido el papel de las ventas en línea y el comercio electrónico en el sector del calzado en Latinoamérica durante la crisis de Covid-19?</p> <p>7. ¿Qué estrategias han implementado las empresas de calzado en Ecuador para mantener el empleo de sus trabajadores durante la pandemia?</p> <p>8. ¿Cuáles han sido los principales desafíos logísticos enfrentados por las industrias de calzado en Tungurahua para exportar sus productos durante la pandemia?</p> <p>9. ¿Ha habido un cambio en la preferencia de calzado hacia productos más cómodos y casuales en Latinoamérica debido al Covid-19?</p> <p>10. ¿Cuál ha sido el papel de las políticas gubernamentales de apoyo a la industria del calzado en Ecuador para mitigar el impacto económico de la pandemia?</p>	<p>A quién va dirigida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dueños de empresas de calzado en Ambato.
<p>Por otro lado, los cambios en los hábitos de consumo durante la pandemia también han impactado en la industria del calzado de cuero. Con más personas trabajando y pasando tiempo en casa, la demanda de calzado formal se ha reducido, mientras que el calzado casual y cómodo ha experimentado un aumento en la popularidad.</p> <p>En cuanto a los efectos de la pandemia en el consumo de calzado, se han producido diversas tendencias y cambios</p>	<p>Efectos de la pandemia en el consumo de calzado</p>	<p>Calzado de cuero femenino post pandemia</p>	<p>1. ¿Cómo ha evolucionado la demanda de calzado de cuero femenino tras la pandemia?</p> <p>2. ¿Qué tendencias de diseño y estilo han surgido en el calzado de cuero femenino después del período de confinamiento?</p> <p>3. ¿Cuáles son los materiales y tecnologías más populares utilizados en la fabricación de calzado de cuero femenino en la nueva normalidad?</p> <p>4. ¿Cómo han cambiado las preferencias de las mujeres en cuanto a comodidad y funcionalidad en el calzado de cuero post pandemia?</p> <p>5. ¿Ha habido un aumento en la demanda de calzado de cuero femenino sostenible y ético debido a la conciencia ambiental post pandemia?</p> <p>6. ¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia en la producción y distribución de calzado de cuero femenino a nivel local y global?</p> <p>7. ¿Qué estrategias han implementado las marcas de</p>	

<p>en el comportamiento del consumidor. Sin embargo, el sector también ha experimentado un cambio en la percepción del valor del calzado. Los consumidores están buscando productos que sean duraderos, de alta calidad y que ofrezcan un buen valor por su dinero. La conciencia ambiental también ha llevado a una mayor demanda de calzado de cuero sostenible y ético.</p>			<p>calzado de cuero femenino para adaptarse a los cambios en el comportamiento del consumidor después de la pandemia? 8. ¿Cuáles han sido los principales desafíos enfrentados por los fabricantes de calzado de cuero femenino en la recuperación económica post pandemia? 9. ¿Ha influido la pandemia en el tipo de eventos y ocasiones en las que las mujeres usan calzado de cuero, y cómo se ha reflejado esto en el mercado? 10. ¿Cuál es la percepción general de las mujeres sobre el valor y la importancia del calzado de cuero en el contexto post pandemia?</p>	
--	--	--	---	--

Nota. Operalización de la variable independiente, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

2.2.6 Técnicas de recolección de datos.

Tabla 10 Técnicas de recolección de datos

Técnicas de investigación	Instrumentos de recolección
Observación	Ficha de observación
Entrevista	Cuestionario semi estructurado

Nota. Técnica de recolección de datos, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

Tabla 11 Plan de recolección de la información

Preguntas	Argumentación
1. ¿Para qué?	Para cumplir los objetivos de la investigación a realizarse.
2. ¿De qué empresas?	Empresas activas post pandemia
3. ¿Sobre qué aspectos?	Fabricación de calzado, tendencias, diseño, materiales e insumos, cuero.
4. ¿Quién?	Carolina Pintado.
5. ¿A Quiénes?	Miembros de la unidad de observación y análisis como son: Dacris, Bettini, Que cueros y Armandiny.

6. ¿Cuándo?	Año 2023.
--------------------	-----------

7. ¿Dónde?	Ambato, Tungurahua.
-------------------	---------------------

8. ¿Cuántas veces?	Cantidad de aplicaciones requeridas, en este caso cuatro veces. (una por empresa)
---------------------------	---

9. ¿Qué técnicas de recolección utilizaron?	Entrevistas y fichas de observación.
--	--------------------------------------

10. ¿Qué instrumentos se aplicaron?	Cuestionarios semiestructurados y fichas de observación.
--	--

Nota. Plan de recolección de datos, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

CAPÍTULO III.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

Tabla 12 Matriz de resultados – entrevistas a empresarios de Bettini, Que cueros, Dacris y Armandiny

Matriz de resultados					
Entrevistas					
Categoría/Códigos	Informante 1 Jorge Pintado Bettini	Informante 2 Héctor Parra Que Cueros	Informante 3 Ángel Núñez Dacris	Informante 4 Enma Calero Armandiny	Síntesis Integral
1. ¿Cuáles han sido las tendencias que se han manejado antes, durante y después de la pandemia?					

<p>Estilos: Clásicos Cómodos Suaves Finos Versátiles</p>	<p>Antes estábamos en la línea de zapato muy clásico, fino, elegante. En lo que es la línea de la epidemia trabajamos un zapato cómodo, muy flexible y posteriormente estamos trabajando la línea cuadrada, una línea más fashion, suave.</p>	<p>Antes, trabajábamos con tacos normales, con botines de vestir, zapato de vestir. Durante la pandemia, se volcó la gente a lo que es más cómodo, más suave, porque no salíamos, porque teníamos que andar con los trajes de bioseguridad. Se volcó la gente a las zapatillas, zapato bajo, se quedó la elegancia a un lado. Después de la pandemia, estamos retomando entre cómodo, entre casual, y poco a poco vamos nuevamente introduciendo al mercado lo que es zapato fino de vestir, tacos.</p>	<p>Antes de la pandemia siempre se vendió en el mercado, estuvo muy pronunciado, como los tacones, botas largas, estilos más finos, más de vestir. En la pandemia estuvieron los cómodos, las zapatillas, el casual. Y post-pandemia, pues ahorita estamos fusionando algo de vestir cómodo y que pueda permanecer todo el tiempo parado, trabajando con un zapato bonito, un zapato con estilo, un zapato fino, pero muy suave.</p>	<p>Antes de la pandemia, las tendencias en el calzado femenino se enfocaban en la comodidad y la versatilidad, con un énfasis en los diseños minimalistas y funcionales. Durante la pandemia, hemos visto un cambio hacia la comodidad extrema, con un aumento en la demanda de zapatillas y calzado deportivo para uso diario. La tendencia de la “comodidad” se ha vuelto aún más popular. Posteriormente a la pandemia, se espera que las tendencias evolucionen hacia una combinación de comodidad y estilo, con un enfoque en diseños más elegantes y sofisticados que se adapten tanto a las necesidades diarias como a ocasiones especiales.</p>	<p>Las tendencias en el calzado femenino han experimentado cambios significativos a lo largo de la pandemia. Antes de la crisis sanitaria, predominaban los diseños clásicos, elegantes y funcionales. Durante la pandemia, hubo una preferencia por la comodidad extrema, con una mayor demanda de zapatillas y calzado casual. Ahora, en la etapa post-pandemia, se espera una fusión entre la comodidad y el estilo, con un enfoque en diseños más sofisticados y elegantes que puedan adaptarse tanto a las necesidades diarias como a las ocasiones especiales.</p>
<p>2. ¿Cuál es la característica actual de la producción de calzado femenino en términos de diseño y estilo?</p>					

<p>Moda: Diseños impactantes Combinaciones Detalles</p>	<p>Nuestra industria no tiene una característica marcada en ese sentido, al contrario, nosotros traemos mucho lo que es la moda extranjera, mediante eso nosotros tenemos que desarrollar y adaptarnos al mercado.</p>	<p>Diseños variados, diseños que impacten, diseños que llamen mucho la atención. Y el estilo sería de vestir elegante, que es nuestra línea. La elegancia, la sobriedad, y ante todo ahorita las mujeres, están buscando mucha comodidad.</p>	<p>En términos de diseño y estilo varían según las tendencias de la moda y las preferencias del mercado en un momento dado. Sin embargo, en general, se observan varias características comunes en la producción de calzado femenino en cuero como la variedad de diseños, combinaciones de estilos, detalles, adornos, colores, texturas.</p>	<p>La característica actual de la producción de calzado femenino en términos de diseño y estilo es la diversidad y la individualidad. La producción de calzado femenino en la actualidad se caracteriza por su variedad, individualidad, atención a los detalles y compromiso con la sostenibilidad.</p>	<p>La industria del calzado femenino se caracteriza por la adaptación a las tendencias de la moda extranjera y la búsqueda de diseños variados y llamativos. Aunque la elegancia y la sobriedad son elementos importantes, actualmente se enfatiza la comodidad como una prioridad para las mujeres. La producción de calzado femenino destaca por su diversidad, individualidad y atención a los detalles, además de un compromiso creciente con la sostenibilidad.</p>
<p>3. ¿Cree que el enfoque en el confort y la comodidad del calzado ha aumentado como resultado de la pandemia?</p>					
<p>Bienestar: Suavidad Ergonomía Confort</p>	<p>Eso es muy importante, hoy en día cambiamos porque el cliente final nos pide, nos insiste mucho en lo que es confort, suavidad, sin dejar de lado la elegancia, pero es algo muy importante el día de hoy.</p>	<p>Prácticamente en la pandemia nosotros estábamos acostumbrados a un zapato suave, a un zapato cómodo. Y ahora igual la gente busca, las mujeres en especial, que es nuestra línea, buscan algo cómodo, bonito y a la moda.</p>	<p>Durante la pandemia, ha habido un mayor enfoque en el confort y la comodidad del calzado. Las personas han pasado más tiempo en casa y han buscado opciones de calzado que les brinden comodidad mientras trabajan o se relajan en casa. Además, con la adopción de medidas de distanciamiento social y restricciones de movimiento, la necesidad de calzado cómodo para actividades al aire libre, como caminar o hacer ejercicio, también ha aumentado.</p>	<p>La pandemia ha cambiado las prioridades de los consumidores, y ahora valoran más que nunca el confort y la comodidad en su calzado. Hemos adaptado a esta demanda creciente al diseñar nuestros zapatos con materiales de alta calidad y tecnologías ergonómicas que brindan una experiencia cómoda durante todo el día. Nuestro objetivo es ofrecer calzado elegante y a la moda sin comprometer el bienestar y la salud de nuestros clientes.</p>	<p>La pandemia ha impulsado un mayor enfoque en el confort y la comodidad del calzado. Los clientes, especialmente las mujeres, buscan zapatos que sean cómodos y a la moda. Durante este tiempo, se ha observado un cambio en las prioridades de los consumidores, quienes valoran más que nunca el bienestar y la salud en su elección de calzado. Como resultado, se ha adaptado la oferta para proporcionar zapatos elegantes y a la moda sin comprometer la comodidad y el confort de los clientes potenciales.</p>
<p>4. ¿Cuáles son los cambios que ha experimentado la demanda de calzado informal en comparación con el calzado casual – formal en los periodos de prepandemia, pandemia y postpandemia?</p>					

Calzado informal: Barato Copia Relajado	La línea informal siempre nos está complicando porque es algo que ellos copian a las grandes empresas, a las grandes industrias y por ende dañan al mercado.	Antes de la pandemia había poco calzado informal. Durante la pandemia, como no hubo poder adquisitivo, se bajaron costos, se bajaron materiales, entonces se produjo más en sintéticos, se produjo más en que hacía un zapato bueno, bonito, con costuras más finas, ya no existe.	La demanda de calzado informal ha experimentado cambios significativos durante los diferentes periodos de prepandemia, pandemia y postpandemia. Durante la pandemia, la demanda de calzado informal se incrementó, ya que las personas pasaron más tiempo en casa y optaron por opciones cómodas y relajadas. Sin embargo, en el periodo postpandemia, se espera que haya un aumento en la demanda de calzado casual-formal a medida que las actividades sociales y laborales se reanuden.	Durante la pandemia, hemos observado un aumento en la demanda de calzado informal en comparación con el calzado casual-formal. Con más personas trabajando y socializando desde casa, ha surgido una necesidad de calzado versátil que pueda adaptarse a diferentes ocasiones, ya sea para una reunión virtual o para salir a dar un paseo. Sin embargo, esperamos que a medida que se recupere la normalidad en el periodo postpandemia, la demanda de calzado casual-formal se fortalezca nuevamente a medida que las actividades sociales y laborales se reanuden.	La demanda de calzado informal ha experimentado cambios significativos durante los distintos periodos, desde antes de la pandemia hasta la actualidad. Sin embargo, se espera que en el periodo postpandemia haya un aumento en la demanda de calzado casual-formal a medida que las actividades sociales y laborales se retomen. La industria del calzado deberá adaptarse a estos cambios y ofrecer opciones que combinen estilo y comodidad para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores, pero manteniendo sus precios.
5. ¿Para usted, cuál ha sido el principal cambio en la producción de calzado femenino desde el inicio de la pandemia?					
Sintético: Bacterias Versatilidad Menor precio	Nos estamos enfocando en el confort sin dejar de lado la suavidad, el cuero que nosotros trabajamos, los materiales son sumamente importantes para nosotros entonces queremos sacar un producto de alta calidad siempre.	Ahora se ha volcado la gente también a lo que es la línea brasileña, que está pésimo en su terminado, pésimo en una presentación, pero el mero hecho de que es brasileño y la gente paga, sin darse cuenta que mañana o más tarde les van a dar problemas en los pies. Porque por más bueno que sea el sintético, siempre	Desde el inicio de la pandemia, se ha observado un cambio en la producción de calzado femenino hacia estilos más versátiles y funcionales. Las marcas han priorizado diseños que se adaptan a diferentes ocasiones y necesidades, como calzado que pueda usarse tanto en entornos casuales como formales. Además, ha habido un	Hemos tenido que priorizar la incorporación de materiales lavables y de fácil limpieza, así como incorporar características que promuevan la higiene y el bienestar, como plantillas transpirables y suelas antideslizantes. Además, hemos incrementado nuestros esfuerzos en el desarrollo de canales de venta en línea y estrategias	Durante la pandemia ha habido un cambio en la producción de calzado femenino, enfocándose en estilos versátiles y funcionales que se adaptan a diversas ocasiones. Las marcas han priorizado la comodidad y el soporte, incorporando tecnologías y materiales de alta calidad. Se ha prestado atención especial a la higiene y el bienestar, utilizando materiales lavables y de fácil limpieza, así como características

		suda, siempre trae bacterias y ahí se producen igual los hongos.	enfoque en la incorporación de tecnologías y materiales que brinden mayor comodidad y soporte.	de marketing digital para llegar a nuestros clientes de manera efectiva en un entorno predominantemente virtual.	que promueven la transpirabilidad y la seguridad. Además, se ha dado un impulso significativo a las ventas en línea y estrategias de marketing digital para dirigir a los clientes a un entorno virtual predominante. La calidad y el confort siguen siendo pilares fundamentales en la producción de calzado femenino.
6. ¿Cómo ha cambiado la entrega de materia prima, materiales e insumos a los fabricantes de calzado femenino?					
Proveedores Plazos Transporte Problemas logísticos	El día de hoy está muy difícil encontrar proveeduría ya que los costos han subido demasiado, hay muchos impuestos, muchas trabas; las personas que nos traen nos suben demasiado la importación entonces se hace muy difícil trabajar.	En sí los fabricantes o los proveedores ahora se están demorando 15, 20 y hasta más de un mes, dos meses, especialmente en lo que es materia prima importada. Esa materia prima importada se demora uno o dos meses en venir. Ya no es como antes, 20 días, pues 20 días nos entregaban, ahora ya no.	La entrega de materia prima, materiales e insumos a los fabricantes de calzado femenino ha experimentado algunas interrupciones y retrasos debido a la pandemia. Los cierres de fronteras y las restricciones de transporte han afectado la cadena de suministro global. Además, los precios de algunos materiales han experimentado fluctuaciones debido a la escasez o la alta demanda. Al mismo tiempo, se han desarrollado y utilizado nuevos materiales que se adaptan a las necesidades cambiantes de la industria y los consumidores.	Durante la pandemia, hemos enfrentado desafíos en la entrega de materia prima, materiales e insumos debido a las interrupciones en la cadena de suministro global. Los retrasos en la producción y los problemas logísticos han sido comunes, lo que ha afectado los plazos de entrega. Además, los precios de algunos materiales han experimentado fluctuaciones debido a la escasez y la alta demanda. Sin embargo, nos hemos adaptado buscando alternativas y estableciendo relaciones sólidas con proveedores confiables. En cuanto a nuevos materiales, estamos constantemente explorando opciones más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente para	La pandemia ha generado dificultades en la obtención de proveeduría para la industria del calzado femenino. Los cierres de fronteras y las restricciones de transporte han causado retrasos en la entrega de materia prima, materiales e insumos, mientras que los costos han aumentado debido a impuestos y trabas adicionales. A pesar de estos desafíos, los fabricantes han buscado soluciones alternativas y se ha establecido relaciones sólidas con proveedores confiables. Además, se ha puesto énfasis en la exploración de nuevos materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente para mantener la innovación en la industria.

				mantenernos a la vanguardia de la innovación en la industria del calzado femenino.	
7. ¿Qué tipos de materiales son más populares en la producción de calzado femenino después de la pandemia?					
Materiales: Cuero TR Caucho	El cuero es sumamente importante e innovador, hoy con técnicas mucho más pasivas para el medio ambiente, forros, incluso pegantes que sean amigables con el medio ambiente y eso es lo que estamos buscando trabajar.	En nuestra línea nosotros seguimos trabajando con lo que es el cuero, con lo que es forros textiles y plantas en TR. Producimos en TR y en caucho con olor, en nuestras propias huellas.	Los materiales que han ganado popularidad en la producción de calzado femenino son aquellos que combinan comodidad y estilo. Se buscan materiales transpirables, flexibles y duraderos, como cueros de alta calidad, tejidos técnicos, mallas y materiales sintéticos muy poco porque son aquellos que posteriormente van a presentar problemas en los pies como sudoración excesiva y por esta razón en específico no podemos trabajar con ese tipo de material.	Después de la pandemia, hemos observado que los materiales más populares en la producción de calzado femenino son aquellos que ofrecen una combinación de estilo, comodidad y durabilidad. Los cueros de alta calidad siguen siendo muy solicitados debido a su aspecto elegante y su capacidad para adaptarse a diferentes estilos de calzado. También hemos notado un aumento en la demanda de materiales sintéticos de alta calidad que ofrecen características como la transpirabilidad y la resistencia al agua. Además, los materiales eco amigable y sostenible han ganado popularidad entre los consumidores conscientes del medio ambiente.	El calzado femenino ha puesto énfasis en la innovación de materiales, centrándose en opciones más respetuosas con el entorno. Se ha buscado emplear cueros de excelente calidad, forros textiles y materiales como TR y caucho, los cuales brindan tanto durabilidad como comodidad. Estos materiales combinan estilo y funcionalidad al ser transpirables y flexibles. Se ha observado un aumento en la demanda de materiales sintéticos de alta calidad que ofrecen características como resistencia al agua. Además, los materiales ecológicos y sostenibles han ganado popularidad entre los consumidores que están comprometidos con la protección del medio ambiente.
8. ¿Cómo ha afectado la pandemia a la capacidad productiva de los fabricantes de calzado femenino para cumplir con los pedidos y plazos de entrega?					

Mano de obra: Calificada Protocolos Compromiso	La mano de obra ha escaseado mucho, gente se ha ido del país, nos ha abandonado por buscar unos nuevos horizontes para ellos, pero aquí ya no tenemos esa mano de obra. Siempre estamos manejándonos en el margen de entrega para que el cliente esté satisfecho y pueda tener un producto a tiempo y con lo importante que es que ellos se manejen sobre todo tiempo.	La pandemia se nos complicó más en la cuestión de materia prima porque no se pudo traer y va de la mano como no se puede producir, esto es una rueda, no se puede producir, no se puede entregar y la gente se va. La mano de obra calificada no existe, la materia prima se toca esperar mucho tiempo en que nos entreguen. Entonces, por ende, no se puede cumplir con los pedidos a medida de lo que el cliente final necesita.	La capacidad productiva de los fabricantes de calzado femenino se ha visto afectada durante la pandemia debido a las restricciones de trabajo y las interrupciones en la cadena de suministro. Los cierres temporales de fábricas, las limitaciones en la capacidad de producción y los retrasos en la entrega de materiales han dificultado cumplir con los pedidos y los plazos de entrega establecidos previamente.	Hemos implementado protocolos de seguridad e higiene más estrictos para proteger a nuestro equipo y garantizar un ambiente de trabajo seguro. Sin embargo, a pesar de estos obstáculos, nos hemos adaptado y hemos encontrado soluciones creativas para mantenernos activos y cumplir con los pedidos de nuestros clientes. Estamos comprometidos en brindar un servicio de calidad y en minimizar cualquier impacto en los plazos de entrega.	El calzado femenino ha enfrentado desafíos significativos durante la pandemia, especialmente en términos de mano de obra y cadena de suministro. La escasez de trabajadores calificados y los retrasos en la entrega de materiales han dificultado la capacidad de cumplir con los pedidos y los plazos establecidos. A pesar de esto, los fabricantes han implementado soluciones creativas para mantenerse operativos y satisfacer las necesidades de sus clientes. A medida que la situación evoluciona, es fundamental seguir adaptándose y buscando formas innovadoras de garantizar la calidad y minimizar los impactos en los plazos de entrega.
9. ¿Cuáles son las estrategias que ha adoptado la empresa para mantenerse activa luego de pasar por una pandemia?					
Estrategias: Calidad Canales digitales Experiencias de compra	Siempre estar innovando, buscando cosas novedosas, que el cliente final nos pida, nos comente, estamos preguntando a gente que tenemos en el extranjero que nos está apoyando, nos ayuda, nos comenta sobre las nuevas tendencias y eso	Tratar de sacar algo que impacte a la vista, algo cómodo, algo bueno, con un buen costo y nosotros seguir manteniendo los plazos, los plazos de crédito.	Hemos fortalecido la presencia en línea, mejorando nuestras plataformas de comercio electrónico y promoviendo ventas en línea con catálogos digitales. También hemos diversificado la oferta de productos, incluyendo opciones de calzado más cómodo y adaptándonos a las necesidades del consumidor actual. Además, hemos reevaluado nuestros	Se ha fortalecido nuestra presencia en el mercado en línea, optimizando nuestra tienda virtual y mejorando la experiencia de compra en línea para nuestros clientes. Hemos enfocado nuestros esfuerzos en la comunicación y la conexión con nuestros clientes a través de las redes sociales y el correo electrónico, brindando contenido relevante y promoviendo	Se promueven las ventas digitales con catálogos interactivos. Además, la oferta de productos para incluir opciones de calzado más cómodo y adaptarse a las demandas actuales. También la priorización de la comunicación con los usuarios a través de redes sociales y correos electrónicos, brindando contenido relevante y promoviendo la marca.

	estamos buscando constantemente.		procesos de producción y hemos implementado medidas de seguridad e higiene para poder garantizar la salud de nuestros empleados y clientes.	nuestra marca. También hemos ampliado nuestra gama de productos y hemos diversificado nuestras líneas de calzado para adaptarnos a las nuevas preferencias y necesidades de los consumidores. Entonces, hemos buscado ser flexibles, innovadores y estar en sintonía con los cambios en el mercado para mantenernos activos y relevantes en el sector del calzado femenino.	
10. ¿Con qué frecuencia se solían realizar pedidos de calzado al por mayor antes, durante y después de la pandemia?					
Compras: Frecuencia Vendedores Inventarios	Nuestra línea siempre ha sido algo que a nuestros clientes les ha gustado, nosotros manejamos un vendedor, constantemente están visitando los clientes, estamos manejando también las líneas telefónicas, redes sociales para saber cómo se está manejando nuestra mercadería, que están necesitando los clientes, mediante eso	Antes de la pandemia el cliente pedía por lo menos una o dos veces por mes o por lo menos una vez al mes. Hablamos de que estaban produciéndose 100 pares diarios. Durante la pandemia hubo prácticamente todo un año que no se produjo nada, luego se volvió a producir, hablemos de 20, de 30 pares diarios. Ahorita tras postpandemia estamos tratando de anivelarnos en unos 50 pares diarios. Pero sí es muy difícil, el mercado sí se ha complicado. El mercado ahora exige bueno, bonito	Los pedidos de calzado al por mayor solían realizarse con más frecuencia, ya que las tiendas y distribuidores necesitaban mantener inventarios para satisfacer la demanda. Sin embargo, durante la pandemia, la incertidumbre en el mercado y las restricciones de movimiento llevaron a una disminución en los pedidos al por mayor. Es posible que se hayan realizado pedidos con menor frecuencia y en cantidades más ajustadas a la demanda actual. En el periodo postpandemia, se espera que los pedidos al por mayor se reactiven a medida	Solíamos recibir pedidos de calzado al por mayor con una frecuencia regular y constante 20 a 30 días, dependiendo de las necesidades y estrategias de nuestros clientes mayoristas. Durante la pandemia, la frecuencia de los pedidos disminuyó significativamente debido a las restricciones en las actividades comerciales y a la incertidumbre en el mercado. Sin embargo, a medida que se recupera la normalidad y se restablecen las actividades comerciales, estamos observando un aumento gradual en la	Durante la pandemia, hubo una disminución en la frecuencia de los pedidos de calzado al por mayor debido a las restricciones comerciales y la incertidumbre del mercado. Sin embargo, a medida que se recupera la normalidad y se restablecen las actividades comerciales, estamos observando un aumento gradual en la frecuencia de los pedidos. Los clientes mayoristas están reabasteciendo sus inventarios y confiando nuevamente en la demanda del mercado. Además, se ha fortalecido la comunicación con los clientes a través de visitas regulares, líneas telefónicas y redes sociales para garantizar una atención eficiente y ofrecer

	sacamos un promedio de 50 pares diarios y eso es lo que estamos haciendo en este momento.	y barato. En pandemia se cerró, prácticamente un año que no se trabajó. Post pandemia, como repito, se están tratando de mantener a un nivel de producción de 40 pares diarios.	que se recupere la confianza del consumidor y la demanda se estabilice.	frecuencia de los pedidos de calzado al por mayor. Los clientes mayoristas están reabasteciendo sus inventarios y confiando nuevamente en la demanda del mercado.	productos que cumplan con las expectativas del mercado actual.
11. ¿Cree usted que a partir de la pandemia ha aumentado el precio en el calzado femenino?					
Precio: Ajuste Costos altos	Nos hemos ajustado un poco más porque sabemos lo duro y lo difícil que está la economía de nuestro país, así es que siempre estamos tratando de ajustarnos en lo posible a nuestro mercado.	En el calzado no, pero sí en la materia prima. Entonces nosotros como empresas estamos aguantando el costo de la materia prima, porque todo esta sube, sube, sube. En sí, incluso las primeras impostaciones subieron muchísimo en cuanto a transportes, en cuanto a traernos ya sea vía fluvial o sea vía aérea. Subió muchísimo el costo de los contenedores. Ahora algo se está nivelando, pero nosotros al cliente final no le podemos subir un centavo. El cliente no acepta una subida.	Aunque los precios pueden variar según el mercado y la marca específica, en general, la pandemia ha tenido un impacto mixto en los precios del calzado femenino. Por un lado, algunas marcas han tenido que ajustar sus precios debido a los mayores costos de producción y las dificultades en la cadena de suministro. Por otro lado, la disminución en la demanda durante la pandemia ha llevado a algunas promociones y descuentos en el calzado femenino. En general, es importante tener en cuenta que los precios pueden ser influenciados por múltiples factores y pueden variar según la marca y la ubicación geográfica.	Hemos observado un ligero aumento en los precios del calzado femenino a partir de la pandemia. Esto se debe a varios factores, como los costos de producción adicionales debido a las medidas de seguridad e higiene implementadas, así como a las fluctuaciones en los precios de las materias primas y los costos de envío. Sin embargo, nos esforzamos por mantener una relación equilibrada entre la calidad de nuestros productos y su precio, ofreciendo calzado de alta calidad a precios justos y competitivos.	La pandemia ha tenido un gran impacto en los precios del calzado femenino, esto se debe a los mayores costos de producción, las fluctuaciones en los precios de la materia prima y los costos de envío. Como empresas, existe un esfuerzo por mantener una relación equilibrada entre la calidad del producto y su precio. A pesar de los desafíos, se continúa buscando formas de optimizar procesos para mantenerse a la vanguardia de la industria del calzado femenino.
12. ¿Ha observado cambios en los canales de compra de calzado debido a la pandemia?					

<p>Canales de compra: Tienda física Tienda virtual Marketing digital</p>	<p>Nuestra empresa no, pero sé que ese es el camino final, tenemos que manejar redes sociales, hoy en día es muy importante para todas las empresas y esperamos nosotros también ingresar a ese mundo.</p>	<p>Antes de la pandemia era vis a vis. Uno se iba y se trabajaba con el cliente directo. Durante la pandemia obviamente no se vendió mayor cosa, pero se retomó lo que es las redes sociales. Y postpandemia, pese a que estamos vis a vis con el cliente, también se ha repuntado en lo que es las redes sociales. Es una nueva estrategia del productor.</p>	<p>La pandemia ha provocado cambios significativos en los canales de compra de calzado. Con el cierre de tiendas físicas y las medidas de distanciamiento social, las compras en línea se han vuelto más populares. Muchas personas han optado por comprar calzado a través de plataformas de comercio electrónico y aplicaciones de compra en línea. Además, se han implementado medidas de seguridad en las tiendas físicas, como el control del aforo y el fomento del distanciamiento social, lo que ha llevado a cambios en la experiencia de compra tradicional.</p>	<p>Los clientes ahora buscan la comodidad y la seguridad de comprar desde casa, por lo que hemos optimizado nuestra plataforma en línea y hemos mejorado la experiencia de compra en línea para satisfacer estas necesidades. Sin embargo, también reconocemos la importancia de mantener una presencia en las tiendas físicas y estamos trabajando en colaboración con nuestros socios minoristas para adaptarnos a las nuevas normas y brindar una experiencia segura y agradable para nuestros clientes.</p>	<p>La pandemia ha transformado significativamente los canales de compra de calzado, priorizando las ventas en línea debido al cierre de tiendas físicas y las medidas de distanciamiento social. Se ha continuado esta tendencia y ha mejorado las plataformas en línea de cada empresa para ofrecer una experiencia de compra cómoda y segura desde el hogar.</p>
<p>13. ¿Por qué cree usted que es importante realizar un análisis en el consumo de calzado prepandemia y postpandemia? ¿Por qué creería que es importante comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia?</p>					
<p>Consumo de calzado: Características Necesidades del nuevo usuario Nuevas oportunidades</p>	<p>Es importante saber en qué estamos fallando a lo mejor o donde podemos mejorar, donde podemos proyectarnos para salir de una pandemia que prácticamente nos terminó y levantarnos de ahí es muy difícil, pero</p>	<p>No sabemos qué está pasando, no sabemos qué fenómeno se está dando ahorita. Después de mantenernos prácticamente un año encerrados, sin trabajar, sin tener proveeduría, sin tener mano de obra, sin tener materiales. Entonces sí se nos está complicando y gracias a estos estudios por lo menos nos van a dar una</p>	<p>Comprender estos cambios permitirá a las empresas ajustar sus estrategias de producción, diseño y marketing para satisfacer las necesidades actuales del consumidor. Además, el análisis del consumo postpandemia puede brindar nuevas perspectivas sobre las tendencias emergentes y las oportunidades de mercado en el futuro</p>	<p>Comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia nos permite ajustar nuestra estrategia de negocio, adaptar nuestra oferta de productos y servicios, y anticiparnos a las nuevas demandas del mercado. Esto nos ayuda a mantenernos relevantes, a desarrollar relaciones sólidas con nuestros clientes y a seguir</p>	<p>Comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia es crucial para mejorar y proyectar el futuro de las empresas. Mediante estudios y análisis, se identifican las debilidades, así como las áreas en las que se debe mejorar y destacar de una manera distinta a la que se estaba acostumbrado, así el cliente va a fidelizarse con la marca debido a que la misma tiende a adaptarse a los cambios y</p>

	estamos por ese camino. Pienso que un estudio siempre nos va a ayudar, nos va a guiar, es muy importante.	luz a decirnos. No es el único por lo menos y se puede, se puede seguir luchando, se puede sacar ciertas líneas, a lo mejor otras líneas que nosotros no tenemos.	cercano.	siendo una opción preferida en el competitivo mercado del calzado femenino. Además, un análisis comparativo entre el consumo prepandemia y postpandemia puede revelar tendencias emergentes y oportunidades de crecimiento que podemos aprovechar en nuestro negocio.	necesidades del consumidor con mayor facilidad.
--	---	---	----------	---	---

Nota. Matriz de resultados – entrevistas, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

Tabla 13 Matriz de análisis comparativo – entrevistas dirigidas a Bettini, Que cueros, Dacris y Armandiny.

Ficha de análisis comparativo (Fabricantes)				
1. ¿Cuáles han sido las tendencias que se han manejado antes, durante y después de la pandemia?				Síntesis integral
	Pre pandemia	Pandemia	Post pandemia	
Informante 1 Jorge Pintado	Línea de zapato muy clásico, fino, elegante.	Zapato cómodo, muy flexible	La línea cuadrada, una línea más fashion, suave.	Las tendencias en el calzado femenino han experimentado cambios significativos a lo largo de la pandemia. Antes de la crisis sanitaria, predominaban los diseños clásicos, elegantes y funcionales. Durante la pandemia, hubo una preferencia por la comodidad extrema, con una mayor demanda de zapatillas y calzado casual. Ahora, en la etapa post-pandemia, se espera una fusión entre la comodidad y el estilo, con un
Informante 2 Héctor Parra	Tacos normales, con botines de vestir, zapato de vestir.	Cómodo, más suave, zapatillas, zapato bajo, se quedó la elegancia a un lado.	Cómodo, entre casual, y poco a poco nuevamente se introduce al mercado lo que es zapato fino de vestir, tacos.	
Informante 3 Ángel Núñez	Tacones, botas largas, estilos más finos, más de vestir.	Las zapatillas, el casual.	Zapato con estilo, un zapato fino, pero muy suave.	
Informante 4 Enma Calero	Comodidad y la versatilidad, con un énfasis en los diseños minimalistas y funcionales.	Comodidad extrema, con un aumento en la demanda de zapatillas y calzado deportivo para	Combinación de comodidad y estilo, diseños más elegantes y sofisticados que se adapten tanto a	

		uso diario.	las necesidades diarias como a ocasiones especiales.	enfoque en diseños más sofisticados y elegantes que puedan adaptarse tanto a las necesidades diarias como a las ocasiones especiales.
2. ¿Cuál es la característica actual de la producción de calzado femenino en términos de diseño y estilo?				Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	No tiene una característica marcada en ese sentido, al contrario, traen lmoda extranjera.			La industria del calzado femenino se caracteriza por la adaptación a las tendencias de la moda extranjera y la búsqueda de diseños variados y llamativos. Aunque la elegancia y la sobriedad son elementos importantes, actualmente se enfatiza la comodidad como una prioridad para las mujeres. La producción de calzado femenino destaca por su diversidad, individualidad y atención a los detalles, además de un compromiso creciente con la sostenibilidad.
Informante 2 Héctor Parra	Diseños variados, diseños que impacten, diseños que llamen la atención. Y el estilo sería de vestir elegante y sobrio.			
Informante 3 Ángel Núñez	Varían según las tendencias de la moda y las preferencias del mercado en un momento dado. Variedad de diseños, combinaciones de estilos, detalles, adornos, colores, texturas.			
Informante 4 Enma Calero	Se caracteriza por su variedad, individualidad, atención a los detalles y compromiso con la sostenibilidad.			
3. ¿Cree que el enfoque en el confort y la comodidad del calzado ha aumentado como resultado de la pandemia?				Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	El cliente insiste en el confort, suavidad, sin dejar de lado la elegancia.			La pandemia ha impulsado un mayor enfoque en el confort y la comodidad del calzado. Los clientes, especialmente las mujeres, buscan zapatos que sean cómodos y a la moda. Durante este tiempo, se ha observado un cambio en las prioridades de los consumidores, quienes valoran más que nunca el bienestar y la salud en su elección de calzado. Como resultado, se ha adaptado la oferta para proporcionar zapatos elegantes y a la moda sin comprometer la comodidad y el confort de los clientes potenciales.
Informante 2 Héctor Parra	Buscan algo cómodo y a la moda.			
Informante 3 Ángel Núñez	Necesita calzado cómodo para actividades al aire libre, como caminar o hacer ejercicio, también ha aumentado.			
Informante 4 Enma Calero	Zapatos con materiales de alta calidad y tecnologías ergonómicas que brindan una experiencia cómoda durante todo el día. El objetivo es ofrecer calzado elegante y a la moda sin comprometer el bienestar y la salud de nuestros clientes.			
4. ¿Cuáles son los cambios que ha experimentado la demanda de calzado informal en comparación con el calzado				Síntesis integral

casual – formal en los periodos de pre pandemia, pandemia y post pandemia?			
Informante 1 Jorge Pintado	La línea informal es algo que ellos copian a las grandes empresas, a las grandes industrias y por ende dañan al mercado.	Ha aumentado su consumo por sus bajos costos.	Se recupera gradualmente el consumo de calzado casual – formal con la reapertura de oficinas y eventos sociales.
Informante 2 Héctor Parra	Poco calzado informal.	Durante la pandemia, como no hubo poder adquisitivo, se bajaron costos, se bajaron materiales, entonces se produjo más en sintético.	Es relevante pero tiene una gran posición en el mercado.
Informante 3 Ángel Núñez	Los consumidores valoraban la versatilidad del calzado casual-formal, buscando opciones que pudieran adaptarse tanto a un ambiente de trabajo como a ocasiones más relajadas.	Durante la pandemia, la demanda de calzado informal se incrementó, ya que las personas pasaron más tiempo en casa y optaron por opciones cómodas y relajadas.	Se espera que haya un aumento en la demanda de calzado casual-formal a medida que las actividades sociales y laborales se reanuden.
Informante 4 Enma Calero	Demanda de calzado informal equilibrada.	Aumento en la demanda de calzado informal en comparación con el calzado casual-formal. Con más personas trabajando y socializando desde casa, ha surgido una necesidad de calzado versátil que pueda adaptarse a diferentes ocasiones, ya sea para una reunión virtual o para salir a dar un paseo.	La demanda de calzado casual-formal experimentará un fortalecimiento a medida que las actividades sociales y laborales sean retomadas nuevamente.
5. ¿Para usted, cuál ha sido el principal cambio en la producción de calzado femenino desde el inicio de la pandemia?			
Informante 1 Jorge Pintado	Nos estamos enfocando en el confort sin dejar de lado la suavidad, productos de alta calidad.		
Informante 2 Héctor Parra	Línea brasileña, que está pésimo en su terminado, pésimo en una presentación, pero el mero hecho de que es brasileño y la gente paga.		
Informante 3 Ángel Núñez	Estilos más versátiles y funcionales. Las marcas han priorizado diseños que se adapten a diferentes ocasiones y necesidades, como calzado que pueda usarse tanto en entornos casuales como formales. Además, ha habido un enfoque en la incorporación de tecnologías y materiales que brinden mayor comodidad y soporte.		
Informante 4 Enma Calero	Incorporación de materiales lavables y de fácil limpieza, así como incorporar características que promuevan la higiene y el bienestar, como plantillas transpirables y suelas antideslizantes.		
Síntesis integral			
Durante la pandemia ha habido un cambio en la producción de calzado femenino, enfocándose en estilos versátiles y funcionales que se adapten a diversas ocasiones. Las marcas han priorizado la comodidad y el soporte, incorporando tecnologías y materiales de alta calidad. Se ha prestado atención			

		especial a la higiene y el bienestar, utilizando materiales lavables y de fácil limpieza, así como características que promueven la transpirabilidad y la seguridad. Además, se ha dado un impulso significativo a las ventas en línea y estrategias de marketing digital para dirigir a los clientes a un entorno virtual predominante. La calidad y el confort siguen siendo pilares fundamentales en la producción de calzado femenino.
6. ¿Cómo ha cambiado la entrega de materia prima, materiales e insumos a los fabricantes de calzado femenino?		Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	Los costos han subido demasiado, hay muchos impuestos.	La pandemia ha generado dificultades en la obtención de proveeduría para la industria del calzado femenino. Los cierres de fronteras y las restricciones de transporte han causado retrasos en la entrega de materia prima, materiales e insumos, mientras que los costos han aumentado debido a impuestos y trabas adicionales. A pesar de estos desafíos, los fabricantes han buscado soluciones alternativas y se ha establecido relaciones sólidas con proveedores confiables. Además, se ha puesto énfasis en la exploración de nuevos materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente para mantener la innovación en la industria
Informante 2 Héctor Parra	La materia prima importada se demora uno o dos meses en venir. Ya no es como antes, 20 días, pues 20 días nos entregaban, ahora ya no	
Informante 3 Ángel Núñez	Interrupciones y retrasos debido a la pandemia. Los cierres de fronteras y las restricciones de transporte han afectado la cadena de suministro global.	
Informante 4 Enma Calero	Interrupción en la cadena de suministro global. Los retrasos en la producción y los problemas logísticos han sido comunes, lo que ha afectado los plazos de entrega..	
7. ¿Qué tipos de materiales son más populares en la producción de calzado femenino después de la pandemia?		Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	El cuero es sumamente importante e innovador.	El calzado femenino ha puesto énfasis en la innovación de

Informante 2 Héctor Parra	El cuero, con lo que es forros textiles, plantas en TR y en caucho con olor.	materiales, centrándose en opciones más respetuosas con el entorno. Se ha buscado emplear cueros de excelente calidad, forros textiles y materiales como TR y caucho, los cuales brindan tanto durabilidad como comodidad. Estos materiales combinan estilo y funcionalidad al ser transpirables y flexibles. Se ha observado un aumento en la demanda de materiales sintéticos de alta calidad que ofrecen características como resistencia al agua. Además, los materiales ecológicos y sostenibles han ganado popularidad entre los consumidores que están comprometidos con la protección del medio ambiente.
Informante 3 Ángel Núñez	Materiales transpirables, flexibles y duraderos, como cueros de alta calidad, tejidos técnicos, mallas.	
Informante 4 Enma Calero	Los cueros de alta calidad siguen siendo muy solicitados debido a su aspecto elegante y su capacidad para adaptarse a diferentes estilos de calzado.	
8. ¿Cómo ha afectado la pandemia a la capacidad productiva de los fabricantes de calzado femenino para cumplir con los pedidos y plazos de entrega?		Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	Escasa mano de obra.	El calzado femenino ha enfrentado desafíos significativos durante la pandemia, especialmente en términos de mano de obra y cadena de suministro. La escasez de trabajadores calificados y los retrasos en la entrega de materiales han
Informante 2 Héctor Parra	Disminución de la materia prima = gente sin trabajo.	
Informante 3 Ángel Núñez	Restricciones de trabajo y las interrupciones en la cadena de suministro. Los cierres temporales de fábricas, las limitaciones en la capacidad de producción y los retrasos en la entrega.	

Informante 4 Enma Calero	Soluciones creativas para mantenernos activos y cumplir con los pedidos de nuestros clientes. Estamos comprometidos en brindar un servicio de calidad y en minimizar cualquier impacto en los plazos de entrega.			dificultado la capacidad de cumplir con los pedidos y los plazos establecidos. A pesar de esto, los fabricantes han implementado soluciones creativas para mantenerse operativos y satisfacer las necesidades de sus clientes. A medida que la situación evoluciona, es fundamental seguir adaptándose y buscando formas innovadoras de garantizar la calidad y minimizar los impactos en los plazos de entrega.
9. ¿Cuáles son las estrategias que ha adoptado la empresa para mantenerse activa luego de pasar por una pandemia?				Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	Siempre estar innovando, buscando cosas novedosas.			Se promueven las ventas digitales con catálogos interactivos. Además, la oferta de productos para incluir opciones de calzado más cómodo y adaptarse a las demandas actuales. También la priorización de la comunicación con los usuarios a través de redes sociales y correos electrónicos, brindando contenido relevante y promoviendo la marca.
Informante 2 Héctor Parra	Tratar de sacar algo que impacte a la vista, algo cómodo, algo bueno, con un buen costo y nosotros seguir manteniendo los plazos, los plazos de crédito.			
Informante 3 Ángel Núñez	Mejora en las plataformas de comercio electrónico y promoviendo ventas en línea con catálogos digitales. Diversificar la oferta de productos.			
Informante 4 Enma Calero	Se ha fortalecido la gama de productos y hemos diversificado nuestras líneas de calzado buscando ser flexibles, innovadores y estar en sintonía con los cambios en el mercado para mantenernos activos y relevantes en el sector del calzado femenino.			
10. ¿Con qué frecuencia se solían realizar pedidos de calzado al por mayor antes, durante y después de la pandemia?				Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	60 – 90 días	Sin visitas.	30 – 60 días.	Durante la pandemia, hubo una disminución en la frecuencia de los pedidos de calzado al por mayor debido a las restricciones comerciales y la incertidumbre del mercado. Sin embargo, a medida que se recupera la normalidad y se restablecen las actividades comerciales, estamos observando un aumento gradual en la frecuencia de los pedidos. Los clientes mayoristas están reabasteciendo sus inventarios y
Informante 2 Héctor Parra	Una o dos veces por mes o por lo menos una vez al mes.	Sin visitas.	30 días.	
Informante 3 Ángel Núñez	Una vez cada dos meses.	Sin visitas.	Una vez por mes.	
Informante 4 Enma Calero	20 a 30 días.	Sin visitas.	30 días.	

				confiando nuevamente en la demanda del mercado. Además, se ha fortalecido la comunicación con los clientes a través de visitas regulares, líneas telefónicas y redes sociales para garantizar una atención eficiente y ofrecer productos que cumplan con las expectativas del mercado actual.
11. ¿Cree usted que a partir de la pandemia ha aumentado el precio en el calzado femenino?				Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	Ajuste de precio.			La pandemia ha tenido un gran impacto en los precios del calzado femenino, esto se debe a los mayores costos de producción, las fluctuaciones en los precios de la materia prima y los costos de envío. Como empresas, existe un esfuerzo por mantener una relación equilibrada entre la calidad del producto y su precio. A pesar de los desafíos, se continúa buscando formas de optimizar procesos para mantenerse a la vanguardia de la industria del calzado femenino.
Informante 2 Héctor Parra	En el calzado no, pero sí en la materia prima.			
Informante 3 Ángel Núñez	Los precios pueden ser influenciados por múltiples factores y pueden variar según la marca y la ubicación geográfica.			
Informante 4 Enma Calero	Fluctuaciones en los precios de las materias primas y los costos de envío.			
12. ¿Ha observado cambios en los canales de compra de calzado debido a la pandemia?				Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	Nuestra empresa no, pero sé que ese es el camino final, tenemos que manejar redes sociales, hoy en día es muy importante para todas las empresas y esperamos nosotros también ingresar a ese mundo.			La pandemia ha transformado significativamente los canales de compra de calzado, priorizando las ventas en línea debido al cierre de tiendas físicas y las medidas de distanciamiento social. Se ha continuado esta tendencia y ha mejorado las plataformas en línea de cada empresa para ofrecer una experiencia de compra cómoda y segura desde el hogar.
Informante 2 Héctor Parra	Antes de la pandemia era vis a vis. Uno se iba y se trabajaba con el cliente directo. Durante la pandemia obviamente no se vendió mayor cosa, pero se retomó lo que es las redes sociales. Y postpandemia, pese a que estamos vis a vis con el cliente, también se ha repuntado en lo que es las redes sociales. Es una nueva estrategia del productor.			
Informante 3 Ángel Núñez	La pandemia ha provocado cambios significativos en los canales de compra de calzado. Con el cierre de tiendas físicas y las medidas de distanciamiento social, las compras en línea se han vuelto más populares. Muchas personas han optado por comprar calzado a través de plataformas de comercio electrónico y aplicaciones de compra en línea. Además, se han implementado medidas de seguridad en las tiendas físicas, como el control del aforo y el fomento del distanciamiento social, lo que ha llevado a cambios en la experiencia de compra tradicional.			

Informante 4 Enma Calero	Los clientes ahora buscan la comodidad y la seguridad de comprar desde casa, por lo que hemos optimizado nuestra plataforma en línea y hemos mejorado la experiencia de compra en línea para satisfacer estas necesidades. Sin embargo, también reconocemos la importancia de mantener una presencia en las tiendas físicas y estamos trabajando en colaboración con nuestros socios minoristas para adaptarnos a las nuevas normas y brindar una experiencia segura y agradable para nuestros clientes.	
13. ¿Por qué cree usted que es importante realizar un análisis en el consumo de calzado prepandemia y postpandemia? ¿Por qué creería que es importante comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia?		Síntesis integral
Informante 1 Jorge Pintado	Es importante saber en qué estamos fallando a lo mejor o donde podemos mejorar, donde podemos proyectarnos para salir de una pandemia que prácticamente nos terminó y levantarnos de ahí es muy difícil, pero estamos por ese camino. Pienso que un estudio siempre nos va a ayudar, nos va a guiar, es muy importante.	Comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia es crucial para mejorar y proyectar el futuro de las empresas. Mediante estudios y análisis, se identifican las debilidades, así como las áreas en las que se debe mejorar y destacar de una manera distinta a la que se estaba acostumbrado, así el cliente va a fidelizarse con la marca debido a que la misma tiende a adaptarse a los cambios y necesidades del consumidor con mayor facilidad.
Informante 2 Héctor Parra	No sabemos qué está pasando, no sabemos qué fenómeno se está dando ahorita. Después de mantenernos prácticamente un año encerrados, sin trabajar, sin tener proveeduría, sin tener mano de obra, sin tener materiales. Entonces sí se nos está complicando y gracias a estos estudios por lo menos nos van a dar una luz a decirnos. No es el único por lo menos y se puede, se puede seguir luchando, se puede sacar ciertas líneas, a lo mejor otras líneas que nosotros no tenemos.	
Informante 3 Ángel Núñez	Comprender estos cambios permitirá a las empresas ajustar sus estrategias de producción, diseño y marketing para satisfacer las necesidades actuales del consumidor. Además, el análisis del consumo postpandemia puede brindar nuevas perspectivas sobre las tendencias emergentes y las oportunidades de mercado en el futuro cercano.	
Informante 4 Enma Calero	Comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia nos permite ajustar nuestra estrategia de negocio, adaptar nuestra oferta de productos y servicios, y anticiparnos a las nuevas demandas del mercado. Esto nos ayuda a mantenernos relevantes, a desarrollar relaciones sólidas con nuestros clientes y a seguir siendo una opción preferida en el competitivo mercado del calzado femenino. Además, un análisis comparativo entre el consumo prepandemia y postpandemia puede revelar tendencias emergentes y oportunidades de crecimiento que podemos aprovechar en nuestro negocio.	

Nota. Matriz de análisis comparativo - entrevista, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

Conclusión

Al analizar los datos y examinar los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los fabricantes de calzado femenino casual – formal en cuero en la ciudad de Ambato, se concluye que la pandemia fue un punto importante de partida para realizar cambios dentro de cada una de las empresas, esto debido a que se vieron en la necesidad de ajustarse a una tendencia novedosa, la cual requería de costos bajos, excelentes materiales e insumos, mano de obra calificada y experta en el campo del calzado, calidad y garantía del producto final, sin embargo los consumidores no contaban con que la emergencia sanitaria los obligue a adaptarse a un nuevo estilo de vida en el que su hogar se transforme en su nuevo sitio de trabajo durante aproximadamente dos años, por ello, no tenían la necesidad de adquirir un calzado para lucir diariamente o eventos especiales al contrario, la salud y el bienestar fueron la prioridad en este periodo.

El cierre de varias fábricas de calzado se debió a diferentes factores. Uno de ellos fue la reducción en la demanda del consumo de calzado debido a la disminución del poder adquisitivo de los usuarios, especialmente durante la pandemia. Además, la competencia de las importaciones de calzado, que muchas veces ofrecían precios más bajos, también impactó negativamente en las ventas de las fábricas locales. Otro factor importante fue el aumento en los costos de producción, como el precio de los materiales y la mano de obra, lo que hizo difícil para algunas fábricas mantenerse rentables. Todos estos factores combinados llevaron al cierre de numerosas fábricas de calzado, lo que representó un desafío para el sector en general.

Bettini, Dacris, Que cueros y Armandiny son las empresas que han logrado mantenerse activas luego de la pandemia debido a que se adaptaron rápidamente a los cambios tales como, la frecuencia de compra, la competencia del comercio electrónico, adquisición de producto extranjero y los problemas financieros, diversificaron su oferta, desarrollaron estrategias efectivas de ventas, innovaron su producto y esos factores ayudaron a para que de esta manera se puedan mantener parcial o totalmente sus niveles de producción teniendo mayor probabilidad de sobrevivir y mantenerse en el mercado.

Tabla 14 Matriz de análisis de resultados - ficha de observación

Matriz de resultados fichas de observación														
Post pandemia														
Categoría/Códigos	Informante 1 Jorge Pintado Bettini			Informante 2 Héctor Parra Que Cueros			Informante 3 Ángel Núñez Dacris			Informante 4 Enma Calero Armandiny			Resultado	Síntesis Integral
	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3		
1. Análisis estético														
Material Capellada: 1. Napa 2. Cristal 3. Nubuck 4. Charol	3	4	2	1	2	2	3	3	4	1	1	3	Napa: 3 Cristal:3 Nubuck: 4 Charol: 2	En la post pandemia, el nubuck ha surgido como el tipo de cuero más utilizado en la industria. Este material se distingue por su elegancia y suavidad al tacto, lo que lo convierte en una elección ideal para prendas de vestir y accesorios de alta calidad. Tiene un aspecto aterciopelado y una textura suave al contacto, es importante mencionar que otros tipos de cuero, como la napa y el cristal, han ganado popularidad en la post pandemia
Material interno: Tela sublimada Tela	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Tela sublimada: 3 Tela: 9	La tela sublimada utilizada en el forro del calzado es más costosa debido a su proceso de producción especializado y la posibilidad de imprimir diseños complejos y detallados. Sin embargo, para reducir el precio final del zapato, se prefiere utilizar una tela de un solo color y más sencilla, que sea más económica pero aún cumpla con los estándares de calidad necesarios. Esto permite ofrecer un producto más accesible sin comprometer la funcionalidad y durabilidad del calzado.

Color: Negro 1 Azul 2 Beige 3 Café 4 Vino 5	4	1	1	1	4	1	1	4	1	4	1	3	Negro: 7 Azul: 0 Beige:1 Café: 4 Vino: 0	En las colecciones post pandemia, el color negro ha emergido como una elección predominante en el mundo de la moda. Su presencia se ha vuelto omnipresente en el calzado. Su versatilidad lo convierte en una opción ideal para cualquier ocasión, ya sea en eventos formales o en atuendos casuales. El color negro transmite una sensación de confianza y autoridad, dotando a quien lo viste de una presencia impactante y segura.
Tipología: Botín Mocasines Semi botín	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Botín: 12 Mocasines: 0 Semi botín: 0	Los botines se han convertido en la elección preferida de muchos usuarios debido a su versatilidad y estilo. Estos zapatos de corte bajo ofrecen una combinación perfecta de comodidad y moda, permitiendo a los usuarios disfrutar de un calzado que se adapta a diversas ocasiones.
Tipo de Punta: Punton Semipunton Punta redonda Punta cuadrada	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	Punton: 0 Semipunton: 2 Punta redonda: 8 Punta cuadrada: 2	Tras la pandemia, los usuarios han mostrado una clara preferencia por el calzado de punta redonda debido a su destacada comodidad. Este estilo de zapatos permite una mayor libertad de movimiento para los pies, evitando la restricción y la incomodidad que a menudo se asocia con los modelos de punta estrecha. La forma redondeada proporciona un ajuste más espacioso, lo que reduce la presión en los dedos y brinda una sensación de comodidad durante todo el día.
2. Análisis técnico - productivo														
Suela: Prefabricado Planta	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	Prefabricado: 7 Planta: 5	El calzado con suela prefabricada ha ganado popularidad entre los usuarios, siendo la opción preferida debido a su comodidad y durabilidad. Pero la planta proporciona una amortiguación adicional y una sensación de suavidad al caminar, reduciendo el impacto en las articulaciones. Esta combinación de comodidad, durabilidad y rendimiento hace que el calzado con suela prefabricada sea la elección preferida de los usuarios conscientes de la calidad y el confort en su calzado.
Altura del tacón: 3 ½ 5 ½	3	2	3	1	2	3	3	2	2	3	2	2	3 ½: 1 5 ½: 6 7 ½: 5	La altura de tacón de 5 1/2 ha sido ampliamente preferida por los usuarios debido a sus beneficios destacados. Esta altura proporciona un equilibrio perfecto entre estilo y comodidad. A

7 ½ 10 ½													10 ½: 0	pesar de su altura, estos tacones suelen contar con plataformas o plataformas ocultas en la parte delantera, lo que distribuye el peso y reduce la presión sobre el antepié, brindando una sensación de mayor estabilidad y confort.
Forma de tacón: Semi redondo Cuadrado Semi aguja Magnolia	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	Semi redondo: 10 Cuadrado: 2 Semi aguja: 0 Magnolia: 0	La forma de tacón semi redonda ofrece una combinación perfecta entre estabilidad y estilo. Su diseño elegante y suavemente curvado añade un toque de sofisticación a cualquier calzado, sobre todo las botas tipo casual – formal.
Sistema de cierre: Hebilla Cordones Cremallera Velcro Elástico	3	2	3	2	2	3	3	5	3	3	3	3	Hebilla: 0 Cordones: 3 Cremallera: 8 Velcro: 0 Elástico: 1	La cremallera en los zapatos se destaca como uno de los sistemas de cierre preferidos por los usuarios debido a su facilidad y conveniencia. Pero los cordones también son ampliamente preferidos por los usuarios. Los cordones ofrecen la ventaja de un ajuste personalizado y adaptable, permitiendo a los usuarios ajustar la tensión según sus necesidades individuales.
Normas: INEN Certificado internacional	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	INEN: 12 Certificado internacional: 0	Las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) son fundamentales para garantizar la calidad, seguridad y confianza de los productos y servicios en Ecuador, beneficiando tanto a los consumidores como a las empresas.

Nota. Matriz de resultados – fichas de observación post pandemia, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

Tabla 15 Matriz de análisis de resultados - ficha de observación pandemia

Matriz de resultados fichas de observación														
Pandemia														
Categoría/Códigos	Informante 1 Jorge Pintado Bettini			Informante 2 Héctor Parra Que Cueros			Informante 3 Ángel Núñez Dacris			Informante 4 Enma Calero Armandiny			Resultado	
	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3		
1. Análisis estético														
Material Capellada: 1. Napa 2. Cristal	1	2	2	4	2	3	3	1	2	3	1	1	Napa: 4 Cristal: 4 Nubuck: 3 Charol: 1	En la pandemia, la napa y el cristal han experimentado una alta demanda y aceptación por parte de los consumidores. La napa, con su textura suave y flexible, proporciona una sensación de confort y comodidad. El cristal se ha vuelto popular debido a su acabado brillante y reflectante, que añade un toque de glamour y modernidad

3. Nubuck 4. Charol															a los zapatos. Ambos tipos de cuero ofrecen durabilidad y resistencia, lo que los convierte en opciones confiables para el calzado cotidiano.
Material interno: 1. Tela sublimada 2. Tela	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Tela sublimada: 3 Tela: 9	La tela sublimada utilizada en el forro del calzado es más costosa debido a su proceso de producción especializado y la posibilidad de imprimir diseños complejos y detallados. Sin embargo, para reducir el precio final del zapato, se prefiere utilizar una tela de un solo color y más sencilla, que sea más económica pero aún cumpla con los estándares de calidad necesarios. Esto permite ofrecer un producto más accesible sin comprometer la funcionalidad y durabilidad del calzado.
Color: 1. Negro 2. Azul 3. Beige 4. Café 5. Vino 6. Amarillo	4	2	4	5	4	6	4	1	1	3	1	1	Negro: 4 Azul: 1 Beige: 1 Café: 4 Vino: 1 Amarillo: 1	Durante la pandemia, los usuarios han mostrado una preferencia notable por el calzado de color negro y café en su mayoría. La elección del calzado en dichos tonos durante la pandemia refleja la búsqueda de practicidad, versatilidad y estilo atemporal por parte de los usuarios.	
Tipología: 1. Botín 2. Mocasines 3. Semi botín	1	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	Botín: 8 Mocasines: 1 Semi botín: 3	Los botines se han convertido en la elección preferida de muchos usuarios debido a su versatilidad y estilo. Estos zapatos de corte bajo ofrecen una combinación perfecta de comodidad y moda, permitiendo a los usuarios disfrutar de un calzado que se adapta a diversas ocasiones.	

Tipo de Punta: 1. Puntón 2. Semipuntón 3. Punta redonda 4. Punta cuadrada	2	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	Puntón: 1 Semipuntón: 3 Punta redonda: 8 Punta cuadrada: 0	El calzado de punta redonda brinda comodidad. Este estilo de zapatos permite una mayor libertad de movimiento para los pies, evitando la restricción y la incomodidad que a menudo se asocia con los modelos de punta estrecha. La forma redondeada proporciona un ajuste más espacioso, lo que reduce la presión en los dedos y brinda una sensación de comodidad durante todo el día.
2. Análisis técnico - productivo														
Suela: 1. Prefabricado 2. Planta	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	Prefabricado: 2 Planta: 10	La planta del calzado brinda una amortiguación adicional y una sensación de suavidad al caminar, lo que ayuda a reducir el impacto en las articulaciones. Esta combinación de confort, durabilidad y rendimiento hace que el calzado con suela prefabricada sea la elección preferida de aquellos que valoran la calidad y la comodidad en su calzado.
Altura del tacón: 1. 3 ½ 2. 5 ½ 3. 7 ½ 4. 10 ½	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3 ½: 7 5 ½: 4 7 ½: 1 10 ½: 0	Durante la pandemia, donde la comodidad y la seguridad eran prioritarias, esta altura de tacón se consideró la mejor elección para aquellos que buscaban un equilibrio entre estilo y bienestar.

<p>Forma de tacón:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semi redondo 2. Cuadrado 3. Semi aguja 4. Magnolia 	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<p>Semi redondo: 10 Cuadrado: 0 Semi aguja: 0 Magnolia: 2</p>	<p>El tacón de forma semi redonda brinda una excelente combinación de estabilidad y estilo. Su diseño elegante y ligeramente curvado agrega un toque de sofisticación a todo tipo de calzado, especialmente en el caso de las botas de estilo casual y formal.</p>
<p>Sistema de cierre:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hebilla 2. Cordones 3. Cremallera 4. Velcro 5. Elástico 	5	5	5	5	2	2	3	3	2	5	3	3	<p>Hebilla: 0 Cordones: 3 Cremallera : 4 Velcro: 0 Elástico: 5</p>	<p>Durante la pandemia, el elástico como sistema de cierre en los botines se convirtió en el más utilizado durante la pandemia debido a su facilidad de uso, comodidad y capacidad para minimizar el contacto y mantener la higiene, contribuyendo así a la protección y seguridad de las personas en su vida diaria.</p>		
<p>Normas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. INEN 2. Certificado internacional 	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<p>INEN: 12 Certificado internacional: 0</p>	<p>Las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) son fundamentales para garantizar la calidad, seguridad y confianza de los productos y servicios en Ecuador, beneficiando tanto a los consumidores como a las empresas.</p>	

Nota. Matriz de resultados – fichas de observación pandemia, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

Tabla 16 Matriz de análisis de resultados - ficha de observación pre pandemia

Matriz de resultados fichas de observación														
Pre pandemia														
Categoría/Códigos	Informante 1 Jorge Pintado Bettini			Informante 2 Héctor Parra Que Cueros			Informante 3 Ángel Núñez Dacris			Informante 4 Enma Calero Armandiny			Resultado	Síntesis Integral
	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3	N. 1	N. 2	N. 3		
1. Análisis estético														
Material Capellada: 1. Napa 2. Cristal 3. Nubuck 4. Charol	2	3	2	1	4	2	2	2	1	3	1	1	Napa: 4 Cristal:5 Nubuck: 2 Charol: 1	En la pre pandemia, la napa y el cristal han experimentado una alta demanda y aceptación por parte de los consumidores. La napa, con su textura suave y flexible, proporciona una sensación de confort y comodidad. El cristal se ha vuelto popular debido a su acabado brillante y reflectante, que añade un toque de glamour y modernidad a los zapatos. Ambos tipos de cuero ofrecen durabilidad y resistencia, lo que los convierte en opciones confiables para el calzado cotidiano.
Material interno: 1. Tela sublimada 2. Tela	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Tela sublimada: 3 Tela: 9	La tela sublimada utilizada en el forro del calzado es más costosa debido a su proceso de producción especializado y la posibilidad de imprimir diseños complejos y detallados. Sin embargo, para reducir el precio final del zapato, se prefiere utilizar una tela de un solo color y más sencilla, que sea más económica pero aún cumpla con los estándares de calidad necesarios. Esto permite ofrecer un producto más accesible sin comprometer la funcionalidad y durabilidad del calzado.

Color: 1. Negro 2. Azul 3. Beige 4. Café 5. Vino 6. Verde	4	4	1	2	1	4	1	5	4	1	4	6	Negro: 4 Azul: 1 Beige: 0 Café: 5 Vino: 1 Verde: 1	El color negro ha emergido como una elección predominante en el mundo de la moda. Su versatilidad lo convierte en una opción ideal para cualquier ocasión, ya sea en eventos formales o en atuendos casuales. El color negro transmite una sensación de confianza y autoridad, dotando a quien lo viste de una presencia impactante y segura. Por estas razones es el más utilizado antes de la pandemia.
Tipología: 4 Botín 5 Mocasines 6 Semi botín	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	Botín: 11 Mocasines: 1 Semi botín: 0	Los botines se han convertido en la elección preferida de muchos usuarios debido a su versatilidad y estilo. Estos zapatos de corte bajo ofrecen una combinación perfecta de comodidad y moda, permitiendo a los usuarios disfrutar de un calzado que se adapta a diversas ocasiones.
Tipo de Punta: 1. Puntón 2. Semipuntón 3. Punta redonda 4. Punta cuadrada	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	Puntón: 0 Semipuntón: 2 Punta redonda: 9 Punta cuadrada: 1	El calzado de punta redonda permite una mayor libertad de movimiento para los pies, evitando la restricción y la incomodidad que a menudo se asocia con los modelos de punta estrecha. La forma redondeada proporciona un ajuste más espacioso, lo que reduce la presión en los dedos y brinda una sensación de comodidad durante todo el día.
2. Análisis técnico - productivo														
Suela: 1. Prefabricado 2. Planta	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	Prefabricado: 3 Planta: 9	La planta del calzado brinda una amortiguación adicional y una sensación de suavidad al caminar, lo que ayuda a reducir el impacto en las articulaciones. Esta combinación de confort, durabilidad y rendimiento hace que el calzado con suela prefabricada sea la elección preferida de aquellos que valoran la calidad y la comodidad en su calzado.
Altura del tacón: 1. 3 ½ 2. 5 ½ 3. 7 ½ 4. 10 ½	3	2	3	1	1	1	2	1	4	2	2	2	3 ½: 3 5 ½: 5 7 ½: 3 10 ½: 1	Antes de la pandemia, la comodidad y la seguridad eran prioritarias, esta altura de tacón se consideró la mejor elección para aquellos que buscaban un equilibrio entre estilo y bienestar.
Forma de tacón: 1. Semi redondo 2. Cuadrado 3. Semi aguja	1	1	1	1	1	1	4	1	3	1	1	1	Semi redondo: 10 Cuadrado: 0 Semi aguja: 1	El taco semi redondo se convierte en una opción más elegida en la post pandemia debido a su comodidad y estabilidad, versatilidad en el estilo, adecuación a la moda sostenible, ajuste a los cambios en los estilos de trabajo y su estilo

4. Magnolia														Magnolia: 1	clásico y refinado. Estos atributos lo hacen especialmente atractivo para las personas que buscan una opción de calzado que sea elegante y funcional en la nueva normalidad después de la pandemia.
Sistema de cierre: 1. Hebilla 2. Cordones 3. Cremallera 4. Velcro 5. Elástico	3	2	3	5	5	3	3	1	2	2	5	3	Hebilla: 1 Cordones: 3 Cremallera: 5 Velcro: 0 Elástico: 3	La cremallera en los zapatos destaca de una ventaja en la post pandemia debido a su capacidad para proporcionar una opción más higiénica, reducir el contacto en espacios públicos, adaptarse a diferentes diseños de calzado, facilitar el uso de calzado sin cordones y brindar un ajuste más cómodo y personalizado. Estos factores hacen que la cremallera sea una elección práctica y conveniente en el contexto de la nueva normalidad después de la pandemia.	
Normas: 1. INEN 2. Certificado internacional	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	INEN: 12 Certificado internacional: 0	Las empresas fabricantes de calzado femenino utilizan las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) como referencia y guía para asegurar la calidad, seguridad y confiabilidad de sus productos. Estas normas son pautas técnicas y estándares establecidos por el INEN, que buscan garantizar que los productos cumplan con ciertos requisitos y especificaciones necesarios para su comercialización en el mercado ecuatoriano.	

Nota. Matriz de resultados – fichas de observación post pandemia, por Pintado, C. (2023). [Tabla]

Tabla 17 Análisis comparativo entre periodos - fichas de observación

Ficha de análisis comparativo (Fichas de observación)				
	Pre pandemia	Pandemia	Post pandemia	Síntesis integral
Informante 1 Bettini	Cristal: 2 Nubuck: 1	Cristal:2 Napa: 1	Cristal:1 Nubuck: 1 Charol: 1	En la post pandemia, el nubuck ha surgido como el tipo de cuero más utilizado en la industria. Este material se distingue por su elegancia y suavidad al tacto, lo que lo convierte en una elección ideal para prendas de vestir y accesorios de alta calidad. Tiene un aspecto aterciopelado y una textura suave al contacto, es importante mencionar que otros tipos de cuero, como la napa y el cristal, han ganado popularidad en la post pandemia.
Informante 2 Que cueros	Napa: 1 Cristal: 1 Charol: 1	Cristal: 1 Nubuck: 1 Charol: 1	Cristal:2 Napa: 1	
Informante 3 Dacris	Cristal:2 Napa: 1	Napa: 1 Cristal: 1 Nubuck: 1	Nubuck: 2 Charol: 1	
Informante 4 Armandiny	Napa: 2 Nubuck: 1	Napa: 2 Nubuck: 1	Napa: 2 Nubuck: 1	
Material interno				Síntesis integral
Informante 1 Bettini	Tela sublimada: 3	Tela sublimada: 3	Tela sublimada: 3	La tela sublimada utilizada en el forro del calzado es más costosa debido a su proceso de producción especializado y la posibilidad de imprimir diseños complejos y detallados. Sin embargo, para reducir el precio final del zapato, se prefiere utilizar una tela de un solo color y más sencilla, que sea más económica pero aún cumpla con los estándares de calidad necesarios. Esto permite ofrecer un producto más accesible sin comprometer la funcionalidad y durabilidad del calzado.
Informante 2 Que cueros	Tela: 3	Tela: 3	Tela: 3	
Informante 3 Dacris	Tela: 3	Tela: 3	Tela: 3	
Informante 4 Armandiny	Tela: 3	Tela: 3	Tela: 3	
Color				Síntesis integral
Informante 1 Bettini	Café: 2 Negro: 1	Café: 3 Azul: 1	Negro: 2 Café: 1	En las colecciones post pandemia, el color negro ha emergido como una elección predominante en el mundo de la moda. Su presencia se ha vuelto omnipresente en el calzado. Su versatilidad lo convierte en una opción ideal para cualquier ocasión, ya sea en eventos formales o en atuendos casuales. El color negro transmite una sensación de confianza y autoridad, dotando a quien lo viste de una presencia impactante y segura.
Informante 2 Que cueros	Negro: 1 Azul: 1 Café: 1	Café: 1 Vino: 1 Amarillo: 1	Negro: 2 Café: 1	
Informante 3 Dacris	Negro: 1 Café: 1 Vino: 1	Negro: 2 Café: 1	Negro: 2 Café: 1	
Informante 4 Armandiny	Negro: 1 Café: 1	Negro: 2 Beige: 1	Negro: 1 Beige: 1	

	Verde: 1		Café: 1	
Tipología				Síntesis integral
Informante 1 Bettini	Botín: 3	Semi botín: 3 Botín: 1	Botín: 3	Los botines se han convertido en la elección preferida de muchos usuarios debido a su versatilidad y estilo. Estos zapatos de corte bajo ofrecen una combinación perfecta de comodidad y moda, permitiendo a los usuarios disfrutar de un calzado que se adapta a diversas ocasiones.
Informante 2 Que cueros	Botín: 2 Mocasines: 1	Botín: 1 Mocasines: 1 Semi botín: 1	Botín: 3	
Informante 3 Dacris	Botín: 3	Botín: 3	Botín: 3	
Informante 4 Armandiny	Botín: 3	Botín: 3	Botín: 3	
Tipo de punta				Síntesis integral
Informante 1 Bettini	Punta redonda: 2 Semipunton: 1	Punta redonda: 2 Semipunton: 1	Punta redonda: 2 Punton: 1	Tras la pandemia, los usuarios han mostrado una clara preferencia por el calzado de punta redonda debido a su destacada comodidad. Este estilo de zapatos permite una mayor libertad de movimiento para los pies, evitando la restricción y la incomodidad que a menudo se asocia con los modelos de punta estrecha. La forma redondeada proporciona un ajuste más espacioso, lo que reduce la presión en los dedos y brinda una sensación de comodidad durante todo el día.
Informante 2 Que cueros	Punta redonda: 3	Punton: 1 Semipunton: 1 Punta redonda: 1	Punta redonda: 3	
Informante 3 Dacris	Punta redonda: 3	Punta redonda: 2 Semipunton: 1	Semipunton: 2 Punta cuadrada: 1	
Informante 4 Armandiny	Semipunton: 1 Punta redonda: 1 Punta cuadrada: 1	Punta redonda: 3	Punta redonda: 3	
Análisis Técnico - productivo				
Suela				Síntesis integral
Informante 1 Bettini	Prefabricado: 2 Planta: 1	Planta: 2 Prefabricado: 1	Prefabricado: 2 Planta: 1	El calzado con suela prefabricada ha ganado popularidad entre los usuarios, siendo la opción preferida debido a su comodidad y durabilidad. Pero la planta proporciona una amortiguación adicional y una sensación de suavidad al caminar, reduciendo el impacto en las articulaciones. Esta combinación de comodidad, durabilidad y rendimiento hace que el calzado con suela prefabricada sea la elección preferida de los usuarios conscientes de la calidad y el confort en su calzado.
Informante 2 Que cueros	Planta: 3	Planta: 3	Planta: 2 Prefabricado: 1	
Informante 3 Dacris	Planta: 2 Prefabricado: 1	Planta: 2 Prefabricado: 1	Prefabricado: 3	
Informante 4 Armandiny	Prefabricado: 3	Prefabricado: 3	Planta: 2 Prefabricado: 1	
Altura del tacón				Síntesis integral
Informante 1 Bettini	7 ½: 2 5 ½: 1	3 ½: 2 7 ½: 1	7 ½: 2 5 ½: 1	La altura de tacón de 5 1/2 ha sido ampliamente preferida por los usuarios debido a sus beneficios destacados. Esta altura proporciona un

Informante 2 Que cueros	3 ½: 3	3 ½: 3	3 ½: 1 5 ½: 1 7 ½: 1	equilibrio perfecto entre estilo y comodidad. A pesar de su altura, estos tacones suelen contar con plataformas o plataformas ocultas en la parte delantera, lo que distribuye el peso y reduce la presión sobre el antepié, brindando una sensación de mayor estabilidad y confort.
Informante 3 Dacris	3 ½: 1 5 ½: 1 10 ½: 1	3 ½: 2 5 ½: 1	5 ½: 2 7 ½: 1	
Informante 4 Armandiny	5 ½: 3	5 ½: 3	5 ½: 2 7 ½: 1	
Forma de tacón				Sistema integral
Informante 1 Bettini	Semi redondo: 3	Magnolia: 2 Semi redondo: 1	Semi redondo: 3	La forma de tacón semi redonda ofrece una combinación perfecta entre estabilidad y estilo. Su diseño elegante y suavemente curvado añade un toque de sofisticación a cualquier calzado, sobre todo las botas tipo casual – formal.
Informante 2 Que cueros	Semi redondo: 3	Semi redondo: 3	Semi redondo: 3	
Informante 3 Dacris	Semi redondo: 1 Semi aguja: 1 Magnolia: 1	Semi redondo: 3	Cuadrado: 2 Semi redondo: 1	
Informante 4 Armandiny	Semi redondo: 3	Semi redondo: 3	Semi redondo: 3	
Sistema de cierre				Sistema integral
Informante 1 Bettini	Cremallera: 2 Cordones: 1	Elástico: 3	Cremallera: 2 Cordones: 1	La cremallera en los zapatos se destaca como uno de los sistemas de cierre preferidos por los usuarios debido a su facilidad y conveniencia. Pero los cordones también son ampliamente preferidos por los usuarios. Los cordones ofrecen la ventaja de un ajuste personalizado y adaptable, permitiendo a los usuarios ajustar la tensión según sus necesidades individuales.
Informante 2 Que cueros	Elástico: 2 Cremallera: 1	Cordones: 2 Elástico: 1	Cordones: 2 Cremallera: 1	
Informante 3 Dacris	Hebilla: 1 Cordones: 1 Cremallera: 1	Cremallera: 2 Cordones: 1	Cremallera: 2 Elástico: 1	
Informante 4 Armandiny	Cordones: 1 Cremallera: 1 Elástico: 1	Cremallera: 2 Elástico: 1	Cremallera: 3	
Normas				Sistema integral
Informante 1 Bettini	INEN: 3	INEN: 3	INEN: 3	Las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) son fundamentales para garantizar la calidad, seguridad y confianza de los productos y servicios en Ecuador, beneficiando tanto a los consumidores como a las empresas.
Informante 2 Que cueros	INEN: 3	INEN: 3	INEN: 3	

Informante 3 Dacris	INEN: 3	INEN: 3	INEN: 3	
Informante 4 Armandiny	INEN: 3	INEN: 3	INEN: 3	

Conclusiones

Como resultado, posterior a la aplicación de las fichas de observación, se logró captar las principales características del calzado femenino casual – formal de cada empresa analizada y de cada periodo con el fin de resaltar los datos más relevantes que justifiquen la razón por la que los consumidores prefieren ese tipo de calzado. En la pre pandemia y pandemia, se obtiene como característica principal que el tipo de cuero que más se utilizó en la capellada fue el cristal y la napa debido a la suavidad que presenta este material al contacto con la piel sin embargo el nubuck y el charol también jugaron un papel fundamental en los detalles de cada modelo presentado pero en la post pandemia el nubuck se hace notar gracias su terminado matificado que le da una esencia diferente al diseño del calzado y se presenta en una variedad de tonos. Para el material interno del zapato, las empresas prefieren utilizar una tela de forro sencilla y unicolor ya que, en comparación a la tela sublimada que pasa por algunos procesos de producción especializados, la tela normal permite que, en cierto grado, el precio del calzado disminuya siendo más accesible para el consumidor.

El color tiene un papel fundamental, en el periodo de pandemia y post pandemia el negro y el café son tonalidades esenciales o atemporales, es decir, que pueden ser utilizados en cualquier época del año; esto de igual manera el beige, azul, verde, vino e incluso el amarillo son tonalidades de innovación que van tomando fuerza en el mercado. A lo que respecta a los tipos de calzado, previo, en el transcurso y posterior a la pandemia, los botines se han posicionado como la elección preferida por los usuarios, seguido de los semi botines, que se dieron a conocer en la pandemia; mientras que los mocasines han tenido una demanda reducida. Esta preferencia se debe a que los botines y semi botines han demostrado ser prácticos y funcionales en la vida cotidiana, pero sobre todo en tiempos de emergencia sanitaria. Su diseño proporciona mayor protección y cobertura para los pies, lo que brinda una sensación de seguridad adicional. Además, estos estilos de calzado son versátiles y se adaptan a diferentes situaciones, tanto en entornos al aire libre como en espacios cerrados. Por otro lado, los mocasines, aunque cómodos, pueden percibirse como menos adecuados para situaciones que requieren una mayor protección y estilo.

De la misma forma pasa con los diferentes tipos de puntas siendo la punta redonda la más consumida en el mercado gracias a que el pie puede tener mayor espacio para reposar , esto pasa dentro de los tres periodos , a pesar de ello la punta cuadrada y la semi puntona también son tomadas en cuenta, aunque no siempre puesto que este tipo de puntas hacen que el pie permanezca más ajustado o apretado ocasionando fuertes molestias e incomodidades a la persona que las utilice pero no dejan de otorgar estilo al calzado y por ende al usuario.

Antes y durante la pandemia la planta de caucho o TR ganó popularidad entre los consumidores por su durabilidad y amortiguación, sin embargo, posterior a la pandemia la suela prefabricada es la mejor opción por su alto nivel de consistencia en términos de calidad y rendimiento, necesita mano de obra especializada para el pegado de la suela ya que tiene un proceso diferente al pegado del TR, pero satisface los requerimientos especiales que el cliente busca.

La altura ideal de tacón antes de la pandemia es el 5 ½, le sigue el 3 ½ y 7 ½, para la pandemia el 3 ½ es el alto más utilizado pero el 5 ½ y 7 ½ no se quedan atrás y finalmente en la post pandemia se retoma el 5 ½ como altura idónea y ahora el 7 ½ pasa a ser uno de los más utilizados . La altura ideal de los tacos ayuda a distribuir el peso del cuerpo de manera equilibrada. Esto es especialmente importante al caminar distancias considerables o a utilizarlos durante un largo periodo. Una altura adecuada permite que el peso se distribuya correctamente sobre la suela y los tacos, reduciendo la presión y el estrés en ciertas áreas del pie. Tener tacos demasiado altos puede hacer que el calzado sea inestable y aumente el riesgo de torceduras o caídas. Por otro lado, si los tacos son demasiado bajos o planos, no ofrecerán suficiente tracción y estabilidad en lugares resbaladizos. Por estas razones las alturas mencionadas anteriormente son las predilectas para su uso cotidiano.

La forma del taco tiene un papel fundamental en el calzado, y durante los diferentes períodos de la pandemia, ha habido cambios en las preferencias de los consumidores. Durante la pre pandemia, destacaron las magnolias y los tacos semi aguja, que ofrecían un aspecto elegante y sofisticado. Sin embargo, a medida que la pandemia se extendió, los consumidores buscaban comodidad sin comprometer el estilo, y los tacos semi redondos se convirtieron en los favoritos. Estos tacos ofrecen una base más estable y mayor comodidad al caminar durante períodos prolongados. Ahora, a medida que se introducen en la etapa de la post pandemia, el taco cuadrado comienza a ganar popularidad debido a su estilismo único y vanguardista. Su forma

geométrica agrega un toque de distinción a cualquier calzado y refleja una actitud más atrevida y moderna. La forma del taco, ya sea semi redondo, semi aguja o cuadrado, no solo cumple una función estética, sino que también es primordial para proporcionar la comodidad necesaria y el distintivo que los consumidores buscan en cada momento.

Durante la pandemia, el sistema de cierre en el calzado se volvió aún más relevante, y el elástico se convirtió en el mejor aliado para sujetar el pie de manera práctica y cómoda. Con la necesidad de mantener un distanciamiento social y minimizar el contacto físico, los zapatos con elástico ofrecieron la ventaja de poder ser puestos y quitados fácilmente sin necesidad de ajustes complicados o utilizar las manos para abrochar o desabrochar hebillas o correas.

Sin embargo, en la pre pandemia y en la actualidad, los botines con cremallera se han convertido en los más destacados. Este sistema de cierre, que permite abrir y cerrar el calzado mediante una cremallera en la parte lateral o trasera, brinda comodidad y practicidad al ponerse y quitarse los zapatos. Además, la cremallera añade un toque moderno y estilizado al diseño, convirtiéndolos en una elección de moda en diferentes estilos y ocasiones.

Por otro lado, los zapatos con cordones también han mantenido su relevancia a lo largo del tiempo. Los cordones permiten un ajuste personalizado, ofreciendo comodidad y una apariencia más elegante en una variedad de calzado. En la actualidad los botines con cremallera se han vuelto populares por su comodidad y estilo. Los zapatos con cordones también siguen siendo una opción sofisticada y versátil para aquellos que buscan personalizar el ajuste de sus zapatos. La variedad en los sistemas de cierre permite adaptarse a diferentes preferencias y estilos, brindando opciones para todos los gustos.

3.2 Verificación de hipótesis

La verificación de la hipótesis planteada sobre el calzado femenino casual - formal en cuero en la ciudad de Ambato, reveló diferencias significativas entre el periodo pre pandemia y el periodo post pandemia en diversos aspectos característicos del calzado como son el tipo de material utilizado en la capellada, los tipos de tacos, puntas, altura de taco, plantas, sistemas de cierre y tipología del calzado. En cuanto a los diseños y tendencias, se observó un cambio en las preferencias de los consumidores, con una mayor demanda de estilos más cómodos y versátiles en el periodo post pandemia. Además, se identificaron nuevas tendencias emergentes que reflejaban la adaptación a las circunstancias actuales como los botines siendo una opción versátil que se adapta con facilidad a diferentes ocasiones, el cuero es el material más relevante y sus acabados y combinaciones están dando un giro a la moda.

En cuanto a los materiales e insumos utilizados por las empresas ambateñas, se registraron cambios como por ejemplo en las importaciones, haciendo que los herrajes, hebillas, cordones, hilos tengan variedad para utilizarlos en los diseños de nuevas colecciones. En la post pandemia existió una mayor adopción de materiales más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, así como una búsqueda de innovación en la producción del calzado, investigaron la manera de adquirir nueva maquinaria que les ayude en la agilización de procesos, de esta manera, abarcar nuevos mercados.

Estas diferencias se atribuyen principalmente a los cambios en las preferencias de los consumidores, quienes buscaban calzado que se adaptara a su estilo de vida en el contexto de la pandemia. Además, las restricciones impuestas por la pandemia, como el distanciamiento social y la limitación de actividades sociales, influyeron en la demanda y en la forma en que se consumía el calzado.

Estos hallazgos respaldan la hipótesis planteada y brindan una comprensión más profunda de los cambios experimentados en la industria del calzado durante estos periodos. Estos resultados pueden ser de utilidad para los fabricantes, minoristas y consumidores, al adaptar sus estrategias y decisiones en función de las demandas del mercado actual, por tal forma, la hipótesis planteada queda comprobada y verificada en su totalidad.

CAPÍTULO IV.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

A lo largo de este estudio, se ha llevado a cabo un análisis detallado, se han recopilado datos relevantes y se ha evaluado cuidadosamente la información disponible. Ahora, con toda la evidencia recopilada, es posible extraer conclusiones fundamentales que aportan nuevos conocimientos y contribuyen al campo de estudio. En este apartado, se presentarán de manera clara y concisa las principales conclusiones derivadas de esta tesis investigativa, las cuales brindan una comprensión más profunda del tema en cuestión y abren nuevas perspectivas para futuras investigaciones.

- ▶ Se analizó el consumo de calzado femenino por medio de un estudio de campo en el que se determinaron los factores que influyeron para que exista una disminución en las ventas de las empresas en observación.
- ▶ La fundamentación teórica del desarrollo del calzado se llevó a cabo mediante la revisión exhaustiva de diversas fuentes y la cita de varios autores expertos en el campo. Este enfoque fue fundamental para obtener una comprensión clara de los procesos involucrados en la fabricación de calzado antes, durante y después de la pandemia para descubrir oportunidades de mejora y aceleración en dichos procesos. Además, se exploraron formas de mejorar los acabados y los detalles finales que se pueden aplicar al material principal utilizado en la fabricación del calzado, como el cuero.

Se exploraron nuevas formas de mejorar el diseño, la calidad y la funcionalidad del calzado para que se puedan crear nuevas colecciones que sean atractivos y que se logre una mayor aceptación entre los usuarios. Con base en la información recopilada y las conclusiones obtenidas, se logró una visión más clara de los procesos de desarrollo del calzado y se generaron ideas para innovar y mejorar.

Entonces la fundamentación teórica del desarrollo del calzado, respaldada por expertos en el área, fue esencial para comprender a fondo los procesos

involucrados y descubrir oportunidades de mejora. Al explorar cambios en los procesos, mejorar los acabados y buscar la innovación en el producto final, se espera lograr un calzado más atractivo y exitoso en el mercado.

- ▶ El diagnóstico de las empresas de calzado que lograron mantenerse activas antes, durante y después de la pandemia, fue un componente crucial en este estudio y son Bettini, Que Cueros, Dacris y Armandiny. Estas empresas fueron seleccionadas como casos de estudio debido a su capacidad para adaptarse a las circunstancias desafiantes de la pandemia y continuar su producción sin una mayor afectación.

Los puntos identificados en relación con el diseño de calzado, la comercialización, los materiales e insumos utilizados y las estrategias de ventas que utilizaron para mantenerse en el mercado fueron: tener una variedad de diseños o modelos que sean versátiles utilizando colores básicos como el negro y café pero a su vez, introduciendo al mercado nuevas tonalidades como el verde, vino y amarillo; en cuanto a los materiales e insumos, se buscaron proveedores que cumplan con los plazos de entrega de los materiales y que de la misma forma, cuenten con una amplia variedad de herrajes para salir de lo cotidiano y “tradicional”. Las empresas lograron sortear los obstáculos como la falta de proveedores, la disminución del consumo de calzado, el teletrabajo presentados por la pandemia y para continuar operando con éxito aplicaron estrategias de ventas como catálogos en línea y ventas por internet, estos métodos fueron los que se encargaron de que las fábricas mantengan sus ventas a un nivel en el que les permitan seguir produciendo para que no cierren sus puertas o entren en un estado de quiebra.

Las estrategias como las ventas en línea, exportaciones directas, adquisición de nuevos colores de cuero, herrajes novedosos, plazos de pago para los clientes, precios accesibles que aplicaron Bettini, Dacris, Que cueros y Armandiny, permitió que estas empresas se mantengan a flote durante la pandemia. Estos hallazgos podrían ser aplicables a otras empresas del sector del calzado, brindando una base de conocimiento y orientación para enfrentar futuras situaciones similares.

- ▶ Al examinar los principales tipos de calzado femenino, se revela que antes, durante y después de la pandemia los botines, seguido de los mocasines y los semibotines fueron los más optados por el público femenino. Se realizó un

análisis de las características más predominantes en cada tipo, obteniendo como resultado que antes de la pandemia y durante, el material que se utilizó en su mayoría en las capelladas de los botines fue el cristal pero en la post pandemia se utilizan dos tipos de cuero adicionales, el nubuck y el charol que están tomando fuerza entre los consumidores.

En cuanto al material interno del calzado, en los tres periodos se utiliza la tela sencilla o unicolor con el fin de no tener un aumento en el precio final del producto sin embargo, existen empresas que optan por la tela sublimada ya que aportan a la exclusividad que ofrece la marca teniendo un valor agregado. Los colores preferidos por los usuarios son el negro y el café pero las empresas muestran una nueva paleta de color en la que adicionan el vino, verde, amarillo y azul como colores de tendencia.

La punta redonda es la más opcionada antes, durante y después de la pandemia, gracias a que permite que el pie cuente con el suficiente espacio para que pueda sentirse cómodo y aguantar jornadas largas de trabajo y como tendencia de moda se ubican las puntas cuadradas, semi puntonas e incluso los puntones.

Las suelas que de la misma manera se encuentran en los tres periodos son las de planta, ya sean hechas en TR o caucho que son materiales resistentes y de excelente calidad. Sin embargo, en la post pandemia, logra tomar fuerza la suela pre fabricada por el estilo elegante y sobrio que presenta su estructura y en cuanto a la altura del taco, antes de la pandemia el tacon ideal era el 5 ½, seguido del 3 ½ y 7 ½. En la pandemia, el alto 3 ½ es el preferido por la comodidad que se buscaba en ese tiempo pero también estaba en auge aunque en menor cantidad, el alto 5 ½ y 7 ½. Para la post pandemia el 5 ½ y el 7 ½ de alto son los que adquieren los usuarios en mayor cantidad debido a la comodidad que este tipo de taco presenta. La forma del taco es fundamental al momento de elegir un zapato por ende, antes de la pandemia, durante la pandemia y después de la misma el taco semi redondo es el preferido por la combinación que tiene entre comodidad y elegancia. Para el sistema de cierre se utilizó, en la pre pandemia los botines con cremallera en su mayoría pero el elástico y los cordones también son la mejor opción al momento de elegir un zapato para el diario. En la pandemia el elástico fue el más utilizado por su practicidad al momento de ponerse y sacarse sin tener la necesidad de tocarlos y sin miedo de contagiarse del virus del momento y en la post pandemia regresa con fuerza el

calzado con cremallera y lo sigue en menor medida el sistema de cierre por cordones. Finalmente para la comercialización del calzado, en Ecuador se utilizan unas normas que son fundamentales para garantizar la calidad, seguridad y confianza de los productos que se encuentran al alcance del consumidor final; en la pre pandemia, la pandemia y la post pandemia se encuentran las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), sin ellas no se puede comercializar ningún producto.

Finalmente, al analizar las características predominantes del calzado femenino casual - formal, se pudo comparar y comprender las preferencias de los consumidores en cada período. Este análisis proporcionó una visión más clara de los factores que influyen en la elección de los usuarios finales y permitió identificar las características que hacen que ciertos modelos sean más opcionados y exitosos en el mercado. Estos hallazgos pueden ser utilizados por la industria del calzado para adaptar y diseñar productos que se ajusten a las demandas y preferencias de los consumidores, brindando una oferta más atractiva y satisfactoria.

4.2 Recomendaciones

Basado en el tema propuesto sobre el consumo de calzado femenino casual - formal y considerando las conclusiones obtenidas, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda ampliar para un próximo estudio, ampliar el conocimiento sobre el consumo del calzado y los nuevos procesos de terminado para las pieles. En la industria del calzado, el acabado de las pieles desempeña un papel crucial en la calidad, durabilidad y aspecto final de los productos. Al estar al tanto de los avances y las innovaciones en este campo, los diseñadores, fabricantes y consumidores pueden beneficiarse de varias maneras. De igual forma, comprender los nuevos procesos de terminado de las pieles, se puede aprovechar al máximo su potencial estético. Los avances tecnológicos han permitido la creación de acabados diversos y personalizados, como

efectos de textura, estampados, teñidos especiales y tratamientos de superficie. Estas técnicas abren un abanico de posibilidades creativas, permitiendo la producción de calzado con aspectos únicos y originales.

Además, el desarrollo del calzado también implica la búsqueda de métodos de terminado que mejoren la durabilidad y la resistencia de las pieles. Los nuevos procesos pueden incluir tratamientos que protejan la piel contra el agua, el desgaste, los rasguños y la decoloración. Estas innovaciones no solo mejoran la calidad del calzado, sino que también prolongan su vida útil, brindando un mayor valor y satisfacción al consumidor. De igual forma, se recomienda que las empresas busquen la innovación en el diseño de sus productos. Esto implica explorar nuevas tendencias, materiales y tecnologías que permitan crear calzado femenino casual - formal atractivo y diferenciado. La incorporación de elementos como detalles decorativos, colores de moda y combinaciones.

2. A las empresas del sector del calzado, se sugiere que consideren permitir y facilitar la realización de estudios y análisis dentro de sus instalaciones. Al abrir sus puertas a estudiantes y futuros diseñadores, las empresas brindan una invaluable oportunidad para un mejor desarrollo de estos jóvenes talentos dentro de la industria. Al permitir que los estudiantes realicen prácticas en el entorno empresarial, estos podrán adquirir una comprensión profunda de los procesos de diseño, fabricación, comercialización y otros aspectos fundamentales de la industria del calzado. La experiencia práctica que obtendrán en estas empresas les permitirá poner en práctica sus conocimientos teóricos y desarrollar habilidades relevantes para su futura carrera.

Asimismo, la colaboración entre las empresas y los estudiantes resulta beneficiosa para ambas partes. Las empresas pueden beneficiarse al tener acceso a nuevas ideas y perspectivas, lo que podría dar lugar a la innovación en sus productos y procesos. Además, al interactuar con los estudiantes, las empresas tienen la oportunidad de identificar jóvenes talentos prometedores y potenciales futuros empleados.

Por otro lado, los estudiantes se benefician enormemente al tener la oportunidad de aprender directamente de profesionales de la industria, lo que enriquecerá su formación y les proporcionará una visión más realista del campo laboral. La cooperación con las empresas también les permitirá establecer contactos y conexiones valiosas, lo que podría abrirles puertas a futuras oportunidades profesionales.

3. Es altamente recomendable para todas las empresas, mantener un registro detallado de los tipos de calzado que obtienen mayor aceptación en el mercado. Esta práctica es esencial para la proyección y desarrollo de nuevas colecciones que contengan las características más relevantes y demandadas por los consumidores. Al hacerlo, las empresas del sector del calzado pueden obtener varios beneficios significativos. En primer lugar, mantener un registro de los tipos de calzado más populares permitirá a las empresas tomar decisiones informadas sobre qué estilos y características incorporar en sus nuevas colecciones. Con datos concretos sobre qué diseños y tendencias son los más buscados por los consumidores, las compañías podrán enfocar sus esfuerzos en crear productos que realmente atraigan al mercado.

Además, tener un registro actualizado ayudará a evitar la compra innecesaria de materiales e insumos que no estén en tendencia o que no tengan aceptación por parte de los consumidores. Al conocer las preferencias del mercado, las empresas podrán ajustar su producción y evitar el desperdicio de recursos en productos que podrían no ser bien recibidos por los clientes.

Otro beneficio clave de mantener un registro de los tipos de calzado más aceptados es que esto contribuirá al aumento de las ventas a gran escala. Al enfocarse en estilos que se alineen con las preferencias del mercado, las empresas estarán en una posición más favorable para satisfacer la demanda y lograr un aumento en sus ventas.

Adicionalmente, al contar con información detallada sobre las preferencias del mercado, las empresas podrán detectar tendencias emergentes y oportunidades de crecimiento. Esto les permitirá

adelantarse a las demandas cambiantes de los consumidores y ser más ágiles y receptivas a las nuevas tendencias de la industria del calzado.

Implementar estas recomendaciones permitirá a las empresas del sector del calzado femenino casual - formal aprovechar las oportunidades presentes en el mercado postpandemia, satisfacer las demandas de las consumidoras y mantenerse competitivas en el panorama actual.

Bibliografía

Alzate, E., y Carvajal, S. (2020). Integrantes Elkin Alzate Saylis Carvajal Madelin Guerrero. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior. [https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/1238/Trabajo%20final%20\(4\).pdf?sequence=1](https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/1238/Trabajo%20final%20(4).pdf?sequence=1)

Banco mundial. (2020). *Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación*. Obtenido de Banco mundial: <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

Banco Mundial. (2022). Capítulo 1. *Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

Benavides, L. Y., Bruno Miuxa Lyan, Gomez, E. N., Sánchez, I. F., y Vásquez, K. (2021). *Fabricación y comercialización de calzado cómodo de cuero para mujer* [Universidad San Ignacio de Loyola]. In Universidad San Ignacio De Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/11943>

Berrios. (2020). *¿Qué políticas pueden ayudar a las pequeñas empresas a superar la COVID-19?* http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_741889/lang--es/index.htm

Bocigas, M. (2019). *El ecommerce en la industria textil. Análisis del proceso de compra online en el sector de la moda española (Zara, Mango, El Corte Inglés)* [Universidad de Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/32217/TFG%20ADE.pdf?sequence=1>

Bolaños, G., y Meneses, B. (2023). *Plan de marketing digital para dos micro empresas de calzado femenino de la ciudad de Cali*. https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2051/PLAN_MARKETING_DIGITAL_DOS_MICROEMPRESAS_CALZADO_FEMENINO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Briceño, A., Arturo, J., Loyaga, R., Alexander, E., y Alva Morales, M. (2020). *Marketing digital y la competitividad del sector calzado en las Mypes de El Porvenir, 2019* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51577/Alvitez_BJA-Rodriguez_LEA-SD.pdf?sequence=1

Cacao, J. (2022). *Desarrollo Socioeconómico en los artesanos de calzado, caso: Asociación de calzado artesanal Valdivia*. [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8767/4/UPSE-TGS-2022-0002.pdf>

Calzado Ecuador. (2020). *Ambato le saca provecho a la fabricación de calzado*. Obtenido de Calzado Ecuador: <https://www.calzadoecuador.com/noticias/7-ambato-le-saca-provecho-a-la-fabricacion-de-calzado/>

Calzados club verde. (2023). *Materiales más usados en la fabricación de zapatos*. Obtenido de Calzados club verde: <https://www.calzadosclubverde.es/blog/hombre-mujer/materiales-mas-usados-en-la-fabricacion-de-zapatos-infografia>

Campaña, M. (2021). *Plan de Negocios para la Comercialización de Calzado Ecuatoriano personalizado para damas y niños en la ciudad de Quito* [Facultad de ciencias administrativas y económicas]. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4536/1/T-UIDE-1384.pdf>

Cantos, M. A. B., Quimis, S. J. G., y Laz, P. S. L. (2022). *Impacto económico de la pandemia por el COVID 19 en las comercializadores y productoras de calzado en el cantón Portoviejo. Recimundo*, 6(suppl 1), 71–81. [https://doi.org/10.26820/RECIMUNDO/6.\(SUPPL1\).JUNIO.2022.71-81](https://doi.org/10.26820/RECIMUNDO/6.(SUPPL1).JUNIO.2022.71-81)

Castro, D., Leon, W., Núñez de la Cruz, W., y Villao, J. (2017). *La fabricación de calzado artesanal como elemento dinamizador de la economía familiar en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena*. *Revista de Investigaciones Sociales*. Obtenido de [https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol3num10/Revista de Investigaciones Sociales V3 N10 2.pdf](https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol3num10/Revista%20de%20Investigaciones%20Sociales%20V3%20N10%202.pdf)

CEPAL. (2021). *El impacto social de la pandemia en América Latina*. Claves de la CEPAL para el desarrollo: Panorama Social de América Latina 2020.

Choklat, A. (2012). *Diseño de Calzado*. Barcelona: Gustavo Gili.

Comisión económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Impactos de la pandemia en los sectores productivos más afectados abarcarán a un tercio del empleo y un cuarto del PIB de la región*. Obtenido de Comisión económica para América Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/comunicados/impactos-la-pandemia-sectores-productivos-mas-afectados-abarcaran-un-tercio-empleo-un>

Cumbre 360. (2021, June 14). *Claves del consumo post pandemia: Sustentable y digital*. Claves Del Consumo Post Pandemia. <https://www.aden.org/business-magazine/consumo-post-pandemia/>

Domínguez. (2020, July 7). *Reactivación: Sector calzado operará al 70% de su capacidad instalada*. *El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/99280-reactivacion-sector-calzado-operara-al-70-de-su-capacidad-instalada>

El Heraldo. (2021). *Calzado, industria dispuesta a progresar*. Obtenido de El Heraldo: <https://www.elheraldo.com.ec/calzado-industria-dispuesta-a-progresar/>

Erazo, J. C., y Narváez, C. I. (2020). *Medición y gestión del capital intelectual en la industria del cuero - calzado en Ecuador*. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 5(9), 437. <https://doi.org/10.35381/R.K.V519.662>

Fred, D. (1942). *Tinte, Barnizado. Conservación y restauración de cueros y pieles*. Valencia: Ossó.

Herrera Chávez, M. A. (2023). *Práctica de psicología clínica*. República Dominicana: UAPA.

INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Quito.

Keefe, O. (1997). *Diseño de Calzado*. Barcelona: Parramón.

López, P., Tutores, D., Ginés, : D, Pérez, G., Gloria, D., Grado, R., Administración, E. N., Dirección, Y., Empresas, D. E., De, F., Empresa, E., y Turismo, Y. (2021). *Analysis of e-commerce in clothing and footwear companies in the Canary Islands: evolution and consequences after covid-19* [Universidad de la Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/24888/Analisis%20del%20comercio%20electronico%20en%20empresas%20de%20ropa%20y%20calzado%20en%20Canarias%20evolucion%20y%20consecuencias%20tras%20el%20COVID-19.pdf?sequence=1>

Martínez, K. S. P., Valdez, R. I. M., y Mosqueda, S. S. L. (2021). *Efecto del Covid-19: cambio en los hábitos de compra en línea del consumidor con la declaración de la pandemia en hombres y mujeres*. Vinculatégica EFAN, 7(1), 30–40. <https://doi.org/10.29105/VTGA7.2-4>

Matute, Z. (2021). *Impacto económico de la pandemia por covid-19 en las comercializadoras y productoras de calzado en el cantón gualaceo*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, 1–12.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20278/5/UPS-CT009136.pdf>

Ministerio de Salud Pública. (2021). *"Situación Coronavirus Covid-19"*. Quito, Ecuador.

Mordor Intelligence. (2023). *Mercado de calzado: Crecimiento, tendencias, impacto de covid-19 y pronóstico (2023 - 2028)*. Obtenido de Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/footwear-market>

Naranjo, C., y Acosta, J. (sf). *Inversión en la industria de marroquinería para la producción y exportación de calzado de cuero hacia Italia*. Obtenido de Library: <https://1library.co/article/origen-del-calzado-de-cuero-pol%C3%ADticas-comerciales-y.yr3r8rjy>

Natalio, M. (2016). *Patronaje y Confección de Calzado*. Barcelona: Gustavo Gili.

Nereida, V. (2009). *Etiología viral de las infecciones respiratorias agudas*. Obtenido de Scielo: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0535-51332009000300010

Organización Internacional del Trabajo. (2020). *La COVID-19 y las industrias de los textiles, el vestido, el cuero y el calzado*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_744354/lang--es/index.htm

Organización Mundial de la Salud. (2023). *Información básica sobre la COVID-19*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19>

Ormeño, C., Velásquez, Y. M., y Escobedo, N. (2021). *Comportamiento del consumidor de calzado femenino en medios digitales de la ciudad de Trujillo en el año 2021* [Universidad Privada de Trujillo]. <http://repositorio.uprit.edu.pe/bitstream/handle/UPRIT/628/MKNI-TESIS-CALDERON-MELCHOR-VELASQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ortiz, E. (2018). *Estudio de las competencias profesionales en los diseñadores dentro del clúster cuero y calzado*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato.

Orus, A. (2022). *Crecimiento anual del consumo de productos de calzado por región 2022*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1229304/cambio-anual-del-consumo-de-productos-de-calzado-por-region/>

Pillajo, M. G. (2019). *Diseño de calzado femenino con la aplicación de repujado en cuero*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato.

Pontoni, G. (2021). *Respuestas sectoriales de las industrias del calzado y la metalmecánica a las medidas de aislamiento social preventivo y obligatorio en La Matanza*. Laboratorio, 31, 59–83. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/167630/CONICET_Digital_Nro.58f94a68-dcd4-4eb6-94d9-c277c40d3033_B.pdf?sequence=2

Rodríguez, F. S., Hendrica Da, K., Araújo, S., Gustavo, J., y Torres, M. (2021). *Los impactos del comercio electrónico en las ventas en un minorista de calzado durante la pandemia Covid-19*. Revista Cubana de Ingeniería, 12(3), e298–e298. <https://rci.cujae.edu.cu/index.php/rci/article/view/796>

Royo, M., Mulet, E., Chulvi, V., Galán, J., Royo, M., Mulet, E., Chulvi, V., y Galán, J. (2020). *Easy Spirit Stellar Womens Walking Shoes Blanco / Multi 6.5*. Ingeniería e Investigación, 40(1), 50–59. <https://doi.org/10.15446/ING.INVESTIG.V40N1.76048>

Ruiz, M., Mayorga, C., y Álvarez, E. (2022). *Eficiencia técnica de las empresas del sector calzado de la zona 3 del Ecuador*. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, ISSN-e 2477-9423, ISSN 1315-9984, Vol. 27, No. Extra 7, 2022 (Ejemplar Dedicado a: Edición Especial), Págs. 522-536, 27(7), 522–536. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.35>

Sáenz, C. (2021). *Primeras lecciones y desafíos de la pandemia de COVID-19 para los países del SICA*. Cepal, 1–35. www.cepal.org/apps

Sandoval. (2021). *Impacto del covid-19 en la producción de acero del sector Siderúrgico, Perú 2020-2021* [Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33175/Sandoval%20Huaman%20Daly%20Fabiola.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Serma. (2021). *El Sector calzado en América Latina*. Obtenido de Serma.net: <https://www.serma.net/noticias/informes/el-sector-calzado-en-america-latina>

T.L San Martín. (2021). *Qué es el cuero y qué ventajas tiene*. Obtenido de T.L San Martín: <https://tlsanmartin.com/2021/09/02/que-es-el-cuero-y-que-ventajas-tiene/>

Unctad. (2021, May 3). El comercio electrónico mundial alcanza los 26,7 billones de dólares mientras COVID-19 impulsa las ventas en línea | UNCTAD. El Comercio Electrónico Mundial Alcanza Los 26,7 Billones de Dólares Mientras COVID-19 Impulsa Las Ventas En Línea. <https://unctad.org/es/news/el-comercio-electronico-mundial-alcanza-los-267-billones-de-dolares-mientras-covid-19-impulsa>

Yoon, S. C., Moon, J., Lee, J. S., y Kim, Y. S. (2016). Female shoes purchase experience design. A-DEWS 2016 - Innovation of Life in Asia - Asian Design Engineering Workshop, 106–109. <https://www.designsociety.org/publication/40023/FEMALE+SHOES+PURCHASE+EXPERIENCE+DESIGN>

Zablan, M. (2021). *Un año después: el impacto de Covid-19 en el comercio y CX*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/red-forbes-un-ano-despues-el-impacto-de-covid-19-en-el-comercio-y-la-cx/>

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Diseño y Arquitectura
Carrera de Diseño Textil e Indumentaria

Tema: Análisis del consumo de calzado femenino casual – formal prepandemia y postpandemia en la ciudad de Ambato	
Objetivo: Esta entrevista tiene como objetivo ampliar el conocimiento sobre los efectos de la prepandemia, pandemia y postpandemia en las empresas de calzado femenino en cuero.	
Nombre del entrevistado:	
Nombre de la empresa:	
Duración de la entrevista: 30 minutos	Fecha: 31 de mayo, 2023

Cuestionario:

1. ¿Cuáles han sido las tendencias que se han manejado antes, durante y después de la pandemia?
R:
2. ¿Cuál es la característica actual de la producción de calzado femenino en términos de diseño y estilo?
R:
3. ¿Cree que el enfoque en el confort y la comodidad del calzado ha aumentado como resultado de la pandemia?
R:
4. ¿Cuáles son los cambios que ha experimentado la demanda de calzado informal en comparación con el calzado casual – formal en los periodos de prepandemia, pandemia y postpandemia?
R:

5. ¿Para usted, cuál ha sido el principal cambio en la producción de calzado femenino desde el inicio de la pandemia?

R:

6. ¿Cómo ha cambiado la entrega de materia prima, materiales e insumos a los fabricantes de calzado femenino? ¿Han variado los precios? ¿Existen nuevos materiales?

R:

7. ¿Qué tipos de materiales son más populares en la producción de calzado femenino después de la pandemia?

R:

8. ¿Cómo ha afectado la pandemia a la capacidad productiva de los fabricantes de calzado femenino para cumplir con los pedidos y plazos de entrega?

R:

9. ¿Cuáles son las estrategias que ha adoptado la empresa para mantenerse activa luego de pasar por una pandemia?

R:

10. ¿Con qué frecuencia se solían realizar pedidos de calzado al por mayor antes, durante y después de la pandemia?

R:

11. ¿Cree usted que a partir de la pandemia ha aumentado el precio en el calzado femenino?

R:

12. ¿Ha observado cambios en los canales de compra de calzado debido a la pandemia?

R:

13. ¿Por qué cree usted que es importante realizar un análisis en el consumo de calzado prepandemia y postpandemia? ¿Por qué creería que es importante comprender los cambios en el comportamiento del consumidor postpandemia?

R:

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Diseño y Arquitectura
Carrera de Diseño Textil e Indumentaria

Ficha de Observación				N.º: 1	
Tema: Análisis del consumo de calzado femenino casual – formal prepandemia y postpandemia en la ciudad de Ambato					
Fotografía del calzado					
Objetivo: Recopilar caracteres sobre peculiaridades físicas, diseño, calidad y confort para la evaluación y comparación de opciones.					
Nombre de la empresa:					
Nombre del observador: Carolina Pintado					
Temporada	Prepandemia		Pandemia		Postpandemia
1. Información general del calzado.					
Código del modelo		Talla			
Material capellada		Material interno			
2. Análisis estético.					
Color					
Descripción					
3. Características técnicas.					
Prefabricado		Planta			
Tacón	Altura		Forma		
Sistema de cierre	Hebilla		Cordones		
Cremallera		Otro			

4. Packaging.			
5. Cumplimiento de normas y estándares			
Normas INEN		Certificación internacional	



Análisis del consumo de calzado femenino pre pandemia y post pandemia en la ciudad de Ambato



Tabla de contenidos



ANÁLISIS ESTÉTICO

Tipología del calzado
Material Capellada
Material Interno
Color
Tipo de Punta

ANÁLISIS TÉCNICO PRODUCTIVO

Tipo de Suela
Altura de Tacón
Forma de Tacón
Sistema de Cierre
Normas



Introducción

Bienvenidos al exclusivo catálogo de calzado femenino, donde se presentan las características más relevantes de los periodos de pre pandemia, pandemia y post pandemia. Este catálogo se ha creado mediante un análisis detallado, permitiendo identificar las tendencias emergentes y cambios en la moda del calzado femenino a lo largo de estos momentos clave en la historia.

El objetivo principal de este catálogo es proporcionar una visión completa y actualizada sobre cómo ha evolucionado el gusto y las necesidades de las mujeres en su elección de calzado durante cada etapa. Además, se pretende aportar información valiosa para el diseño de futuras colecciones y ofrecer una guía práctica para que los fabricantes de calzado se adapten eficazmente a las demandas cambiantes del mercado.

Este catálogo busca ser una herramienta útil para todos aquellos interesados en conocer y comprender cómo el mundo del calzado femenino se ha adaptado a los cambios del entorno y las preferencias de las consumidoras.





Análisis Estético

Material Capellada

En la etapa de **pre pandemia**, los usuarios mostraron una preferencia destacada por **el cristal y la napa** debido a su suavidad y durabilidad. Sin embargo, el **nubuck** y el **charol** eran consumidos en menor medida.

En el periodo **post pandemia**, se ha observado un cambio significativo en la industria, ya que el **nubuck** ha emergido como el tipo de cuero más utilizado. Este material ha ganado popularidad y se ha convertido en una opción preferida por los consumidores y fabricantes de calzado.



Cristal



El cuero cristal se caracteriza por su brillo y luminosidad natural. Su superficie presenta un acabado brillante y lustroso que le otorga un aspecto elegante y sofisticado.



Napa

Su textura uniforme y acabado pulido lo hacen perfecto para diseños elegantes, mientras que su resistencia y facilidad de mantenimiento lo convierten en una elección práctica y duradera para el calzado cotidiano..



Nubuck

.La textura suave se combina con una estructura fibrosa que lo hace menos susceptible a daños y raspaduras que otros cueros más blandos.

Pre pandemia



Pandemia



Post pandemia



Los números en la parte superior de cada material representan las preferencias del usuario, obtenidas mediante fichas de observación aplicadas a las empresas estudiadas. Estos datos reflejan la aceptación y popularidad de los materiales entre los consumidores. La información recopilada es valiosa para los fabricantes de calzado, quienes pueden utilizarla para tomar decisiones informadas en el diseño y producción de sus productos.

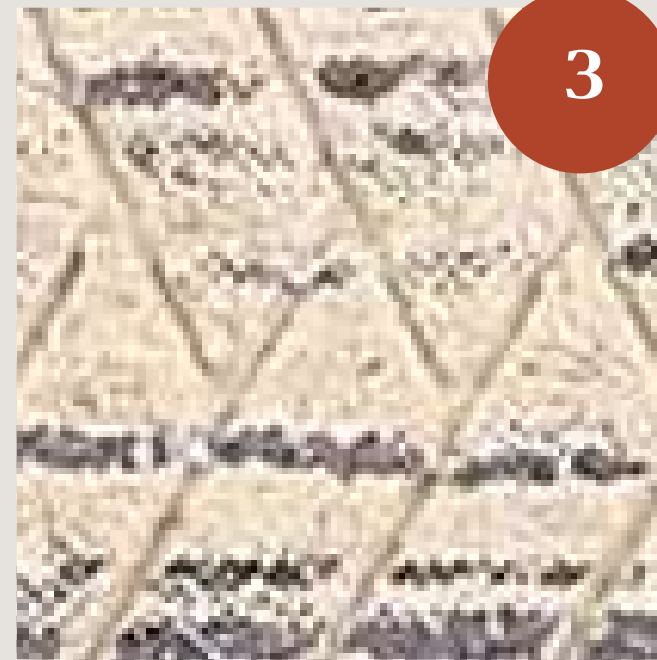
Material Interno

Antes, durante y después de la pandemia, la elección del forro de calzado ha sido mayormente influenciada por la búsqueda de **reducir costos de producción**, utilizando **telas sencillas**. Sin embargo, una parte de la industria ha optado por incorporar **tela sublimada** para agregar un toque de **originalidad y exclusividad** a sus productos. Esta decisión busca destacar en un mercado competitivo y atraer a consumidores que valoran la individualidad y el estilo único en sus zapatos.



Tela Unicolor

La tela sencilla o unicolor utilizada como forro de calzado femenino se refiere a una tela de apariencia simple y uniforme, sin estampados o diseños complejos, además de ser una opción económica para los fabricantes.



Tela Sublimada

La tela sublimada se utiliza como forro en el interior del calzado para agregar un toque de originalidad y personalización a los diseños. Al ofrecer la posibilidad de imprimir diseños únicos y exclusivos, la tela sublimada permite que cada par de zapatos sea único y distintivo.





Color

Antes de la pandemia, durante la pandemia y posterior a ella, los usuarios han mostrado una preferencia constante por **el negro y el café** como sus tonalidades principales al realizar compras de calzado. Estos colores se destacan por su **versatilidad y atemporalidad**, lo que los convierte en opciones populares para combinar con diversos estilos y ocasiones. Además de los colores clásicos, se ha observado que algunos consumidores también optan por tonalidades menos comunes en menor cantidad. Entre estas opciones se encuentran el **azul, beige, vino, verde y amarillo**, que aportan un toque de **originalidad y personalidad** a sus elecciones de calzado. Esta tendencia refleja la preferencia de los usuarios por colores que se adapten fácilmente a diferentes conjuntos y situaciones, al tiempo que les permite agregar un toque de distinción a sus looks. En general, la elección de colores en el calzado ha sido influenciada por la búsqueda de opciones versátiles y atractivas que satisfagan las necesidades y gustos cambiantes del mercado de calzado femenino.

Pre pandemia

Pandemia

Post pandemia



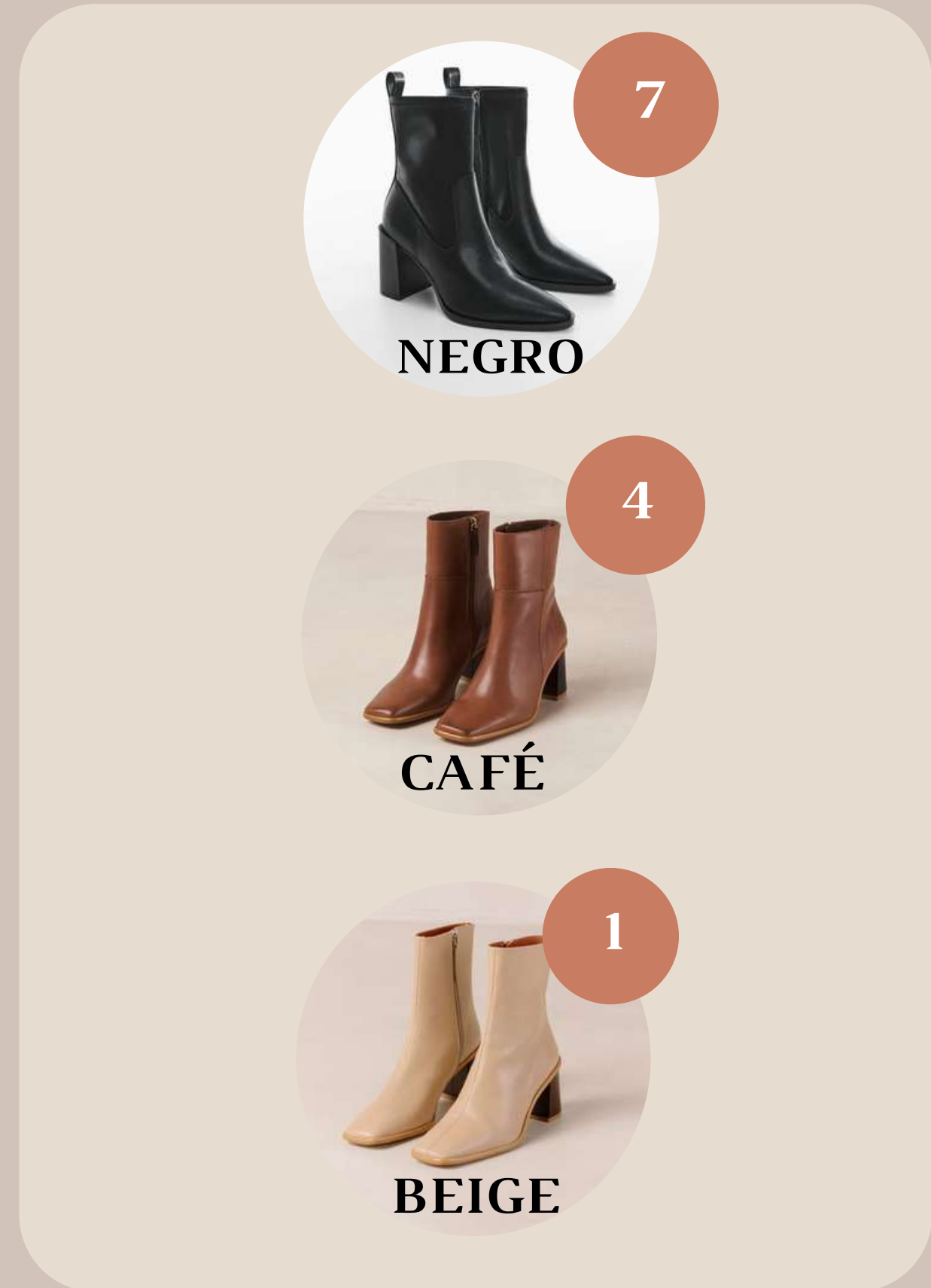
Five circular images showing different styles of women's shoes. Each image has a number in a brown circle in the top right corner and a color name in bold black letters below it. The shoes are: 1. Café (brown, 5), 2. Negro (black, 4), 3. Azul (dark blue, 1), 4. Verde (dark green, 1), 5. VINO (maroon, 1).

Color	Count
CAFÉ	5
NEGRO	4
AZUL	1
VERDE	1
VINO	1



Five circular images showing different styles of women's shoes. Each image has a number in a brown circle in the top right corner and a color name in bold black letters below it. The shoes are: 1. Negro (black, 4), 2. Café (brown, 4), 3. AMARILLO (yellow, 1), 4. AZUL (dark blue, 1), 5. BEIGE (light beige, 1), 6. VINO (maroon, 1).

Color	Count
NEGRO	4
CAFÉ	4
AMARILLO	1
AZUL	1
BEIGE	1
VINO	1



Four circular images showing different styles of women's shoes. Each image has a number in a brown circle in the top right corner and a color name in bold black letters below it. The shoes are: 1. Negro (black, 7), 2. CAFÉ (brown, 4), 3. BEIGE (light beige, 1).

Color	Count
NEGRO	7
CAFÉ	4
BEIGE	1



Tipología

Durante los tres periodos, los **botines** se han convertido en el calzado preferido por el consumidor final, y esto se debe principalmente a su **comodidad y diseño** de corte bajo. Los botines ofrecen una excelente combinación entre estilo y practicidad, lo que los hace ideales para diversas ocasiones y atuendos. Su **versatilidad** permite que sean fácilmente combinables con cualquier estilo de vestimenta, lo que ha contribuido a su popularidad constante a lo largo del tiempo.

Además de los **botines,** los **mocasines** y **semi botines** también han demostrado ser una opción atractiva para aquellos que buscan lucir un look **relajado y casual.** Estos estilos de calzado ofrecen una sensación de comodidad y desenfado, siendo ideales para ocasiones informales o para aquellos momentos en los que se busca un estilo más relajado y cómodo.

Pre pandemia



BOTIN



MOCASÍN

Pandemia



BOTIN



**SEMI
BOTIN**



MOCASÍN

Post pandemia



BOTIN



Tipo de punta



El **tipo de punta** juega un papel fundamental en el diseño del calzado, por la comodidad y seguridad que brinda al pie, **antes, durante y después de la pandemia la punta redonda** es la favorita de todos los tiempos, de a poco se ha ido introduciendo la **punta cuadrada y semi puntona**.

Pre pandemia



PUNTA REDONDA



SEMI PUNTON



PUNTA CUADRADA

Pandemia



PUNTA REDONDA



SEMI PUNTON



PUNTON

Post pandemia



PUNTA REDONDA



SEMI PUNTON



PUNTA CUADRADA



Análisis Técnico Productivo

Suela



Antes y durante la pandemia la planta de **caucho** o **TR** ganó popularidad entre los usuarios por su **durabilidad** y **amortiguación** sin embargo **después de la pandemia** la **suela pre fabricada** es la mejor opción por su estilo elegancia.



Pre pandemia

Pandemia

Post pandemia



9

PLANTA



3

PRE FABRICADO



10

PLANTA



2

PRE FABRICADO



7

PRE FABRICADO



5

PLANTA

Altura de taco



En la **pandemia** el **taco 3 1/2** es el más opcional por tener una altura que combina el **estilo y bienestar**, pero antes y después de la **pandemia** el **taco ideal** es el **5 1/2** y se mantiene gracias a la amortiguación y la personalidad que brinda al calzado.



Pre pandemia



5

5 1/2



3

3 1/2



3

7 1/2



1

10 1/2

Pandemia



7

3 1/2



4

5 1/2



1

7 1/2

Post pandemia



6

5 1/2



5

7 1/2



1

3 1/2

Forma del taco



La forma **semi redonda**, tanto **antes, durante como después** de la pandemia, tiende a ser el tipo de taco más adquirido gracias a que es confiable y atractivo para aquellas mujeres que desean verse elegantes pero cómodas al mismo tiempo.

Pre pandemia



SEMI REDONDO



SEMI AGUJA



MAGNOLIA

Pandemia



SEMI REDONDO



SEMI AGUJA

Post pandemia



SEMI REDONDO



CUADRADO

Sistema de cierre



En la **pandemia**, el **elástico** fue el mejor aliado para sujetar el pie por su practicidad, en la **pre pandemia** y en la **actualidad** los botines de **cremallera** son los más conocidos, por moda también se ubican los que llevan **cordones** para darle un toque sofisticado al estilo final.

Pre pandemia



CREMALLERA



ELÁSTICO



CORDONES



HEBILLA

Pandemia



ELÁSTICO



CREMALLERA



CORDONES

Post pandemia



CREMALLERA



CORDONES



ELÁSTICO

Normas



Las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) son fundamentales para garantizar la calidad, seguridad y confianza de los productos y servicios en Ecuador, beneficiando tanto a los consumidores como a las empresas, por esta razón **antes, durante y después de la pandemia** se manejaron con esta norma.



AUTORA

Carolina Pintado