



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y  
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR Y  
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**AUTORA:**

**HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE**

**TEMA: ESTRATEGIAS DE LAS MICROEMPRESAS TEXTILES  
ARTESANALES DE OTAVALO**

**DIRECTOR:**

**ING. JÁTIVA FERNANDO MPDE**

**SANGOLQUÍ**

**2017**

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

**DEPARTAMENTO DE: CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE: COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, ***“ESTRATEGIAS DE LAS MICROEMPRESAS TEXTILES ARTESANALES DE OTAVALO”*** realizado por la señora ***HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE***, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señora ***HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE***, para que lo sustente públicamente.

**Sangolquí, 28 de agosto del 2017**

**ING. FERNANDO JÁTIVA MPDE**

**DIRECTOR**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

**DEPARTAMENTO DE: CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE: COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE**, con cédula de identidad N° 1721063541, declaro que este trabajo de titulación **“ESTRATEGIAS COMERCIALES DE LAS MICROEMPRESAS TEXTILES ARTESANALES DE OTAVALO”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

**Sangolquí, 28 de agosto de 2017**

**HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE**

**C.C. 1721063541**

**AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)**



**DEPARTAMENTO DE: CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE: COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la Biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**ESTRATEGIAS DE LAS MICROEMPRESAS TEXTILES ARTESANALES DE OTAVALO**” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

**Sangolquí, 28 de agosto de 2017**

**HURTADO GRIJALVA VALERIA MICHELLE**

**C.C. 1721063541**

## DEDICATORIA

A Dios, por ser mi luz, mi guía, mi fe, mi fuerza y fortaleza en este camino de mi formación profesional, por ser mi inspiración para continuar con las metas propuestas, brindarme la sabiduría para enfrentar los momentos difíciles, por demostrarme su infinito amor durante este tiempo, así como bendecirme con alegrías y buenas personas en el transcurso de mi carrera.

A mi hija por ser el motor de mi vida.

A mi esposo por su amor infinito y apoyo incondicional durante mi formación profesional.

A mi madre y a mi padre que en paz descansen por sus valores inculcados y demostrarme que solo con perseverancia se consiguen grandes cosas, por su amor incondicional y ser mi soporte en el transcurso de mi vida profesional y personal.

A mi familia, por sus sabios consejos, lo mismos que me han motivado a seguir adelante.

## AGRADECIMIENTO

A mi tutor Ing. Fernando Játiva Mpde., por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda culminar mi proyecto de investigación.

A todas las personas que contribuyeron a alcanzar uno de los mayores objetivos de mi vida.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas- ESPE y a mis docentes que aportaron en mi formación profesional.

## Tabla de contenido

|   |      |
|---|------|
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....                                 | ii   |
| AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....                              | iii  |
| AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL).....            | iv   |
| DEDICATORIA .....   | v    |
| AGRADECIMIENTO .....  | vi   |
| Índice de Tablas .....  | ix   |
| Índice de Figuras .....                                       | xi   |
| RESUMEN.....  | xi   |
| ABSTRACT .....  | xiii |
| INTRODUCCCIÓN.....  | 1    |
| Importancia del problema.....                                 | 1    |
| Aportes con respecto a la obra anterior .....                 | 3    |
| Objetivos .....   | 3    |
| Relación entre objetivos con el diseño de investigación ..... | 4    |
| Capítulo I. Marco Teórico.....                                | 11   |
| 1.1. Teorías de soporte .....                                 | 11   |
| 1.2. Marco referencial.....                                   | 12   |
| 1.2.1. Acuerdos Comerciales .....                             | 12   |
| 1.2.2. El Acuerdo Comercial Multipartes .....                 | 14   |
| 1.2.3. Artesanías de Otavalo .....                            | 20   |
| 1.2.4. Términos de comercio internacional INCOTERMS.....      | 20   |
| 1.2.5. Balanza Comercial .....                                | 21   |
| 1.2.6. Competitividad.....                                    | 21   |
| 1.3. Marco conceptual .....                                   | 21   |
| Capítulo II. Marco Metodológico .....                         | 29   |

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| 2.1.          | Enfoque de la investigación .....  | 29 |
| 2.2.          | Tipología de la investigación.....   | 29 |
| 2.3.          | Procedimiento para la recolección y análisis de datos .....  | 30 |
| 2.4.          | Instrumentos .....   | 31 |
| 2.4.1.        | Instrumento para el estudio cuantitativo .....   | 32 |
| 2.4.2.        | Instrumento para el estudio cualitativo .....  | 34 |
| Capítulo III. | Resultados .....   | 38 |
| 3.1.          | Análisis Cuantitativo .....  | 38 |
| 3.1.1.        | Información estadística .....  | 38 |
| 3.1.2.        | Encuestas.....   | 54 |
| 3.2.          | Análisis Cualitativo .....   | 64 |
| 3.2.1.        | Antecedentes para el análisis .....  | 64 |
| 3.2.1.1.      | Entrevistas .....  | 64 |
| 3.2.1.2.      | Estudio del impacto del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el sector MIPYME colombiano ..... | 70 |
| 3.2.1.3.      | Antecedentes por sistema .....   | 73 |
| 3.2.1.4.      | Resultado del análisis cualitativo .....   | 79 |
| Capítulo IV.  | Discusión de Resultados .....  | 87 |
| 4.1.          | Conclusiones .....   | 87 |
| 4.2.          | Recomendaciones .....  | 96 |
| Bibliografía  | .....  | 99 |



## Índice de Tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Sistematización del objetivo general.....  | 4  |
| Tabla 2 Sistematización de los objetivos específicos .....   | 6  |
| Tabla 3 Escala de valoración de impactos positivos.....  | 36 |
| Tabla 4 Escala de valoración de impactos negativos.....  | 36 |
| Tabla 5. Serie histórica de aporte de Otavalo a las exportaciones de artesanías textiles del país.....                         | 40 |
| Tabla 6. Serie histórica de importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 61.....                                 | 41 |
| Tabla 7. Serie histórica de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo Capítulo 61 a la UE.....                           | 42 |
| Tabla 8. Participación de Otavalo en las importaciones de la UE en artesanías textiles del Capítulo 61 .....                   | 43 |
| Tabla 9. Serie histórica de importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 62.....                                 | 45 |
| Tabla 10. Serie histórica de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo Capítulo 62 a la UE.....                          | 46 |
| Tabla 11. Participación de Otavalo en las importaciones de artesanías textiles de del Capítulo 62 desde la UE.....             | 47 |
| Tabla 12. Serie histórica importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 63.....                                   | 49 |
| Tabla 13. Serie histórica de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo Grupo 63 a la UE.....                             | 50 |
| Tabla 14. Participación del sector textil de Otavalo en las importaciones de la UE en artesanías textiles del Capítulo 63..... | 51 |
| Tabla 15. Serie histórica del incremento de las exportaciones de artesanías textiles de Otavalo y el país.....                 | 53 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 16. Ubicación de la microempresa artesanal textil .....                                     | 54 |
| Tabla 17. Nivel de experiencia en el sector .....   | 55 |
| Tabla 18. Experiencia promedio del sector .....   | 55 |
| Tabla 19. Condición de exportador .....   | 56 |
| Tabla 20. Interés por ser exportador .....  | 56 |
| Tabla 21. Monto de exportaciones .....  | 57 |
| Tabla 22. Monto promedio de exportaciones.....  | 57 |
| Tabla 23. Evolución en el nivel de exportaciones .....  | 58 |
| Tabla 24. Evolución promedio en el nivel de exportaciones .....                                   | 58 |
| Tabla 25. Destinos por porcentaje de exportaciones de artesanías textiles.....                    | 59 |
| Tabla 26. Destinos concretados por los exportadores de artesanías textiles.....                   | 60 |
| Tabla 27. Frecuencias de exportaciones de artesanías textiles .....                               | 60 |
| Tabla 28. Canales para la exportación de artesanías textiles por plaza .....                      | 61 |
| Tabla 29. Niveles de precio en mercados internacionales de artesanías textiles .....              | 62 |
| Tabla 30. Jerarquización por niveles de precio de mercados internacionales.....                   | 62 |
| Tabla 31. Nivel de implementación de norma o estándar para asegurar la calidad ...                | 64 |
| Tabla 32. Criterio de asignación de valores a factores de las sub dimensiones.....                | 80 |
| Tabla 33. Sistema productivo, sub factores afectados e impacto.....                               | 81 |
| Tabla 34. Sistema de comercialización, sub factores afectados e impacto .....                     | 83 |
| Tabla 35. Sistema de desarrollo y crecimiento económico, sub factores afectados e<br>impacto..... | 84 |
| Tabla 36. Sistema tecnológico, sub factores afectados e impacto .....                             | 85 |
| Tabla 37. Sistema Social Colaborativo, sub factores afectados e impacto .....                     | 85 |
| Tabla 38. Tabla relacional de variables Hipótesis 1 .....   | 87 |
| Tabla 39. Tabla relacional de variables Hipótesis 2 .....   | 91 |

**Índice de Figuras**

|   |    |
|---|----|
| Figura 3 Exportaciones no petroleras del Ecuador 2016 .....   | 38 |
| Figura 2 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las exportaciones de artesanías textiles del país .....                    | 40 |
| Figura 3 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las importaciones de artesanías textiles del Capítulo 61 de la UE.....     | 44 |
| Figura 3 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las importaciones de artesanías textiles del Capítulo 62 desde la UE ..... | 48 |
| Figura 5 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las importaciones de artesanías textiles del Capítulo 63 desde la UE ..... | 52 |
| Figura 5 Serie histórica comparativa de incremento de exportaciones de artesanías textiles .....                                | 53 |
| Figura 6 Condición de exportador e interés por serlo .....  | 56 |
| Figura 7 Jerarquización de mercados internacionales por niveles de precio .....   | 63 |

## RESUMEN

Hace poco más de dos años en Bruselas, Ecuador suscribió con la Unión Europea un acuerdo que establece parámetros para los intercambios comerciales entre las partes; esta investigación se focaliza en el sector artesanal textil de Otavalo, el más grande del país; y tiene como objetivo “Proponer estrategias que potencien a las microempresas del sector textil artesanal de Otavalo en el marco que establece el Acuerdo Multipartes”. En el primer capítulo se tratan las teorías de negociación y comercio internacional en las que se basa la investigación; en el segundo se expone el marco metodológico observado en el desarrollo de la investigación cuantitativa y cualitativa; en el tercero se comunican los resultados de la investigación, que evidencian: informalidad en el sector, que el mercado europeo es el que más paga pero para ingresar en él se requiere calidad, estandarización del producto, en tamaño y presentación; la evolución de las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo y de sus similares del resto de del país entre los años 2012 y 2016; los factores que regulan el comercio internacional entre el sector artesanal textil de Otavalo y la Unión Europea en el marco del Acuerdo Multipartes, y se delinean estrategias comerciales para potenciar el sector textil artesanal de Otavalo. Finalmente en el capítulo cuarto se discuten los resultados por cada uno de los objetivos planteados; y se prueba que las microempresas que producen artesanías con un estándar de calidad exportan a Europa, y obtienen mejores precios que las que exportan al resto del mundo y que las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo se han incrementado en mayor porcentaje que las exportaciones artesanales textiles del resto de empresas del país entre los años 2012 y 2016.

**Palabras clave:**

**COMERCIO INTERNACIONAL  
ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES  
EXPORTACIONES OFERTA DE VALOR  
CALIDAD  
PRECIO**

## ABSTRACT

A little more than two years ago in Brussels, Ecuador signed an agreement with the European Union that establishes parameters for trade between the parties; this research focuses specifically on the textile handicraft sector of Otavalo, the largest in the country, and aims to "Propose strategies that enhance the micro-enterprises of the artisanal textile sector of Otavalo within the framework established by the Multiparty Agreement". The first chapter deals with negotiation and international trade theories on which research is based; The second chapter presents the methodological framework observed in the development of quantitative and qualitative research; in the third chapter the results of the research are announced; which evidence; informality in the sector, that the European market is the one that pays the most, but to enter it requires quality, standardization of the product, in size and presentation; that exports of Otavalo's small-scale textile enterprises have increased by more than textile exports from other craft enterprises in the country between 2012 and 2016; the factors that regulate international trade between the textile artisan sector of Otavalo and the European Union, according to the framework of the Multiparty Agreement; and commercial strategies are outlined to enhance the artisanal textile sector in Otavalo. Finally in chapter four the discussion of results is developed for each one of the objectives, and it proves that the micro-enterprises that produce crafts assuring the quality by means of a standard export to Europe, and obtain better prices than those that export to the rest of the world; and that the exports of Otavalo's small-scale textile micro-enterprises have increased more than the traditional textile exports of other companies in the country between 2012 and 2016,

### **Keywords:**

**INTERNATIONAL TRADE**  
**MULTIPARTY TRADE AGREEMENT**  
**EXPORTS OFFER OF VALUE**  
**QUALITY**  
**PRICE**

# INTRODUCCCIÓN

## Importancia del problema

Por el dinamismo global que existe, es difícil anticipar cambios en el entorno mundial; las personas, organizaciones y gobiernos deben prever y adaptarse a los cambios en el entorno, pues éstos generan oportunidades, amenazas y desafíos que pueden ser aprovechados para beneficio de su desarrollo.

Producto de la expansión económica internacional y el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC), se ha generado el irreversible proceso de globalización, en el que están inmersos todos los países del mundo, lo que ha dado origen a crecientes relaciones entre naciones y bloques.

No existe a nivel mundial un solo país autosuficiente, inclusive los más ricos deben proveerse de recursos y servicios que no producen para atender sus necesidades, mediante negociaciones y acuerdos con otros países; también Ecuador participa de acuerdos para comercializar sus productos.

Los acuerdos comerciales delimitan el nuevo escenario comercial del mundo, sin embargo Ecuador no ha participado activamente en el proceso, aunque participa de acuerdos que le permiten desarrollar intercambios comerciales con países del Pacífico, Norteamérica y Sudamérica y la Unión Europea (Burton, 2013, pág. 17); si no se tiene acceso a mercados suficientes, es imposible lograr tasas aceleradas de crecimiento económico; en consecuencia el Comercio Internacional es un factor que aporta al progreso y desarrollo de los países, y tiene injerencia directa en la calidad de vida de sus ciudadanos; por esto ahora más que nunca, las naciones buscan insertarse en el dinamismo del comercio mundial.

Específicamente con la Unión Europea (UE), pese a que este bloque es uno de los socios comerciales más importantes del país, representa entre 28% a 30% de las exportaciones ecuatorianas al mundo, y crecieron 12.9% anualmente entre 2005 y el 2015, manteniendo una balanza comercial positiva para Ecuador; recién hace poco más de dos años, el 17 de julio de 2014 en Bruselas, se llegó a un convenio para que Ecuador se una al Acuerdo Comercial Multipartes, conjuntamente con Perú y

Colombia, y que crea un marco referencial claro, estable y previsible para impulsar y diversificar los intercambios comerciales e inversión en ambos lados (Estévez, 2016, pág. 31).

Por cuanto el país a partir del año 2014 iba a perder los beneficios arancelarios que la Unión Europea entregaba a los sectores bananeros, camaroneros y pesqueros, conforme lo establecido en el Sistema General de Preferencias Plus; intensificó las negociaciones con la Unión Europea y el año 2014 el país suscribió un acuerdo comercial concreto con la Unión Europea, que fue ratificado en noviembre del año 2016; el Acuerdo Comercial Multipartes incluye disposiciones para: garantizar que los productos comercializados cumplan con los requisitos establecidos tanto en la UE como en Ecuador; y transparentar la cooperación para facilitar el comercio entre las partes; le otorga al país acceso a uno de los mercados más grandes y dinámicos del mundo.

La negociación ha concitado reacciones diversas e incluso adversas, fundamentadas unas y otras apoyadas en ideologías altermundistas (que promueven un cambio en el sistema económico internacional y las injusticias que genera el modelo de desarrollo económico actual), que las consideran negativas, porque por su representatividad y grado de cohesión, la Unión Europea tiene fuerza y dinámica para establecer condiciones en una relación comercial en bloque.

Surge entonces la necesidad de establecer las implicaciones que conlleva este acuerdo y oportunidades que genera para los diversos sectores económicos del país; esta investigación se enfoca en el sector artesanal textil de Otavalo, el más grande del país, conformado por alrededor de 600 talleres artesanales con telares mecánicos y manuales, que ocupan 75% de la población económicamente activa (Instituto de la Ciudad , 2016, pág. 28), y reconocido a nivel internacional por su originalidad, alta calidad y precio razonable; ya que este acuerdo establece que los productos pertenecientes a sectores de manufacturas no agrícolas como las artesanías, se beneficiarán del desgravamen.

## **Aportes con respecto a la obra anterior**

El Acuerdo Multipartes suscrito entre la Unión Europea y Ecuador fue ratificado en noviembre del año 2016, por lo que el tema es nuevo, en consecuencia toda investigación que lo aborde, aportará información valiosa para entender objetivamente el alcance e impacto que puede generar este instrumento de Comercio Internacional.

Aparentemente de este instrumento se derivarían varias las ventajas, pero dependerá de la capacidad institucional y normativa del país, optimizar el provecho de acceder a uno de los mercados más importantes del mundo; especialmente ahora que la crisis mundial y bajos precios del petróleo han mermado los ingresos del país, se debe mejorar el acceso a los mercados internacionales, para incentivar la transformación de la economía del país e impulsar la producción nacional con estándares de calidad.

## **Objetivos**

### **General**

Proponer estrategias que potencien a las microempresas del sector textil artesanal de Otavalo en el marco que estable el Acuerdo Multipartes

### **Específicos**

Determinar las estrategias comerciales que actualmente emplean las microempresas textiles de Otavalo para establecer sus perspectivas.

Determinar la evolución de las exportaciones de artesanías textiles en el Ecuador entre los años 2012 y 2016 en comparación a las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo entre los años 2012 y 2016.

Determinar los factores que regulan el comercio internacional entre el sector artesanal textil de Otavalo y la Unión Europea, según el marco del Acuerdo Multipartes



Proponer estrategias comerciales para potenciar las microempresas textiles artesanales de Otavalo, y que optimicen la coyuntura generada por el Acuerdo Multipartes.

### Relación entre objetivos con el diseño de investigación

Para mostrar la relación de los objetivos con el diseño de la investigación, se expone su sistematización.

Tabla 1

#### Sistematización del objetivo general

| Objetivo General   | Pregunta de investigación   | Hipótesis  | Variable   | Definición Conceptual                 | Técnicas   |
|--|---|--|--|---------------------------------------|--|
| Proponer estrategias que potencien a las microempresas del sector textil artesanal de Otavalo en el marco que establece el Acuerdo Multipartes | ¿Qué estrategias comerciales potenciaran a las microempresas del sector textil artesanal de Otavalo para aprovechar la coyuntura que establece el Acuerdo Multipartes | El mercado europeo demanda calidad de los productos antes que precio | Características de los productos exportados                                  | Calidad                               | Cumplimiento de la norma de calidad  |
|  |   |  |  | Tallas                                | Cumplimiento de normas de talla; Especificaciones de las normas de tallas NTE INEN 1873: NTE INEN 1874; NTE INEN 1875. |
|  |   |  |  | Etiquetado                            | Cumplimiento del Reglamento de etiquetado; RTE INEN 013  |
|  |   |  |  | Empaque                               | Cumplimiento del Reglamento Empaque; RTE INEN 080  |
|  |   |  | Precio de los productos exportados por el sector artesanal textil de Otavalo | Valor FOB de negociación del producto | Términos de negociación de la Unión Europea  |
|  |   |  | Especificaciones de la demanda de artesanías textiles en la Unión            | Norma Europea Calidad                 | Especificaciones de la norma de calidad EUR-LEX32011R1007  |
|  | Normas de tallas  | Especificaciones de las normas de tallas NTE INEN 1873: NTE          |  |                                       |  |



|  |  |  |         |  |  |
|--|--|--|---------|--|--|
|  |  |  | Europea | Reglamento de etiquetado;<br>Reglamento para empaque | INEN 1874;<br>NTE INEN<br>1875: NTE<br>INEN 0257:<br>Especificaciones del Reglamento de etiquetado;<br>RTE INEN 013<br>Especificaciones del Reglamento de empaque;<br>RTE INEN 080 |
|--|--|--|---------|--|--|

Tabla 2

## Sistematización de los objetivos específicos

| Objetivo Específico  | Pregunta de investigación   | Hipótesis  | Variable   | Definición Conceptual   | Definición Operativa  |
|--|---|--|--|---|---|
| Determinar las estrategias comerciales que actualmente emplean las microempresas textiles de Otavalo para establecer sus perspectivas. | ¿En base a qué estrategias comercializan sus productos las microempresas artesanales textiles de Otavalo? | Las microempresas que producen artesanías asegurando la calidad mediante un estándar exportan a Europa, y obtienen mejores precios que las que exportan al resto del mundo | Estándar de calidad para la manufactura de artesanías textiles<br><br>Destinos de los productos exportados por las microempresas artesanales textiles de Otavalo que no aseguran la calidad.<br><br>Precio de los productos exportados por las microempresas artesanales textiles de Otavalo que no aseguran la calidad. | Procedimientos que deben observarse para una adecuada la gestión de proveedores de materiales, almacenamiento de materiales, alimentación del proceso, desarrollo del proceso productivo artesanal, y manejo de los residuos<br><br>Plazas donde se exportan las artesanías textiles producidas en Otavalo<br><br>Precio que se obtiene por los productos artesanales textiles de Otavalo exportados. | Encuesta artesanos textiles de Otavalo BPM, ISO, INEN<br><br>Encuesta artesanos textiles de Otavalo.<br><br>Encuesta artesanos textiles de Otavalo. |



| Objetivo Específico | Pregunta de investigación | Hipótesis | Variable  | Definición Conceptual   | Definición Operativa  |
|---------------------|---------------------------|-----------|---|---|---|
|                     |                           |           | Destinos de las artesanías textiles exportadas que aseguran la calidad.<br>Precio de las artesanías textiles exportadas, que aseguran la calidad. | Plazas donde se exportan las artesanías textiles producidas en Otavalo<br>Precio que se obtiene por los productos artesanales textiles de Otavalo exportados. | Encuesta artesanos textiles de Otavalo<br><br>Encuesta artesanos textiles de Otavalo. |

| Objetivo Específico  | Pregunta de investigación  | Hipótesis   | Variable  | Definición Conceptual   | Definición Operativa   |
|--|--|---|---|---|--|
| <p>eterminar la evolución de las exportaciones de artesanías textiles en el Ecuador entre los años 2012 y 2016 en comparación a las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo entre los años 2012 y 2016.</p> | <p>¿Qué tendencia han tenido las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo en comparación con las exportaciones artesanales textiles del país entre los años 2012 y 2016?</p> | <p>Las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo se han incrementado en mayor porcentaje que las exportaciones artesanales textiles del resto de empresas del país entre los años 2012 y 2016.</p> | <p>Valor FOB de las exportaciones textiles artesanales del país</p> <p>Valor FOB de las exportaciones textiles artesanales de Otavalo</p> <p>Internacionalización de las exportaciones textiles artesanales del país</p> <p>Internacionalización de las exportaciones textiles artesanales del sector textil artesanal de Otavalo</p> <p>Tendencia de las exportaciones textiles artesanales del país entre 2012 y 2016</p> <p>Tendencia de las exportaciones textiles artesanales de Otavalo entre 2012 y 2016</p> | <p>Valor total de las exportaciones del sector textil artesanales del país</p> <p>Valor total de las exportaciones del sector textiles artesanales de Otavalo</p> <p>Principales países de destino de las exportaciones textiles artesanales del país</p> <p>Principales países de destino de las exportaciones textiles artesanales de Otavalo</p> <p>Comportamiento de las exportaciones textiles artesanales del país entre 2012 y 2016</p> <p>Comportamiento de las exportaciones textiles artesanales de Otavalo entre 2012 y 2016</p> | <p>TRADE MAP, Organización Comtrade</p> <p>Encuesta artesanos textiles de Otavalo, TRADE MAP, Organización Comtrade,</p> <p>TRADE MAP, Organización Comtrade</p> <p>Encuesta artesanos textiles de Otavalo, TRADE MAP, Organización Comtrade</p> <p>TRADE MAP, Organización Comtrade</p> <p>Encuesta artesanos textiles de Otavalo, TRADE MAP, Organización Comtrade</p> |



| Objetivo Específico  | Pregunta de investigación  | Hipótesis | Variable  | Definición Conceptual  | Definición Operativa   |
|--|--|-----------|---|--|--|
| Determinar los factores que regulan el comercio internacional entre el sector artesanal textil de Otavalo y la Unión Europea, según el marco del Acuerdo Multipartes | ¿Qué factores deben evaluarse para establecer si la aplicación del Acuerdo Multipartes beneficia el comercio internacional entre el sector artesanal textil de Otavalo y la Unión Europea? |           | Factores de cumplimiento o que establece el Acuerdo Multipartes al sector artesanal textil de Otavalo.<br><br>Facilitación del comercio internacional hacia el mercado europeo. | Características que debe cumplir la gestión de las microempresas artesanales textiles de Otavalo conforme el Acuerdo Multipartes<br><br>Características que deben cumplir los productos artesanales textiles de Otavalo para ser exportados a la Unión Europea.<br><br>Disminución de barreras arancelarias y no arancelarias. | Gestión comercial, productiva, de negociación y comercio electrónico (Contenido del Acuerdo Multipartes) Matriz de priorización de factores. Entrevistas<br><br>Calidad Tallas Etiquetado Empaque Franjas de precios (Contenido del Acuerdo Multipartes)<br><br>Disminución de medidas adoptadas por la Unión Europea, para regular de las importaciones de artesanías textiles ecuatorianas. (Contenido del Acuerdo Multipartes) Matriz de priorización de factores |



| Objetivo Específico   | Pregunta de investigación   | Hipótesis | Variable  | Definición Conceptual   | Definición Operativa  |
|---|---|-----------|---|---|---|
| <p>Proponer estrategias comerciales para potenciar las microempresas textiles artesanales de Otavalo, y que optimicen la coyuntura generada por el Acuerdo Multipartes.</p> | <p>¿Qué estrategias comerciales optimizarán el comercio internacional entre el sector textil artesanal de Otavalo y la Unión Europea?</p> |           | <p>Plan Comercial Estratégico</p> <p>Cumplimiento de los requerimientos demandados por el mercado de la Unión Europea</p> | <p>Direccionamiento estratégico</p> <p>Objetivos de ventas</p> <p>Estrategias</p> <p>Plan operativo</p> <p>Monitoreo del logro</p> <p>Oferta de valor</p> | <p>Formulación de las finalidades y propósitos del sector</p> <p>Metas de ventas al mercado europeo a alcanzar</p> <p>Acciones estratégicas para facilitar el logro de los objetivos</p> <p>Acciones para implementar las estrategias</p> <p>Indicadores para verificar el logro de metas</p> <p>Características de calidad, tallas, etiquetado, empaque, precio y términos de negociación, ofertados por las artesanías ofertadas al mercado europeo</p> |

## **Capítulo I. Marco Teórico**

### **1.1. Teorías de soporte**

Las teorías base para la investigación son las de negociación y comercio internacional; Jácome (2012) señala que debe analizarse la negociación del acuerdo con la Unión Europea desde una perspectiva nacional, ya que generalmente se sobrevalora la capacidad de acción de la Unión Europea como actor internacional, sin considerar que existen coincidencias en las condiciones de negociación establecidas, para establecer si los términos de negociación definidos son adecuados y acordes a las normas constitucionales y derivadas.

Existen antecedentes de que esquemas de comercio exterior hacia bloques han sido favorables para economías grandes como México, Argentina o Brasil, no así en países pequeños, por lo que aparentemente no es una estrategia adecuada para fomentar el desarrollo del país (Paz y Miño, 2013, pág. 38); en este sentido es importante señalar que las capacidades institucionales, de negociación y condiciones del Ecuador hace varios años no son equivalentes a las existentes en la actualidad; al respecto el economista Ramiro González manifestó que considera que esta iniciativa es viable porque el país dispone de una moneda dura, una economía sana, baja inflación, adecuada infraestructura en transporte y electricidad, salarios competitivos y condiciones favorables para la inversión (El Telégrafo, 2014).

En la actualidad Ecuador diversifica su comercio exterior con socios potencialmente interesantes del lado Pacífico, Norteamérica y Sudamérica, con los que desarrolla un importante nivel de intercambios, por lo que una relación formal con Europa permitirá mantener la capacidad de acción de los sectores productivos ecuatorianos, y explorar nuevas oportunidades en un medio conocido. (Villagómez, 2012, pág. 43)

El acuerdo de comercio con la Unión Europea sin duda ayudará a muchos sectores productivos no tradicionales a mantener su capacidad exportadora, a generar inversión, empleo y rentas para el Estado; en casos facilitará el acceso a una variedad de bienes y servicios, pero no es la solución absoluta a los problemas de desarrollo del país pues son las políticas públicas, la capacidad de innovación y de inserción



inteligente en la esfera global del Estado, las que aportarán a la mejora de las condiciones de vida de pueblo ecuatoriano, en esencia es la propia acción constructiva, creadora, innovadora de los ciudadanos la que permitirá forjar una sociedad más humana y justa (Villagómez, 2012, pág. 43).

Tampoco es adecuado considerar la negociación con el bloque europeo un plan de dominación por la estratégica ubicación geográfica de la que goza el Ecuador, sino que el análisis debe tomar en cuenta los cambios en la política de comercio de la Unión Europea, orientados a la apertura y búsqueda de nuevos mercados estratégicos a escala global; la relación preferente a nivel bilateral con los Estados y nuevos actores como la sociedad civil y el sector privado; los términos en que se han zanjado cambios en las políticas de comercio exterior, que habían acentuado distancias con la Unión Europea que han buscado definir nuevos procesos regionales que fortalezcan posiciones políticas, sociales, de seguridad, infraestructura, en lugar de económicas y comerciales; debe ser objetivo y enfocarse a estudiar posiciones técnicas de política comercial (Villagómez, 2012, pág. 43).

## **1.2. Marco referencial**

### **1.2.1. Acuerdos Comerciales**

Los acuerdos comerciales se remontan a la aparición del comercio, pero solo a partir de 1947 con la creación del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), son regulados y estandarizados por un organismo competente, que hace cumplir lo firmado por las partes involucradas (Soez, 2013).

Organización Comtrade (2017) señala que los acuerdos comerciales son convenios que se suscriben entre países o bloques económicos, con el fin de regular las actividades comerciales entre los firmantes. Buscan incrementar el intercambio comercial, para ello se establece la liberalización comercial y excepciones para los aranceles aduaneros y otros obstáculos que pueden interferir en el normal desarrollo del Comercio Exterior.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) (2013) sostiene que los acuerdos comerciales son convenios entre países o bloques que buscan armonizar sus intereses en materia de Comercio Exterior; son resultado de una negociación que

inicia cuando las partes involucradas adoptan una posición común sobre un determinado asunto comercial; puede ser establecido por empresas privadas, organizaciones de empresas o por gobiernos. Producto de la reducción arancelaria y la disponibilidad de reglas de negociación claras generan el incremento del Comercio Exterior, el impulso al sector productor que debe diversificarse e innovarse para satisfacer a los nuevos mercados, generan relaciones a largo plazo con los compradores y divisas.

En resumen, los acuerdos comerciales son muy importantes para la economía de los países involucrados pues: transparentan las políticas comerciales lo que favorece la mutua apertura de los mercados, desarrollan la industria nacional y promueven la especialización productiva, incrementan el tamaño del mercado potencial, reducen costos del comercio internacional e impulsan la innovación a través de la competencia, atraen inversión extranjera, profundizan las relaciones comerciales, favorecen el empleo en el sector exportador y promueven mejores condiciones de vida.

Los acuerdos comerciales son de dos tipos: de cooperación internacional, que involucra a varios estados, con el fin de alcanzar objetivos comunes conforme sus intereses solidarios, sin afectar sus jurisdicciones o prerrogativas de estado soberano; de integración internacional, en el cual varios estados se unen, renunciando a sus jurisdicciones y delegando su ejercicio en una autoridad supranacional, que fusiona sus intereses, y a cuyas decisiones aceptan someterse mediante procedimientos adecuados (OMC, 2013).

Ante la suscripción de acuerdos comerciales, generalmente los actores comerciales más beneficiados son: empresas que tienen actividad exportadora hacia los países socios, pues pueden acceder al mercado a menor costo; empresas que utilizan insumos y/o bienes de capital provenientes de los países socios, ya que sus costos de importación se reducen; y empresas con potencial exportador, pues el acercamiento entre países genera nuevas oportunidades de comercio (Misión MIPYME, 2012)

Las expectativas son mayores en empresas grandes, pero también las microempresas pueden beneficiarse porque:

- Mejoran las condiciones relativas en el mercado de meta, lo que permite a las MIPYME posicionarse mejor en el mercado internacional, por las ventajas en costos de producción y la flexibilidad para adaptarse a los cambios en la economía, respecto a empresas de mayor tamaño. (Misión MIPYME, 2012)
- Por la extensión temporal de los acuerdos, brindan estabilidad y predictibilidad en las reglas de juego del comercio de bienes y servicios; además la inflación tiende a aproximarse a los niveles internacionales, que generalmente son inferiores a los que presentan las economías locales de los países en desarrollo, esto facilita la planificación presupuestaria y financiera, y genera una base sólida para el crecimiento a largo plazo. (Misión MIPYME, 2012)
- Mejoran los términos comerciales entre los países, esto estimula la eficiencia, transparencia y agilidad de las aduanas, y se refleja en menores costos operativos para las microempresas exportadoras; adicionalmente la reducción de aranceles baja el costo de la actualización tecnológica y mejora la productividad. (Misión MIPYME, 2012)
- Por las condiciones preferenciales en el comercio, mejora la competitividad de los bienes y servicios, lo que incrementa las ventas y utilidad de las microempresas exportadoras. (Misión MIPYME, 2012)
- Comúnmente los gobiernos establecen mecanismos para incentivarlas a utilizar los beneficios arancelarios, lo que les permite desarrollarse y fortalecerse. La Comisión Económica Para América Latina (CEPAL) (2013) resalta que en el Tratado de Libre Comercio de Chile con la Unión Europea (UE) que entró en vigor en 2003, 25% de empresas que exportaron hacia la UE en el 2007 eran microempresas.

### **1.2.2. El Acuerdo Comercial Multipartes**

El Acuerdo Comercial de Ecuador con la Unión Europea tiene su fundamento legal, en el Acuerdo Multiparte Unión Europea - Comunidad Andina de Naciones (CAN), que establece especificaciones de negociación solicitadas por Ecuador en función de ciertos sectores prioritarios para la economía del país; al igual que los demás Acuerdos Comerciales y Tratados de Libre Comercio, se fundamenta en los

parámetros establecidos por la Organización Mundial de Comercio (OMC) de la cual Ecuador es miembro desde el 21 de enero de 1996; respecto a la política Comercial y Arancelaria con el fin que ninguno de los países miembros se vean afectado por medidas desleales de Comercio Exterior, que a su vez se fundamenta en el artículo 24 del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y de Comercio de 1994 (GATT 1994) y el artículo 5 del Acuerdo sobre Comercio de Servicios (AGCS) (Villagómez, 2012).

La Constitución del Ecuador del año 2008, en el artículo 134 establece que la política comercial relacionada a la decisión de establecer acuerdos internacionales de integración comercial son potestad del Ejecutivo, quien debe negociar este tipo de tratados internacionales, considerando las competencias jurídicas de un organismo internacional o supranacional como la Organización Mundial de Comercio OMC o Comunidad Andina de Naciones CAN, y posteriormente deben ser aprobados por la Función Legislativa (Asamblea Constituyente, 2008).

Con la expedición del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en diciembre del 2010, se creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX), órgano interinstitucional encargado de formular y regular la política comercial; diseñar, monitorear y evaluar la política arancelaria; negociaciones internacionales, y la política para el desarrollo de regímenes especiales. Su comité ejecutivo está integrado por: el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad; el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración; y el Ministerio de Industrias y Productividad (Asamblea Nacional, 2010).

El Estado puede accionar el Comité de Comercio Exterior (COMEX) previsto en el Acuerdo, para negociar ajustes necesarios en el caso de afectación en la importación y exportación de bienes y servicios (Development Solutions, CEPR, 2013, pág. 14).

Fruto de cuatro rondas de negociaciones se generó al Acuerdo Comercial Multipartes.

- La Ronda I de negociaciones se desarrolló a partir del 13 de Enero del 2014 en Bruselas, en ella Ecuador expuso su suposición, y dejó en claro que el acuerdo era posible si se llega a un acuerdo favorable en temas sensibles para

la producción nacional como: propiedad intelectual, comercio de servicios y compras públicas; lo que es muy diferente a lo firmado por Colombia y Perú. Y la eliminación de aranceles para bienes industriales y agrícolas. En estos temas se basan las próximas rondas de negociaciones (Diario El Telégrafo, 2014).

- La Ronda II se desarrolló desde el 21 de Marzo del 2014 en Malta, en esta ronda se comenzó a negociar el acceso al mercado y también se iniciaron los diálogos en materia de propiedad intelectual y compras públicas, a pesar de no haberse concretado un acuerdo respecto a estos temas las negociaciones fueron fructíferas (Diario El Telégrafo, 2014).
- La Ronda III de negociaciones se realizó a partir del 9 de Junio del 2014 en Bruselas, en ella se dieron por cerradas las negociaciones en cuestiones a los temas sensibles para la economía ecuatoriana, por las asimetrías existentes entre las partes; con esto el acuerdo comenzaba a tomar forma en mejores condiciones que lo logrado por Colombia y Perú (Diario El Telégrafo, 2014).
- La IV Ronda de negociaciones inició el 7 de Julio del 2014, se desarrolló en varias ciudades de Europa y Ecuador, en ella se negociaron diversos temas sensibles para el Ecuador, y una vez concluidas las negociaciones se establecieron los tiempos y pasos para materializar el Acuerdo (Diario El Telégrafo, 2014).

La suscripción del Acuerdo con la Unión Europea le otorga a Ecuador acceso al mercado grande y uno de los más dinámicos del mundo; pues permite al Ecuador tener acceso de sus productos y servicios agrícolas e industriales al mercado europeo, para consolidar en el primer caso las preferencias arancelarias otorgadas a través del Sistema de Preferencias Arancelarias (SGP) Plus; permite el acceso de otros bienes manufacturados y protege el mercado interno de la importación de productos sensibles de la contraparte (Development Solutions, CEPR, 2013, pág. 14).

Los beneficios que genera el Acuerdo Comercial entre el Ecuador y la Unión Europea son: establece un marco jurídico estable; facilita el acceso preferencial a un mercado muy grande; simplifica los trámites aduaneros lo que facilita la diversificación los intercambios comerciales y la reducción del costo de ventas;

incentiva la transferencia tecnológica; facilita alianzas estratégicas entre empresas ecuatorianas y de la Unión Europea; promueve la inversión extranjera, el empleo, la innovación y en consecuencia impulsa el crecimiento económico y el mejoramiento en la calidad de vida de la población; además permite generar divisas, lo que es sumamente necesario para una economía dolarizada como la del Ecuador (Villagómez, 2012).

**a. Acceso de bienes agrícolas hacia la Unión Europea**

Lo negociado en el Acuerdo permite el ingreso al mercado europeo sin aranceles de rosas, palmito, café, aceite de palma, margarinas, cacao, chocolate, jugos y confites de frutas tropicales, mermeladas, vegetales, cereales, entre otros productos; varios de estos productos benefician directamente a pequeños productores; por ejemplo, para el caso del banano 71% de los productores son pequeños; para el cacao 68%; brócoli 63%; piñas 68%; café 79%, y quinua 94%. Adicionalmente, se negociaron contingentes libres de arancel para exportar: 37.000 toneladas de maíz duro y derivados con crecimiento de 3% anual; 5.000 toneladas de arroz; 15.000 toneladas de azúcar cruda y panela con crecimiento de 3% anual, y de 10.000 toneladas de azúcar blanca. (Development Solutions, CEPR, 2013).

En el caso del banano, Ecuador tendrá similares condiciones preferenciales que otros países competidores en el mercado europeo; el arancel para esta fruta en la Unión Europea (UE) disminuirá desde 132 euros hasta 75 euros por tonelada el año 2020; lo que le permitirá retomar el liderazgo en el mercado europeo (Development Solutions, CEPR, 2013).

**b. Acceso de bienes industriales, pesca y acuicultura hacia la Unión Europea**

El Acuerdo asegura el acceso con arancel 0% a toda la oferta actual de bienes manufacturados ecuatorianos, entre los que se incluyen las artesanías; en consecuencia abre oportunidades para productos de varios sectores como; alimentos; confección y artículos similares; muebles de madera; maderas; manufacturas de plástico, entre otros; además de los generados por sectores de la matriz productiva como: plástico, químico farmacéutico, manufacturas

metálicas, electrodomésticos, máquinas, madera y papel industrial, entre otros. En lo que respecta a normas de origen para el sector industrial, Ecuador obtuvo flexibilidades para productos que antes estaban restringidos por una norma en el SGP Plus, lo que permitirá aprovechar el programa de liberación de una mejor forma (Development Solutions, CEPR, 2013).

Toda la oferta exportable de Ecuador en el sector de pesca y acuicultura, puede ingresar al mercado europeo sin aranceles; esto es altamente favorable para el camarón, que contribuye con más de 900 millones de dólares en las exportaciones al mercado europeo, y que pagaba 3,6% de arancel; con lo que el país asegura en este sector, exportaciones superiores a mil millones de dólares. Adicionalmente el Acuerdo establece un régimen de origen flexible que favorece la estructura productiva de la industria pesquera ecuatoriana, y que permite fortalecer la complementariedad productiva con otros socios de Latinoamérica (Development Solutions, CEPR, 2013).

#### **c. Acceso de bienes industriales, pesca y acuicultura desde la Unión Europea**

En lo relacionado a los productos provenientes de la Unión Europea, Ecuador se compromete a eliminar gradualmente los aranceles; para 76% de los productos a la entrada en vigencia del Acuerdo; para 11% en 5 años; y para el resto entre 7 y 10 años. (Development Solutions, CEPR, 2013).

Automóviles y los kit para ensamblaje (Completely Knock Down - CKD) se van a desgravar en 7 años; al país mantiene la prohibición para importar bienes usados; se limita el acceso a vehículos fabricados dos años anteriores así como a vehículos usados. Tampoco se permite la importación de motores y partes de motores re manufacturados; estas medidas se revisarán luego de cinco años de vigencia del Acuerdo. Adicionalmente se contemplan salvaguardias si las importaciones desde Europa amenazan afectar la producción nacional. (Development Solutions, CEPR, 2013)

#### **d. Propiedad Intelectual**

En materia de propiedad intelectual, se ratifica lo dispuesto en convenios multilaterales de los cuales son parte Ecuador y la Unión Europea,

especialmente el acuerdo de la OMC sobre Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC); el Acuerdo confirma la importancia de promocionar la innovación y creatividad, guardando un adecuado nivel de protección para no afectar el bienestar social y el interés público. De ser necesario, las Partes pueden hacer uso de las excepciones y flexibilidades establecidas o derivadas de los acuerdos multilaterales de propiedad intelectual, para proteger los derechos de salud pública, nutrición de la población, y acceso a medicinas. También se reconoce la importancia de la transferencia de tecnología. (Development Solutions, CEPR, 2013)

Para proteger los derechos de autor y los otros relacionados, los parámetros son similares a los que establece la legislación nacional; 70 años luego de la muerte del autor en obras literarias; en obras cinematográficas o audiovisuales 70 años después de presentadas al público; y para artistas, intérpretes o ejecutantes, 50 años de protección. Para patentes por invenciones se mantiene en 20 años. Se ratifica la importancia de la relación complementaria entre la biodiversidad, su acceso, los conocimientos tradicionales asociados y la propiedad intelectual, enfatizando lo relativo a patentes; se particulariza y ratifica el derecho soberano de los Estados sobre sus recursos naturales y la biodiversidad. Se determina que los datos de prueba, información que demuestra la eficiencia e inocuidad de los productos para efecto de obtener el registro sanitario, deben ser protegidos en el caso de medicamentos por 5 años y por 10 para agroquímicos. Ecuador dispone de una moratoria de cinco años para aplicar esta obligación a partir de la entrada en vigencia del Acuerdo. Se reconoce: la contribución histórica de las comunidades indígenas a la conservación y uso sostenible de la biodiversidad y sus componentes; de los conocimientos tradicionales a la cultura y el desarrollo socioeconómico; y la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos (Development Solutions, CEPR, 2013).



### **1.2.3. Artesanías de Otavalo**

Conforme la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, artesanías son aquellos productos que se elaboran totalmente a mano, con la ayuda de herramientas manuales e incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual del artesano sea el componente más importante en el producto terminado (UNESCO - CCI, 2012).

Es extensa la gama de artesanías textiles que se produce en Otavalo: hamacas, ponchos, cintas de pelo, bordados ornamentales, camisas y fajas, entre otras.

Conforme el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, los capítulos asociados a los productos artesanales textiles son (Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador, 2016):

- Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.
- Capítulo 62. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto.
- Capítulo 63. Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos.

### **1.2.4. Términos de comercio internacional INCOTERMS**

Son un conjunto de reglas internacionales de comercio, regidas por la Cámara de Comercio Internacional (ICC) que buscan facilitar las negociaciones internacionales, al interpretar los términos comerciales en un contrato de compra o venta; cada empresa o persona puede escoger el INCOTERMS que mejor de ajuste a sus necesidades y requerimientos, de acuerdo al modo de transporte que se escoja para la importación o exportación; desde el 1 de enero del 2011 se encuentran en vigencia los INCOTERMS 2010, en esta versión se definen 11 INCOTERMS (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2010).

Para cualquier modo de transporte

- EXW: En Fábrica
- FCA: Franco Transportista
- CPT: Transporte Pagado hasta
- CIP: Transporte y Seguro Pagados hasta

- DAT: Entrega en Terminal
- DAP: Entrega en Lugar
- DDP: Entregada Derechos Pagados
- Para transporte marítimo y vías navegables interiores.
- FAS: Franco al Costado del Buque
- FOB: Franco a Bordo
- CFR: Coste y Flete
- CIF: Coste, Seguro y flete.

### **1.2.5. Balanza Comercial**

La balanza comercial es la diferencia entre las exportaciones e importaciones que realiza un país en lapso de tiempo específico; actualmente Ecuador importa inclusive productos que podría producirlos por lo que el país tiene una balanza comercial deficitaria que entre 2012 y 2013 creció 167% según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2014), entre enero y noviembre del 2013 el déficit fue de 1351,9 millones de dólares y el mismo período el 2012 506,7 millones. (Agencia Metropolitana de Promoción Económica, CONQUITO, 2014, pág. 27).

### **1.2.6. Competitividad**

La competitividad de las empresas es un factor clave del crecimiento económico de una nación en un entorno mundial cada vez más abierta y dinámica. Existe una mayor competitividad entre las empresas por la globalización y la revolución de las tecnologías de información, pues afectan directamente a la productividad. Factores determinantes de la competitividad empresarial: innovación, gestión basada en el conocimiento, integración empresarial. (Burton, 2013, pág. 41)

## **1.3. Marco conceptual**

- Acuerdo de Complementación Económica (ACE): Convenios suscritos entre países, orientados a eliminar las restricciones que distorsionan y afectan

negativamente el intercambio comercial e inversiones entre ellos (Beltramino, 2013).

- **Acuerdos Comerciales:** Contratos que se firman entre dos o más países, para regular aspectos estrictamente comerciales; y que tienen como finalidad generar ventajas y seguridad en la aplicación de tarifas y regímenes aduaneros que afectan a las partes contratantes (Misión MIPYME, 2012).
- **Administración Estratégica:** Aspectos del proceso administrativo orientados a asegurar la viabilidad organizacional y la eficiente realización de los objetivos corporativos, utilizando cursos de acción con un riesgo aceptable. (Fisher & Espejo, 2009, pág. 84)
- **Aduana:** Oficina pública, establecida generalmente en las costas y fronteras, para registrar, en el tráfico internacional, los géneros y mercaderías que se importan o exportan y cobrar los derechos que se generan (Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador, 2016).
- **Análisis costo-beneficio:** Comparación entre el costo de implementar una actividad y el beneficio generado a consecuencia de la misma (Gitman, 2014, pág. 161).
- **Arancel:** Derechos generales. Es una tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar. Existen varios aranceles, tales como: arancel general, aduanero, convencional, de exportación, de importación, diferencial, específico, externo común. (Diccionario de Comercio Internacional, 2010)
- **AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías):** Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación). (Aduanas del Ecuador, 2010)
- **Balanza comercial:** Es la diferencia en valor, entre las exportaciones e importaciones del país en un período determinado. (Diccionario de Comercio Internacional, 2010)
- **Balanza de pagos:** Aquella cuenta nacional que contabiliza las transacciones hechas con el exterior; incluye los pagos efectuados al extranjero por la

adquisición de bienes y servicios, junto con las entradas provenientes del exterior por los mismos conceptos. (Diccionario de Comercio Internacional, 2010)

- Base imponible: Es aquel valor o cuantía sobre la cual se calcula y determina el importe de un impuesto, para debe satisfacer la persona sea natural o jurídica. (Diccionario de Comercio Internacional, 2010)
- Cadena de valor: Herramienta que permite examinar las actividades del proceso operativo de una organización y cómo interactúan entre sí, para establecer las fuentes de la ventaja competitiva (Lincoln, 2012, pág. 11).
- Certificado de origen: Documento oficial que certifica que un determinado bien es originario de un país o región por haber cumplido las reglas de origen que se han establecido; se exige en el país de destino para determinar el origen de las mercancías (Beltramino, 2013).
- Cliente: organización o persona que recibe un producto o servicio (Aguado, 2013).
- Calidad: Es el grado en que un conjunto de características inherentes de un producto o servicio satisface los gustos, preferencias, o requerimientos del mercado. La calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. (Deming, 2013)
- Competencia: Situación por la cual dos o más sujetos económicos rivalizan o contienden en el mercado por organizar la producción, determinar los precios y obtener utilidades (Zabala, 2013).
- Comercio electrónico: “Producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de redes de telecomunicaciones” (OMC , 2017).
- Comercio Internacional: Movimiento de los bienes y servicios a través de las fronteras nacionales; importaciones y exportaciones de los países. (Diccionario de Comercio Internacional, 2010)

- Demanda: Cantidad de bienes y servicios que se adquiere, se compra o se consume; cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (Steinhardt, 2012, pág. 11).
- Desgravación arancelaria: Eliminación progresiva y cronológica de aranceles aduaneros para bienes considerados originarios, que se negocia dentro de Tratados y Acuerdos comerciales entre países y/o bloques (Burton, 2013).
- Efectividad: Logro de los objetivos al menor costo y con el menor número de consecuencias imprevistas; se relaciona con el impacto de las acciones de la organización (Porter, 2013, pág. 26).
- Eficiencia: Logro de los objetivos previamente establecidos, utilizando un mínimo de recursos; describe la relación entre la producción del servicio y los insumos que se utilizaron para alcanzar ese nivel de servicio (Porter, 2013, pág. 26).
- Estrategias: Acciones que se implementan con el fin de apoyar el logro de los objetivos organizacionales, y lograr una ventaja competitiva (Porter, 2013, pág. 35).
- Exportaciones: Venta de bienes y servicios de un país al extranjero. (Aduanas del Ecuador, 2010)
- FOB: Término de negociación definido como “libre a bordo”, que se utiliza para valorar las exportaciones, corresponde al valor de venta de los productos en su lugar de origen más el costo de los fletes, seguros y gastos requeridos para hacer llegar la mercancía hasta la aduana de salida (Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador, 2016).
- FODA: Herramienta que permite realizar el diagnóstico de la situación de una empresa o sector, considerando los factores externos e internos que le afectan, para delinear mejor la estrategia para el logro satisfactorio de las metas y objetivos, considerando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (Kotler,2002)

- Fortalezas: Comprenden aquellas características internas, procesos, actividades que la organización realizan con alto grado de eficiencia (Porter, Ser competitivo 5ta. Ed., 2013).
- Importaciones: Acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarada (Aduanas del Ecuador, 2010).
- Insumos: Comprende el conjunto de bienes y servicios que son consumidos por la empresa durante el proceso productivo, con la finalidad de generar otros bienes y servicios, que pueden ser de uso intermedio o final (Steinhardt, 2012, pág. 37).
- IVA (Impuesto al Valor Agregado): Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE (Aduanas del Ecuador, 2010).
- Licencia de exportación: Autorización aduanera que bajo el cumplimiento de ciertos requisitos establecidos, concede permiso para exportar mercancías (Enríquez, 2017).
- Macro ambiente: Conjunto de condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas entre otras, que forman un campo dinámico de fuerzas que interactúan entre sí, generando un efecto sistémico sobre todas las organizaciones (Porter, 2003, pág. 23).
- Mercado: Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios (Steinhardt, 2012, pág. 5).
- Mercado común: Forma de integración económica que elimina todas las barreras internas al comercio, armoniza las políticas comerciales frente al resto del mundo y permite la libre movilidad de la mano de obra y el capital entre los países miembros (Diccionario de Comercio Internacional, 2010).
- Negociación internacional: Comprende el proceso y técnicas que permite a dos o más partes construir un acuerdo que puede ser de: compraventa internacional, con un intermediario o una alianza estratégica; involucra a dos

o más países, o a organizaciones que proviene de países diferentes (Beltramino, 2013, pág. 18).

- Nomenclatura arancelaria: Lista de mercancías objetos del comercio internacional, ordenadas sistemáticamente a base de determinados principios, su naturaleza, origen, destino, entre otras variables (Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador, 2016).
- Microambiente: Segmento ambiental donde se desarrollan las operaciones de cada organización, está conformado por los factores externos que tiene una relación directa con la empresa (proveedores, clientes, competidores, entidades gubernamentales reguladoras y productos sustitutos) (Porter, Ser competitivo 5ta. Ed., 2013, pág. 25).
- NTE INEN 1873: Esta norma es parte de una serie destinada a establecer un sistema de designación de tallas de ropa exterior de hombres (niños, adolescentes, jóvenes y adultos), que indican de manera simple, directa y significativa, las dimensiones del cuerpo al que debe ajustarse una prenda de vestir. (INEN, 2013)
- NTE INEN 1874: Esta norma establece las dimensiones de control utilizadas para la designación de las tallas para la ropa infantil. (INEN, 2013)
- NTE INEN 1875: Esta norma establece los requisitos que deben cumplir las etiquetas utilizadas para la identificación de las prendas de vestir; se aplica también a etiquetas para ropa de hogar: sábanas, cobijas, sobrecamas, manteles, cortinas, toallas y similares. (INEN, 2013)
- NTE INEN 0257: Esta norma es parte de una serie destinada a establecer un sistema de designación de tallas de ropa exterior de mujeres (niñas, adolescentes, jóvenes y adultas), que indican de manera simple, directa y significativa, las dimensiones del cuerpo al que debe ajustarse una prenda de vestir. (INEN, 2013)
- Oferta: Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado (Steinhardt, 2012, pág. 7).

- Oportunidades: Factores o variables del entorno externo, que de comportarse conforme lo previsto, aportarían el logro de los objetivos (Porter, 2013, pág. 27).
- Organización Comtrade: Base de datos de las Naciones Unidas, que proporciona información respecto al entorno, importaciones, exportaciones, reexportaciones, productos por socio comercial, de 140 informantes que representan más del 90% del comercio mundial (Organización Comtrade , 2017).
- Precios referenciales: Aquellos vigentes en los mercados internacionales y que se utilizan fundamentalmente, para determinar los precios mínimos de aforo, para establecer el valor en aduana de las mercancías, o definir los precios mínimo y máximo del mecanismo de ajustes arancelarios a las importaciones de productos (Aduanas del Ecuador, 2010).
- Productividad: Medida que expresa el grado de aprovechamiento productivo de una determinada cantidad de insumos para obtener una producción deseada; es igual a  $PRODUCCIÓN\ TOTAL / TOTAL\ DE\ INSUMOS$ . (Cáceres, 2009)
- Régimen aduanero: Tratamiento aplicable a todas las mercaderías sujetas al control aduanero, respecto a las leyes y reglamentos aduaneros y de conformidad a su naturaleza y objetivo de cada operación. (Aduanas del Ecuador, 2010).
- Restricción: Es cualquier cosa que limita un sistema de alcanzar un mayor desempeño en relación con su meta (Steinhardt, 2012).
- RTE INEN 013: Este reglamento técnico establece los parámetros de etiquetado que deberán observar las prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir. (INEN, 2013)
- Sistema Armonizado: Nomenclatura internacional establecida por la Organización Mundial de Aduanas, que clasifica a las mercancías mediante un sistema de códigos de seis dígitos y que aceptado por todos los países



participantes, quienes pueden establecer propias sub clasificaciones con fines arancelarios u otros (OMC , 2017).

- Trade Map: Aplicación web que provee estadísticas del comercio internacional, e indicadores de desempeño de las exportaciones, demanda internacional, mercados alternativos y del papel de los competidores; genera datos de 220 países y de los 5.300 productos del Sistema Armonizado (Centro de Comercio Internacional, 2017).
- Valoración de Aduana: Es el procedimiento aduanero que se aplica para determinar el valor en aduana de las mercancías importadas; es esencial para determinar el valor a pagar por el producto importado (Aduanas del Ecuador, 2010).

## **Capítulo II. Marco Metodológico**

### **2.1. Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación es mixto, porque dispone de un tramo cuantitativo y uno cualitativo. Parte del análisis de la situación actual del sector artesanal textil de Otavalo, que se ha desarrollado mediante encuestas lo que corresponde al tramo cuantitativo, y el análisis del Convenio Multipartes y los términos de negociación es de tipo cualitativo, de igual forma lo es la propuesta de las estrategias para potenciar la capacidad comercial del sector artesanal textil de Otavalo en el marco del Convenio Multipartes.

### **2.2. Tipología de la investigación**

Por su finalidad la investigación es aplicada, porque se desarrolla sobre el sector artesanal textil de Otavalo.

Por las fuentes de información utilizadas es mixta, porque se ha utilizado información de fuentes primaria (de campo) y de fuentes secundarias (documental).

Por las unidades de análisis mixta, porque el acopio de información primaria se desarrolla en el sitio donde opera el sector textil artesanal de Otavalo; y de laboratorio porque se procesa y depura para elaborar el documento.

Por el control de las variables es no experimental, ya que se analiza el sector artesanal textil de Otavalo y se plantean estrategias para potenciar su capacidad comercial en el marco del Convenio Comercial con la Unión Europea, pero no se desarrolla un proceso de implementación.

Por el alcance es descriptiva y de comparación de grupos porque el documento producto de la investigación correlaciona y describe el análisis de los términos de negociación, y las estrategias propuestas para potenciar la capacidad comercial del sector artesanal textil de Otavalo en el marco del Convenio Comercial con la Unión Europea.

### 2.3. Procedimiento para la recolección y análisis de datos

Como técnicas para recopilar información de fuentes primarias se ha utilizado:

- Observación directa del sector artesanal textil de Otavalo.
- Cuestionarios que han sido aplicados mediante encuestas guiadas a micro productores artesanales textiles de Otavalo.

Para recolectar información secundaria documental se ha utilizado:

- Investigación documental de registros, documentos y bases de datos existentes relacionados sector artesanal textil de Otavalo.
- Investigación de fuentes de información existentes, Trade Map, y demás bases de datos públicos.

La población de estudio estuvo conformada por los seiscientos talleres artesanales con telares mecánicos y manuales, que conforman el sector artesanal textil de Otavalo (Instituto de la Ciudad , 2016, pág. 28),

Para establecer el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de proporción para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{\beta^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Los valores para el cálculo fueron:  $N = 600$  elementos a estudiar, se definió un nivel de error muestral de 5% ( $\beta = 0,05$ ) y un nivel de confianza de 95% ( $\alpha = 5\% = 0,05$ ), se tiene:  $\alpha/2 = 0,025$  por tanto  $1 - \alpha/2 = 0,975$  y  $Z_{1-\alpha/2} = 1,96$ ; el valor de  $Z \alpha/2$ , se obtuvo de la tabla para la distribución normal Z. Para que el tamaño de muestra fuese el adecuado, las proporciones utilizadas fueron  $q = 1/2 = 0,50$  (probabilidad de fracaso), y  $p = (1 - q) = 0,50$  (probabilidad de éxito).

Aplicando los valores a la fórmula anterior, se tiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (600) \cdot (0,50) \cdot (0,50)}{(0,05)^2 \cdot (599) + (1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50)} = 234,44$$

Para compensar posibles sesgos en el estudio de campo se realizaron 240 encuestas. Para balancear la muestra conforme la distribución geográfica del sector artesanal textil de Otavalo, se aplicaron 150 encuestas en Peguche ya que allí se concentran 400 talleres que equivale a 66,67% de toda la población de estudio; y en Carabuela, Quinchuqui y San Juan 30 en cada una ya que el número de talleres que tienen estas parroquias es similar.

El cuestionario se aplicó mediante la técnica de encuesta guiada, se procedió a leer cada pregunta del cuestionario y acopió los datos en hojas diseñadas para el efecto.

Una vez obtenida la información, se tabularon los datos con la ayuda de Power Pivot de Excel, para establecer los resultados cuantitativos.

#### **2.4. Instrumentos**

Los instrumentos para recopilar información de fuentes primarias fueron:

- Ficha de observación directa en la cual se ha levantado la información relevante de la estructura y relaciones que existen en el sector artesanal textil de Otavalo.
- Cuestionarios para los micro productores artesanales textiles de Otavalo.
- Parlamento escrito para guiar entrevistas a personas relevantes relacionadas al sector artesanal textil de Otavalo.
- Fichas nemotécnicas para levantar información relevante del caso de convenio internacional tomado como analogía.
- Para recolectar información secundaria documental se han utilizado fichas bibliográficas.

### 2.4.1. Instrumento para el estudio cuantitativo

#### ENCUESTA A PRODUCTORES DE ARTESANÍAS TEXTILES

Nombre del negocio:

.....

#### Aspectos generales del negocio

1. Parroquia de ubicación del negocio
2. ¿Cuántos años tiene de experiencia produciendo y comercializando artesanías textiles?

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Menos de 2 años (Baja)    |  |
| Entre 2 y 5 años (Media ) |  |
| Entre 5 y 10 años (Alta)  |  |
| Más de 10 años (Muy alta) |  |

#### Para segregar a las microempresas que exportan

3. ¿Actualmente, exporta usted sus artesanías?

|    |   |
|----|---|
| Sí |   |
| No | ¿Tiene interés en hacerlo?    Sí_____ No_____ |

#### Si no exporta, termina la encuesta

4. *Solo para exportadores* ¿Qué monto promedio de artesanías textiles, exporta usted mensualmente?

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| Hasta 5 mil dólares                   |  |
| Mayor a 5 mil y hasta 10 mil dólares  |  |
| Mayor a 10 mil y hasta 15 mil dólares |  |

5. *Solo para exportadores* ¿Cuál es el crecimiento promedio anual que ha observado en el nivel de sus exportaciones?

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Hay decrecimiento ..... % |  |
| No existe crecimiento     |  |
| Hasta 5%                  |  |
| Más de 5% y hasta 10%     |  |



|                        |  |
|------------------------|--|
| Más de 10% y hasta 15% |  |
| Más de 15% y hasta 20% |  |
| Más de 20% y hasta 25% |  |
| Más del 25%            |  |

**Plazas donde se exportan las artesanías - internacionalización de las exportaciones del sector**

6. Solo para exportadores ¿A dónde y con qué frecuencia exporta sus artesanías?

| Destino        | % de ventas totales | Frecuencia |            |           |       |           |
|----------------|---------------------|------------|------------|-----------|-------|-----------|
|                |                     | Mensual    | Trimestral | Semestral | Anual | Ocasional |
| Estados Unidos |                     |            |            |           |       |           |
| Canadá         |                     |            |            |           |       |           |
| México         |                     |            |            |           |       |           |
| Mercosur       |                     |            |            |           |       |           |
| Europa         |                     |            |            |           |       |           |
| Medio Oriente  |                     |            |            |           |       |           |
| Japón          |                     |            |            |           |       |           |
| China          |                     |            |            |           |       |           |
| India          |                     |            |            |           |       |           |
| Otro destino   |                     |            |            |           |       |           |

7. Solo para exportadores ¿Qué canal utiliza para exportar sus artesanías?

| Destino        | Indirecto por intermediarios | Directo por agentes | Directo por distribuidores | Directo por minoristas | Directo con un socio extranjero |
|----------------|------------------------------|---------------------|----------------------------|------------------------|---------------------------------|
| Estados Unidos |                              |                     |                            |                        |                                 |
| Canadá         |                              |                     |                            |                        |                                 |
| México         |                              |                     |                            |                        |                                 |
| Mercosur       |                              |                     |                            |                        |                                 |
| Europa         |                              |                     |                            |                        |                                 |
| Medio Oriente  |                              |                     |                            |                        |                                 |
| Japón          |                              |                     |                            |                        |                                 |
| China          |                              |                     |                            |                        |                                 |
| India          |                              |                     |                            |                        |                                 |
| Otro destino   |                              |                     |                            |                        |                                 |

8. *Solo para exportadores* ¿Qué mercado paga mejor precio por las artesanías textiles de Otavalo?

| Mercado        | Orden | Mercado       | Orden |
|----------------|-------|---------------|-------|
| Estados Unidos |       | Medio Oriente |       |
| Canadá         |       | Japón         |       |
| México         |       | China         |       |
| Mercosur       |       | India         |       |
| Europa         |       | Otro destino  |       |

**Favor señalar en orden descendente; 5 el mercado que paga más altos precios a 1 el que menor precios paga**

9. ¿Su microempresa utiliza alguna norma o estándar para asegurar la calidad de las artesanías que produce?

|                                       |  |   |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |
|---------------------------------------|--|---|---------------------------------------|--|----------------|--|------------------------------|--|-----------------------|--|
| Sí                                    |  | Por favor señale cuáles de las siguientes normas o estándares   |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |
|                                       |  | <table border="1"> <tr> <td>Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Norma ISO 9001</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Norma INEN NTE INEN ISO 9001</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sello de calidad INEN</td> <td></td> </tr> </table> | Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) |  | Norma ISO 9001 |  | Norma INEN NTE INEN ISO 9001 |  | Sello de calidad INEN |  |
| Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) |  |   |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |
| Norma ISO 9001                        |  |   |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |
| Norma INEN NTE INEN ISO 9001          |  |   |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |
| Sello de calidad INEN                 |  |   |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |
| No                                    |  | ¿Tiene interés en hacerlo? Sí _____ No _____  |                                       |  |                |  |                              |  |                       |  |

#### 2.4.2. Instrumento para el estudio cualitativo

El instrumento seleccionado para medir los impactos generados por las diversas dimensiones del Acuerdo Multipartes en el sector textil artesanal de Otavalo es la Matriz Acción Reacción, instrumento que para cada dimensión muestra las acciones en el eje horizontal, y los factores influenciados o posiblemente afectados en el eje vertical (Gómez, 2012, pág. 45).

La identificación y valoración del impacto es cualitativa, pero es recomendable que la asignación de magnitud se base en información de hecho; la magnitud asignada tiene cierta opinión subjetiva del evaluador; se busca minimizar la subjetividad en la interpretación y análisis de resultados mediante escalas específicas definidas (Gómez, 2012, pág. 53).

Los factores que se consideran para medir los impactos son:

- Intensidad = I
- Extensión = EX
- Momento = MO
- Persistencia = PS
- Periodicidad = PR
- Acumulación = AC
- Efecto = EF

La caracterización de estos factores es:

- Intensidad, del impacto producido sobre los factores.
- Extensión, se relaciona al ámbito territorial de influencia; puntual, si el impacto es sobre las microempresas artesanales; local si es sobre toda el área de influencia, y extensa si se proyecta fuera de ésta a nivel regional o nacional. (Gómez, 2012, pág. 56)
- Momento, determinado en función del tiempo que toma la aparición del impacto; puede ser en largo plazo, mediano o inmediato. (Gómez, 2012, pág. 56)
- Persistencia, se califica en función del tiempo que permanece presente el impacto; puede ser fugaz, temporal o permanente. (Gómez, 2012, pág. 56)
- Periodicidad, determinada en función de la frecuencia de aparición del impacto; puede ser irregular, periódica o continuo. (Gómez, 2012, pág. 56)
- Acumulación, calificada por la permanencia e incremento de la intensidad del impacto en el tiempo. Se divide en simple y acumulativa. (Gómez, 2012, pág. 56)
- Efecto en función del tipo de incidencia del impacto sobre el factor; puede ser directo o indirecto. (Gómez, 2012, pág. 56).



Para valorar los impactos, se ha establecido una escala de calificación que refleja impactos positivos y negativos; los impactos positivos van de 1 a 4 y los negativos desde -1 hasta -4.

Tabla 3

Escala de valoración de impactos positivos

| Caracterización | Valor    |
|-----------------|----------|
| <b>Bajo</b>     | <b>1</b> |
| <b>Moderado</b> | <b>2</b> |
| <b>Medio</b>    | <b>3</b> |
| <b>Alto</b>     | <b>4</b> |

Fuente: (Dewey, 2010)

- Bajo, si el beneficio que se genera es mínimo, de baja intensidad, de extensión reducida, fugaz (Dewey, 2010, pág. 47).
- Moderado, si el beneficio es representativo pero desaparece a corto plazo; o el beneficio es permanente o de largo plazo pero no cambia substancialmente el factor (Dewey, 2010, pág. 47).
- Medio, si el beneficio es representativo y de mediano plazo; o es permanente y modifica el factor, pero no lo cambia substancialmente (Dewey, 2010, pág. 47).
- Alto, su impacto genera beneficios de alta importancia que perduran en el mediano o largo plazo; también se incluyen en esta calificación los impactos medios pero permanentes (Dewey, 2010, pág. 47).

Tabla 4

Escala de valoración de impactos negativos

| Caracterización    | Valor     |
|--------------------|-----------|
| <b>Irrelevante</b> | <b>-1</b> |
| <b>Moderado</b>    | <b>-2</b> |
| <b>Severo</b>      | <b>-3</b> |
| <b>Crítico</b>     | <b>-4</b> |

Fuente: (Dewey, 2010)

- Impacto irrelevante, hay un deterioro de recursos de bajo valor irreversiblemente, o afecta por un tiempo reducido a recursos de valor medio (Dewey, 2010, pág. 49).
- Impacto moderado, son de intensidad alta sobre recursos de valor medio con posibilidad de recuperación a medio plazo o mitigables, o de valor alto con recuperación a corto plazo. También se incluyen los impactos de intensidad baja, sin posibilidad en recursos de valor medio, cuando son reversibles a largo plazo (Dewey, 2010, pág. 49).
- Impacto severo, se refiere a impactos de intensidad alta sobre recursos o valores de alta importancia con posibilidad de recuperación a medio plazo o mitigables, o bien impactos de intensidad alta sobre recursos de valor medio sin posibilidad de recuperación; o impactos de intensidad baja, sin posibilidad de recuperación sobre recursos de alto valor (Dewey, 2010, pág. 49).
- Impacto crítico, presenta intensidad alta sin posible recuperación en recursos de alto valor y cuya presencia determina una exclusión en la viabilidad del proyecto (Dewey, 2010, pág. 49).

## Capítulo III. Resultados

### 3.1. Análisis Cuantitativo

#### 3.1.1. Información estadística

Los principales productos no petroleros exportados por el Ecuador hacia la Unión Europea son: frutas, legumbres y plantas (banano, flores, piñas, espárragos (51.9%); pescado y productos del mar (atún, camarón) (32.3%); café, cacao y te (7.5%); otros (madera y papel, aceites, textiles, confitería, minerales y metales) (8.3%); en cuanto al banano el país está entre los dos mayores proveedores, y su mayor competencia la constituyen: Colombia, Costa Rica y Camerún (Organización Comtrade , 2017).

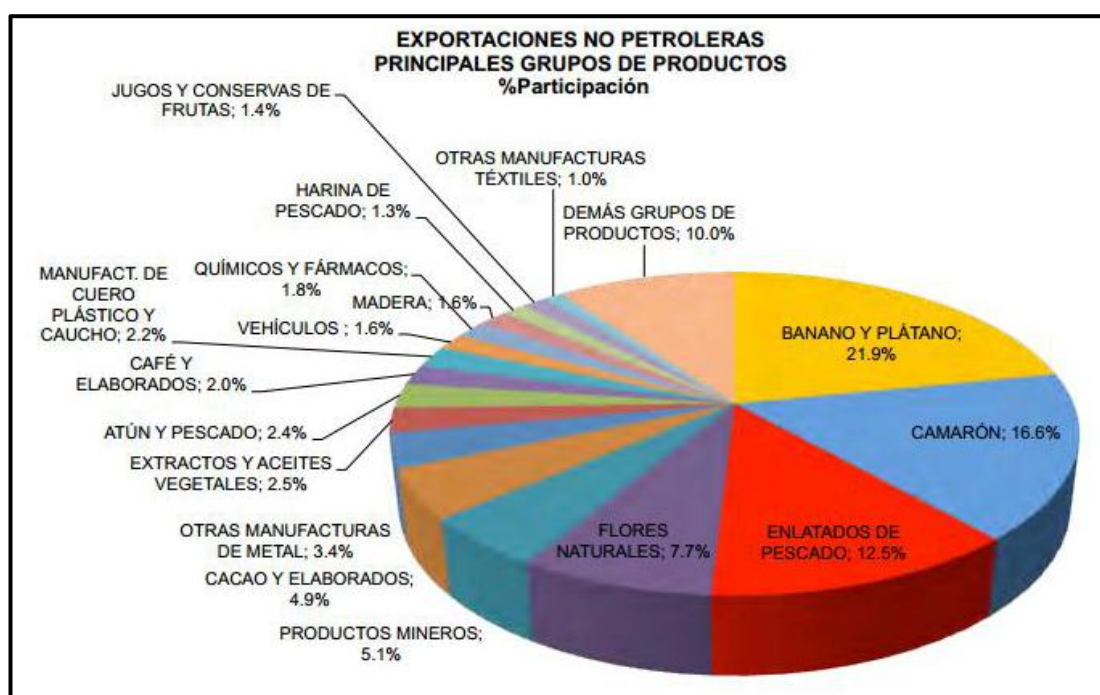


Figura 1 Exportaciones no petroleras del Ecuador 2016

Fuente: (Organización Comtrade , 2017)

La exportación de artesanías actualmente corresponde a menos del 0,80% de las exportaciones no petroleras que realizan las empresas ecuatorianas hacia la Unión Europea. Ecuador tiene diversos polos de desarrollo artesanal, que conjugan conocimientos ancestrales con creatividad, las provincias en cuestión son: Azuay,

Cañar, Chimborazo, Guayas, Imbabura, Manabí, Pastaza y Pichincha; las líneas de producción artesanal son: tagua y otros materiales vegetales o minerales, sombreros de paja toquilla o mocora, cerámica, joyería y demás manufacturas, artículos de madera, pinturas y dibujos, y artículos de cestería (Organización Comtrade , 2017).

- En tagua, Manabí y Esmeraldas tienen 348 talleres 73,74% del total; 4,24% están en Los Ríos y el Oro; 22.02% en Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi y Loja (ONU - CEPAL, 2017).
- Los sombreros de paja toquilla se trabajan en Azuay, Cuenca, y Manabí (ONU - CEPAL, 2017).
- La cerámica se trabaja en Manabí con 539 talleres 32,03% del total; Guayas tiene 232 talleres (13.78%); Azuay 329 talleres (19.55%); Loja 136 talleres (8.08%), la región amazónica 76 talleres (4,52%); El Carchi 20 talleres (1,19%); y Pujilí en Cotopaxi 30 talleres (1,78%) (ONU - CEPAL, 2017).
- En San Antonio de Ibarra, Otavalo y Cotacachi, provincia de Imbabura, se producen esculturas de madera, ebanistería tallada e imágenes religiosas, existen 468 talleres (31.35%); en Guayas Esmeraldas y Pastaza está el 34,70%; los talleres de Azuay, Pichincha, Cañar, Manabí, Tungurahua y Bolívar representan el 32,95% restante (ONU - CEPAL, 2017).
- En joyería, Guayas tiene 250 talleres 21,68% del total; Azuay 25,78%; Los Ríos, Loja, Cañar Y El Oro el 14,05% de producción de joyas; son varias otras plazas orfebres pero su producción es baja, como Sangolquí en Pichincha 1,02% (ONU - CEPAL, 2017).
- Las pinturas a mano y artesanías con hojas secas se realizan en la provincia de Imbabura (ONU - CEPAL, 2017).
- Otavalo es la principal plaza de la artesanía textil en el Ecuador, allí se ubican 45,90% de todos los artesanos textiles del país (ONU - CEPAL, 2017).

Conforme se observa en la tabla 5, entre los años 2012 a 2016 Otavalo ha aportado entre 40,15% y 44,12% a las exportaciones artesanales textiles del Ecuador

(Trade Map Organization, 2017); según el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, los capítulos que incluyen a las artesanías textiles producidas en Otavalo son:

Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.

Capítulo 62. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto.

Capítulo 63. Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos (Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador, 2016).

Tabla 5. Serie histórica de aporte de Otavalo a las exportaciones de artesanías textiles del país

| Participación en producción de artesanías textiles | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Artesanías Textiles de Otavalo                     | 40,15% | 39,60% | 42,00% | 41,05% | 44,12% |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En la figura 2 se observa que el aporte del sector artesanal textil de Otavalo a las exportaciones hacia la Unión Europea mantiene una tendencia creciente, pero ha observado un crecimiento irregular, lo que señala que es necesario consolidar esta tendencia mejorando la productividad y la calidad de los productos.

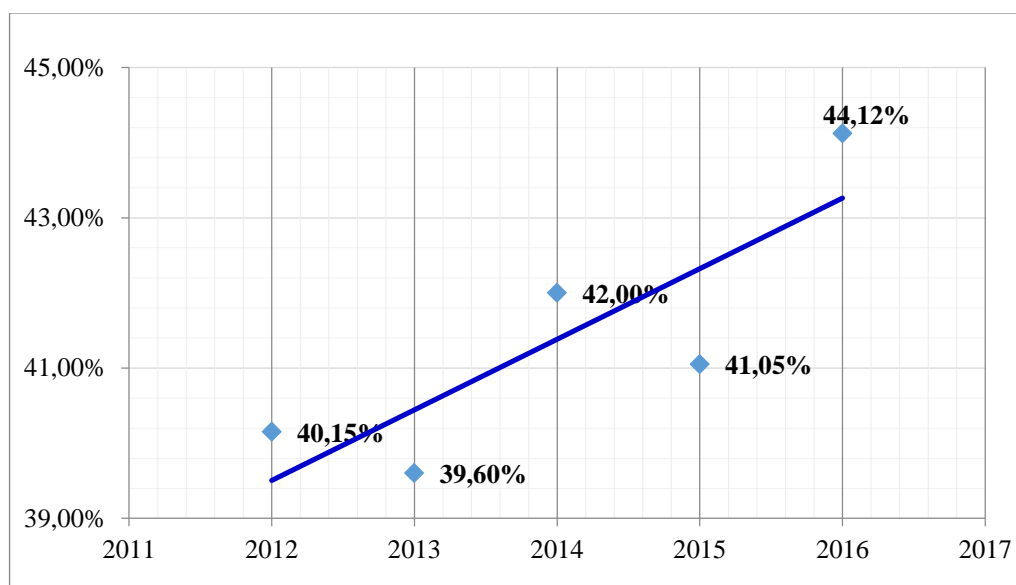


Figura 2 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las exportaciones de artesanías textiles del país

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En cuanto a los productos del Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.

Los datos históricos de la tabla 6 muestran que el año 2012 la Unión Europea importó 1.035 millones de dólares de productos textiles del Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto; valor que disminuyó 0,53% entre el 2012 y 2013; disminuyó 1,64% entre 2013 y 2014; disminuyó 14,41% entre 2014 y 2015; y disminuyó 2,08% entre 2015 y 2016. Según se desprende de los valores, la compresión de la demanda europea se produjo por la disminución de las importaciones de los productos de las sub partida “611710 Chales, pañuelos para cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos símil, de punto” (Trade Map Organization, 2017).

Tabla 6.

Serie histórica de importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 61

| Código del producto | Descripción del producto  | Unión Europea (UE 28) importa desde el mundo |               |               |                |               |
|---------------------|---|--|---------------|---------------|----------------|---------------|
|                     |   | 2012   | 2013          | 2014          | 2015           | 2016          |
| '611780             | Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, de punto, n.c.o.p. (exc. chales, pañuelos ... | 188  | 182           | 181           | 170            | 181           |
| '611710             | Chales, pañuelos para de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos símil., de punto          | 700  | 706           | 688           | 571            | 536           |
| '611790             | Partes de prendas o de complementos "accesorios" de vestir, de punto, n.c.o.p.                    | 146  | 140           | 142           | 124            | 130           |
| 61                  | <b>Total</b>  | <b>1.035</b>                                 | <b>1.029</b>  | <b>1.012</b>  | <b>866</b>     | <b>848</b>    |
| 61                  | <b>Variación porcentual anual</b>   |  | <b>-0,53%</b> | <b>-1,64%</b> | <b>-14,41%</b> | <b>-2,08%</b> |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

Como se observa en la tabla 7, el año 2012 el sector artesanal textil de Otavalo exportó a la Unión Europea 22 millones de dólares de artesanías del Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto; valor que creció 27,27% entre el 2012 y 2013; creció 10,71% entre 2013 y 2014; disminuyó 80,65% entre 2014 y 2015; y disminuyó 33,33% entre 2015 y 2016.

La disminución de las exportaciones a Europa se produjo en los productos de las sub partidas “611710 Chales, pañuelos para cuello, bufandas, mantillas, velos y

artículos símil, de punto”, y “611790 Partes de prendas o de complementos accesorios de vestir, de punto.” (Trade Map Organization, 2017).

La disminución de valores se debió a que a partir del año 2013, Europa mediante el Acuerdo ACP (África, Asia, Caribe y Pacífico) dio apertura comercial a países como Vietnam, Nepal, India, que ofertan artesanías textiles que compiten directamente con las de Otavalo (Estévez, 2016).

Tabla 7.

Serie histórica de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo Capítulo 61 a la UE

| Código del producto | Descripción del producto  | Ecuador exporta hacia Unión Europea (UE 28) |        |        |         |         |
|---------------------|---|---|--------|--------|---------|---------|
|                     |   | 2012  | 2013   | 2014   | 2015    | 2016    |
| '611780             | Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, de punto, n.c.o.p. (exc. chales, pañuelos ... | 0   | 0      | 0      | 0       | 0       |
| '611710             | Chales, pañuelos para de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos símil., de punto          | 16  | 27     | 30     | 5       | 2       |
| '611790             | Partes de prendas o de complementos "accesorios" de vestir, de punto, n.c.o.p.                    | 6   | 1      | 1      | 1       | 2       |
| 61                  | Total   | 22  | 28     | 31     | 6       | 4       |
| 61                  | Variación porcentual anual  |   | 27,27% | 10,71% | -80,65% | -33,33% |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

Del total de las importaciones textiles que realiza la Unión Europea (UE) de productos del Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir de punto, desde los diversos países del mundo, 5% corresponde a artesanías (Organización Comtrade , 2017); lo que determina que como lo muestra la tabla 8, el sector artesanal textil de Otavalo el año 2012 tuvo una participación de 42,55% en las importaciones de artesanías textiles del Grupo 61 que realizó la UE, el año 2013 creció a 54,37%, el 2014 a 61,20%, pero los años 2015 y 2016 disminuyeron a 13,84% y 9,42% respectivamente.

Tabla 8.

Participación de Otavalo en las importaciones de la UE en artesanías textiles del Capítulo 61

| Código del producto | Descripción del producto  | Participación de Otavalo en UE importa artesanías desde el mundo |        |        |        |        |
|---------------------|---|--|--------|--------|--------|--------|
|                     |   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
| '611780             | Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, de punto, n.c.o.p. (exc. chales, pañuelos ... | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  |
| '611710             | Chales, pañuelos para de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de punto          | 45,71%   | 76,38% | 87,21% | 17,48% | 7,46%  |
| '611790             | Partes de prendas o de complementos "accesorios" de vestir, de punto, n.c.o.p.                    | 82,19%   | 14,18% | 13,99% | 16,00% | 30,53% |
| 61                  | Total   | 42,55%   | 54,37% | 61,20% | 13,84% | 9,42%  |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En la figura 3 se observa que el aporte del sector artesanal textil de Otavalo a las importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, mantiene una tendencia decreciente; la disminución de valores se debió a que a partir del año 2013, Europa mediante el Acuerdo ACP (África, Asia, Caribe y Pacífico) dio apertura comercial a países como Vietnam, Nepal, India, que ofertan artesanías textiles que compiten directamente con las de Otavalo (Estévez, 2016); ante la tendencia observada y para recuperar protagonismo en el mercado europeo, es necesario implementar estrategias orientadas a hacer más atractivos los productos de las sub partidas “611710 Chales, pañuelos para de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de punto”, y “611790 Partes de prendas o de complementos accesorios de vestir, de punto”, respecto al diseño, calidad, y oferta de valor en general.



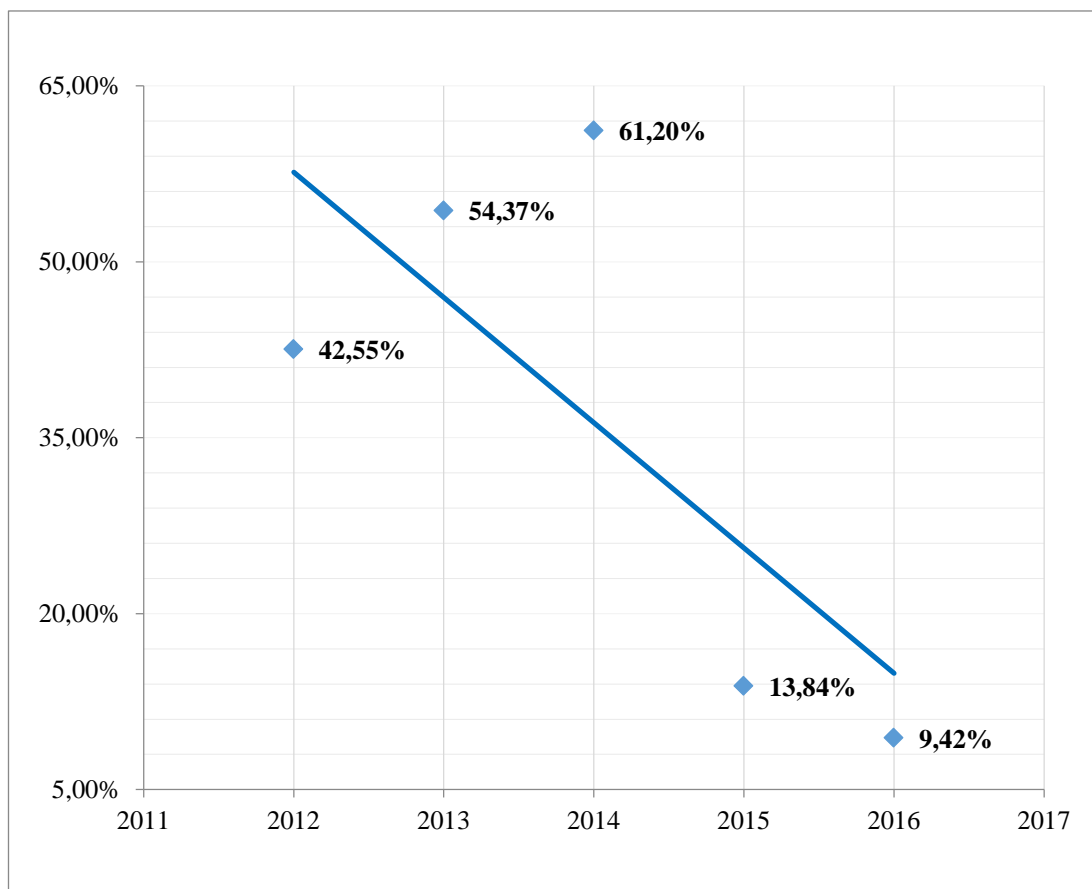


Figura 3 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las importaciones de artesanías textiles del Capítulo 61 de la UE

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En cuanto a los productos del capítulo 62 Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto; los datos históricos expuestos en la tabla 9 muestran que el año 2012 la Unión Europea importó 34.605 millones de dólares de productos textiles del Capítulo 62.; valor que creció 5,52% entre el 2012 y 2013; creció 9,51% entre 2013 y 2014; disminuyó 8,57% entre 2014 y 2015; y creció 0,61% entre 2015 y 2016.

Tabla 9. Serie histórica de importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 62

| Código del producto | Descripción del producto   | Unión Europea (UE 28) importa desde el mundo |        |        |        |        |
|---------------------|--|--|--------|--------|--------|--------|
|                     |  | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
| '6216               | Guantes, mitones y manoplas, de todo tipo de materia textil (exc. de punto, así como guantes, ...    | 370  | 402    | 428    | 384    | 389    |
| '6217               | Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, así como partes de prendas o de complementos ... | 607  | 619    | 636    | 551    | 534    |
| '6209               | Prendas y complementos "accesorios", de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés ...       | 1.264  | 1.271  | 1.347  | 1.243  | 1.140  |
| '6202               | Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para mujeres o niñas (exc. ...   | 6.679  | 7.417  | 8.848  | 7.986  | 8.387  |
| '6205               | Camisas para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)                         | 5.727  | 5.752  | 6.183  | 5.804  | 5.477  |
| '6203               | Trajes "ambos o ternos", conjuntos, chaquetas "sacos", pantalones largos, pantalones con peto, ...   | 18.289                                       | 19.261 | 20.690 | 18.907 | 19.180 |
| '6214               | Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil. (exc. ...    | 1.669  | 1.793  | 1.856  | 1.685  | 1.676  |
| 62                  | Total  | 34.605                                       | 36.515 | 39.988 | 36.560 | 36.783 |
| 62                  | Variación porcentual anual   |  | 5,52%  | 9,51%  | -8,57% | 0,61%  |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

Según la tabla 10, el año 2012 Otavalo exportó a la Unión Europea 23 millones de dólares de artesanías del Capítulo 62. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto; valor que creció 8,70% entre el 2012 y 2013; creció 4% entre 2013 y 2014; creció 3,85% entre 2014 y 2015; y creció 3,70% entre 2015 y 2016.

Las exportaciones de artesanías textiles de Otavalo en este capítulo, no se han visto afectadas por cambios en los gustos y preferencias en el mercado europeo, y la apertura comercial de Europa mediante el Acuerdo ACP (África, Asia, Caribe y Pacífico) a países como Vietnam, Nepal e India ya que en el Capítulo 62 estos países no producen artesanías textiles que compiten directamente con las de Otavalo (Estévez, 2016).

Tabla 10.

## Serie histórica de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo Capítulo 62 a la UE

| Código producto | Descripción del producto   | Otavalo exporta hacia Unión Europea (UE 28) |       |       |       |       |
|-----------------|--|---|-------|-------|-------|-------|
|                 |  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  |
| '6216           | Guantes, mitones y manoplas, de todo tipo de materia textil (exc. de punto, así como guantes.        | 0   | 0     | 0     | 0     | 0     |
| '6217           | Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, así como partes de prendas o de complementos ... | 3   | 4     | 4     | 3     | 3     |
| '6209           | Prendas y complementos "accesorios", de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés ...       | 6   | 7     | 7     | 8     | 6     |
| '6202           | Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para mujeres o niñas (exc. ...   | 5   | 6     | 5     | 5     | 6     |
| '6205           | Camisas para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)                         | 3   | 4     | 4     | 3     | 5     |
| '6203           | Trajes "ambos o ternos", conjuntos, chaquetas "sacos", pantalones largos, pantalones con peto.       | 1   | 0     | 0     | 1     | 1     |
| '6214           | Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil.              | 5   | 4     | 6     | 7     | 7     |
| 62              | Total  | 23  | 25    | 26    | 27    | 28    |
| 62              | Variación porcentual anual   |   | 8,70% | 4,00% | 3,85% | 3,70% |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

Del total de las importaciones textiles que realiza la Unión Europea de productos del Capítulo 62. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto, desde los diversos países del mundo, 5,20% corresponde a artesanías (Organización Comtrade , 2017), lo que determina conforme la tabla 11 que el sector artesanal textil de Otavalo ha tenido entre 2012 y 2016 una participación de entre 0,07% y 0,08%.

Tabla 11.

Participación de Otavalo en las importaciones de artesanías textiles de del Capítulo 62 desde la UE

| Código producto | Descripción del producto   | Participación de Otavalo en UE importa desde el mundo |        |        |        |        |
|-----------------|--|---|--------|--------|--------|--------|
|                 |  | 2012  | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
| '6216           | Guantes, mitones y manoplas, de todo tipo de materia textil (exc. de punto, así como guantes.        | 0,00%   | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  |
| '6217           | Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, así como partes de prendas o de complementos ... | 9,50%   | 12,43% | 12,09% | 10,47% | 10,80% |
| '6209           | Prendas y complementos "accesorios", de vestir, de todo tipo de materia textil, para bebés ...       | 9,13%   | 10,59% | 9,99%  | 12,38% | 10,12% |
| '6202           | Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para mujeres o niñas (exc. ...)  | 1,44%   | 1,56%  | 1,09%  | 1,20%  | 1,38%  |
| '6205           | Camisas para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)                         | 1,01%   | 1,34%  | 1,24%  | 0,99%  | 1,76%  |
| '6203           | Trajes "ambos o ternos", conjuntos, chaquetas "sacos", pantalones largos, pantalones con peto, ...   | 0,11%   | 0,00%  | 0,00%  | 0,10%  | 0,10%  |
| '6214           | Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil.              | 5,76%   | 4,29%  | 6,22%  | 7,99%  | 8,03%  |
| 62              | Total  | 0,07%   | 0,07%  | 0,07%  | 0,07%  | 0,08%  |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En la figura 4 se observa que el aporte del sector artesanal textil de Otavalo a las importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 62 mantiene una tendencia estable respecto al porcentaje de crecimiento y que la misma es baja, por lo que existe la necesidad de que el sector implemente estrategias para adaptar el diseño de estos productos conforme los gustos y preferencias del mercado europeo para incrementar la participación.

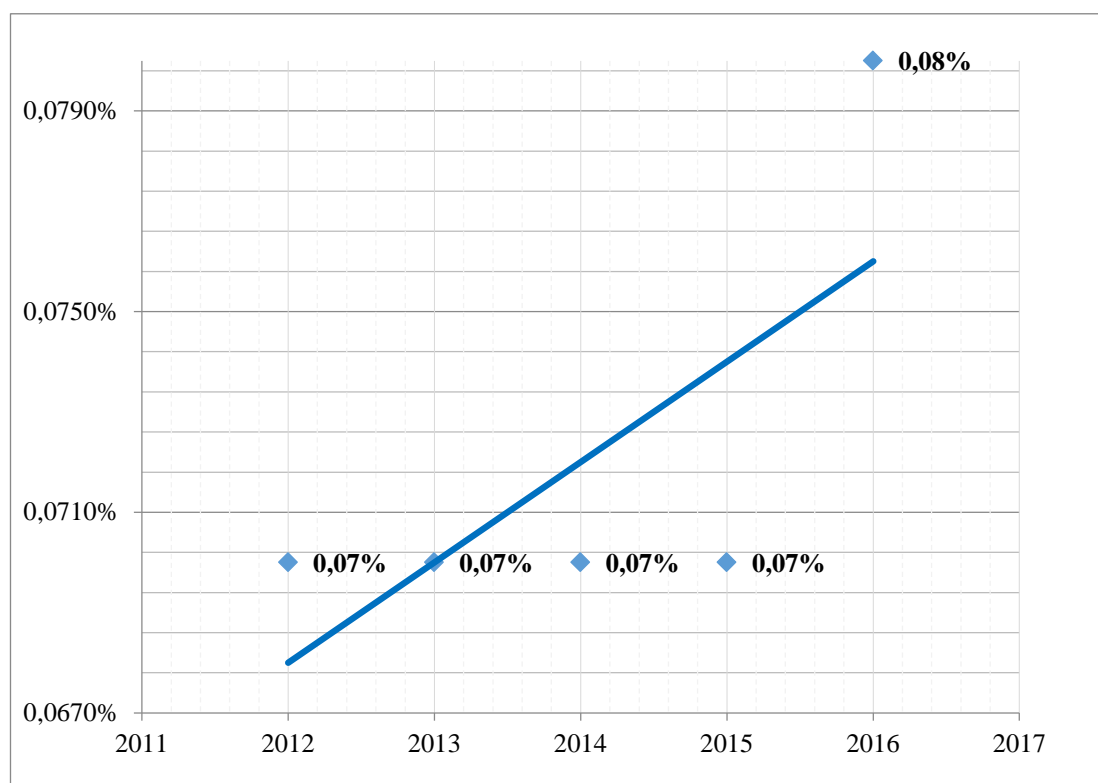


Figura 4 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las importaciones de artesanías textiles del Capítulo 62 desde la UE

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En cuanto al Capítulo 63. Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos, los datos históricos de la tabla 12, muestran que el año 2012 la Unión Europea importó 12.640 millones de dólares de productos textiles de este capítulo; valor que creció 9,87% entre el 2012 y 2013; creció 10,47% entre 2013 y 2014; disminuyó 9,62% entre 2014 y 2015; y creció 1,91% entre 2015 y 2016. En resumen, la demanda europea de productos del Capítulo 63 ha sido estable y solo disminuyó el año 2015 a consecuencia de la crisis financiera del año 2015, que contrajo la economía europea 6% (Centro de Comercio Internacional, 2017).

Tabla 12.

## Serie histórica importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 63

| Código del producto | Descripción del producto   | Unión Europea (UE 28) importa desde el mundo |        |        |        |        |
|---------------------|--|--|--------|--------|--------|--------|
|                     |  | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
| '6304               | Artículos de mobiliario de todo tipo de materia textil (exc. mantas, ropa de cama, de mesa, de   | 1.094  | 1.140  | 1.212  | 1.110  | 1.179  |
| '6308               | Juegos constituidos por piezas de tejido e hilados, incl. con accesorios, para la confección ... | 41   | 37     | 37     | 37     | 34     |
| '6309               | Artículos de prenda consistentes en prendas y complementos "accesorios" de vestir, mantas, ...   | 670  | 827    | 803    | 615    | 601    |
| '6310               | Trapos de todo tipo de materia textil, así como cordeles, cuerdas y cordajes, de materia textil, | 180  | 168    | 198    | 170    | 180    |
| '6307               | Artículos de materia textil, confeccionados, incl. los patrones para prendas de vestir.          | 3.655  | 3.916  | 4.386  | 4.129  | 4.281  |
| '6302               | Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil (exc. bayetas, ... | 6.189  | 6.898  | 7.709  | 6.864  | 6.935  |
| '6301               | Mantas de todo tipo de materia textil (exc. manteles y colchas, así como artículos de cama       | 791  | 879    | 971    | 917    | 897    |
| 63                  | Total  | 12.620                                       | 13.865 | 15.316 | 13.842 | 14.107 |
| 63                  | Variación porcentual anual   |  | 9,87%  | 10,47% | -9,62% | 1,91%  |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

La tabla 13 permite observar que el año 2012 Otavalo exportó a la Unión Europea 13 millones de dólares de artesanías del Capítulo 63. Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prenda y trapos; valor que creció 7,69% entre el 2012 y 2013; se mantuvo constante entre 2013 y 2014; disminuyó 28,57% entre 2014 y 2015; y creció 10,00% entre 2015 y 2016.

Tabla 13.

## Serie histórica de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo Grupo 63 a la UE

| Código del producto | Descripción del producto   | Ecuador exporta hacia Unión Europea (UE 28) |       |       |         |        |
|---------------------|--|---|-------|-------|---------|--------|
|                     |  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015    | 2016   |
| '6304               | Artículos de moblaje de todo tipo de materia textil (exc. mantas, ropa de cama, de mesa,...          | -   | -     | -     | -       | -      |
| '6308               | Juegos constituidos por piezas de tejido e hilados, incl. con accesorios, para la confección ...     | -   | -     | -     | -       | -      |
| '6309               | Artículos de prendería consistentes en prendas y complementos "accesorios" de vestir, mantas, ...    | -   | -     | -     | -       | -      |
| '6310               | Trapos de todo tipo de materia textil, así como cordeles, cuerdas y cordajes, de materia textil, ... | -   | 2     | 1     | -       | -      |
| '6307               | Artículos de materia textil, confeccionados, incl. los patrones para prendas de vestir, ncop         | 5   | 3     | 4     | 3       | 3      |
| '6302               | Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil (exc. bayetas, ...     | 4   | 5     | 4     | 4       | 5      |
| '6301               | Mantas de todo tipo de materia textil (exc. manteles y colchas, así como artículos de cama ...       | 4   | 4     | 5     | 3       | 3      |
| 63                  | Total  | 13  | 14    | 14    | 10      | 11     |
| 63                  | Variación porcentual anual   |   | 7,69% | 0,00% | -28,57% | 10,00% |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

Las exportaciones de artesanías textiles de Otavalo en este capítulo, no se han visto afectadas por cambios en los gustos y preferencias en el mercado europeo, y la apertura de éste a países de África que producen artesanías textiles que compiten directamente con las de Otavalo (Estévez, 2016).

Como se observa en la tabla 13, del total de las importaciones textiles que realiza la Unión Europea de productos del Capítulo 63. Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos, desde los diversos países del mundo 4,80% corresponde a artesanías (Organización Comtrade , 2017), lo que determina que el sector artesanal textil de Otavalo ha tenido entre 2012 y 2016 una participación de entre 0,07% y 0,10%; siendo las partida 6307 y 6301 las que han tenido participación.

Tabla 14.

Participación del sector textil de Otavalo en las importaciones de la UE en artesanías textiles del Capítulo 63

| Código del producto | Descripción del producto   | Participación de Otavalo en UE importa desde el mundo |        |        |       |       |
|---------------------|--|---|--------|--------|-------|-------|
|                     |  | 2012  | 2013   | 2014   | 2015  | 2016  |
| '6304               | Artículos de moblaje de todo tipo de materia textil (exc. mantas, ropa de cama, de mesa, de ...      | 0,00%   | 0,00%  | 0,00%  | 0,00% | 0,00% |
| '6308               | Juegos constituidos por piezas de tejido e hilados, incl. con accesorios, para la confección ...     | 0,00%   | 0,00%  | 0,00%  | 0,00% | 0,00% |
| '6309               | Artículos de prendería consistentes en prendas y complementos "accesorios" de vestir, mantas, ...    | 0,00%   | 0,00%  | 0,00%  | 0,00% | 0,00% |
| '6310               | Trapos de todo tipo de materia textil, así como cordeles, cuerdas y cordajes, de materia textil, ... | 0,00%   | 24,80% | 10,52% | 0,00% | 0,00% |
| '6307               | Artículos de materia textil, confeccionados, incl. los patrones para prendas de vestir, n.c.o.p.     | 2,85%   | 1,60%  | 1,90%  | 1,51% | 1,46% |
| '6302               | Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina, de todo tipo de materia textil (exc. bayetas, ...     | 1,35%   | 1,51%  | 1,08%  | 1,21% | 1,50% |
| '6301               | Mantas de todo tipo de materia textil (exc. manteles y colchas, así como artículos de cama ...       | 10,54%  | 9,48%  | 10,73% | 6,82% | 6,97% |
| 63                  | Total  | 0,10%   | 0,10%  | 0,09%  | 0,07% | 0,08% |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

La figura 5 muestra que el aporte del sector artesanal textil de Otavalo a las importaciones de la UE de artesanías textiles del Capítulo 63 tiene una tendencia estable de crecimiento y que la misma es baja, lo que establece la necesidad de que el sector implemente estrategias para incrementar sus exportaciones al mercado europeo, en base a adaptar el diseño de los productos de este capítulo, conforme los gustos y preferencias del mercado europeo para incrementar la participación.



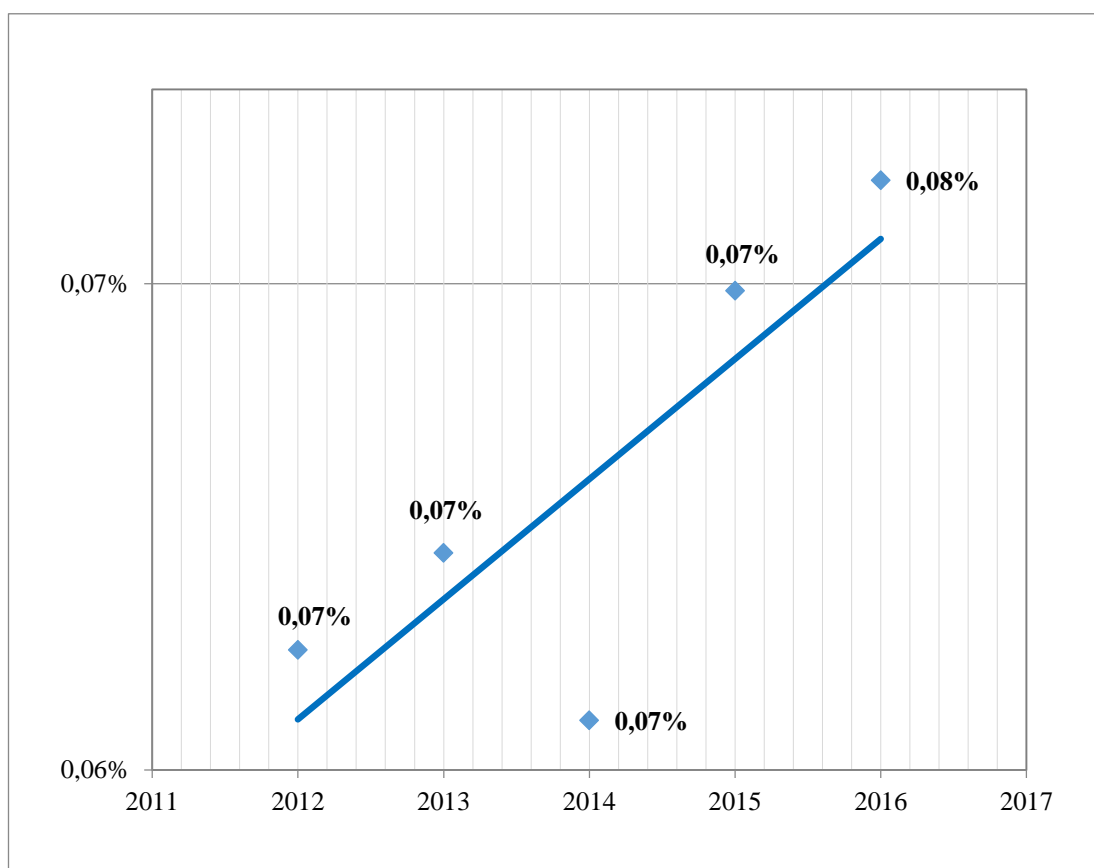


Figura 5 Evolución histórica del aporte de Otavalo a las importaciones de artesanías textiles del Capítulo 63 desde la UE

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En cuanto a la evolución de las exportaciones artesanales textiles, en la tabla 15 se observa que el crecimiento del sector de Otavalo es superior al observado a nivel general en el país. Entre 2012 y 2016 tanto el sector artesanal textil de Otavalo como el resto a nivel nacional crecieron; en el mismo lapso de tiempo, en promedio el sector artesanal textil de Otavalo creció 9,77% anual y el sector artesanal textil del resto del país creció 8,19% anual; el crecimiento relativo del sector artesanal textil de Otavalo fue en promedio 1,58% superior al del resto del país (Trade Map Organization, 2017).

Tabla 15.

Serie histórica del incremento de las exportaciones de artesanías textiles de Otavalo y el país

| Crecimiento anual  | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | Promedio |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| Crecimiento de exportaciones de artesanías textiles de Otavalo   | 9,45%  | 9,60%  | 10,13% | 9,89%  | 9,78%  | 9,77%    |
| Crecimiento de exportaciones de artesanías textiles del resto del país   | 8,25%  | 8,66%  | 8,12%  | 8,05%  | 7,86%  | 8,19%    |
| Variación relativa de crecimiento de exportaciones de artesanías textiles  | 1,20%  | 0,94%  | 2,01%  | 1,84%  | 1,92%  | 1,58%    |
| Variación real del crecimiento de exportaciones de artesanías textiles entre Otavalo y el resto del país (Variación relativa / Crecimiento de exportaciones de artesanías textiles del resto del país) | 14,55% | 10,85% | 24,75% | 22,86% | 24,43% | 19,29%   |

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

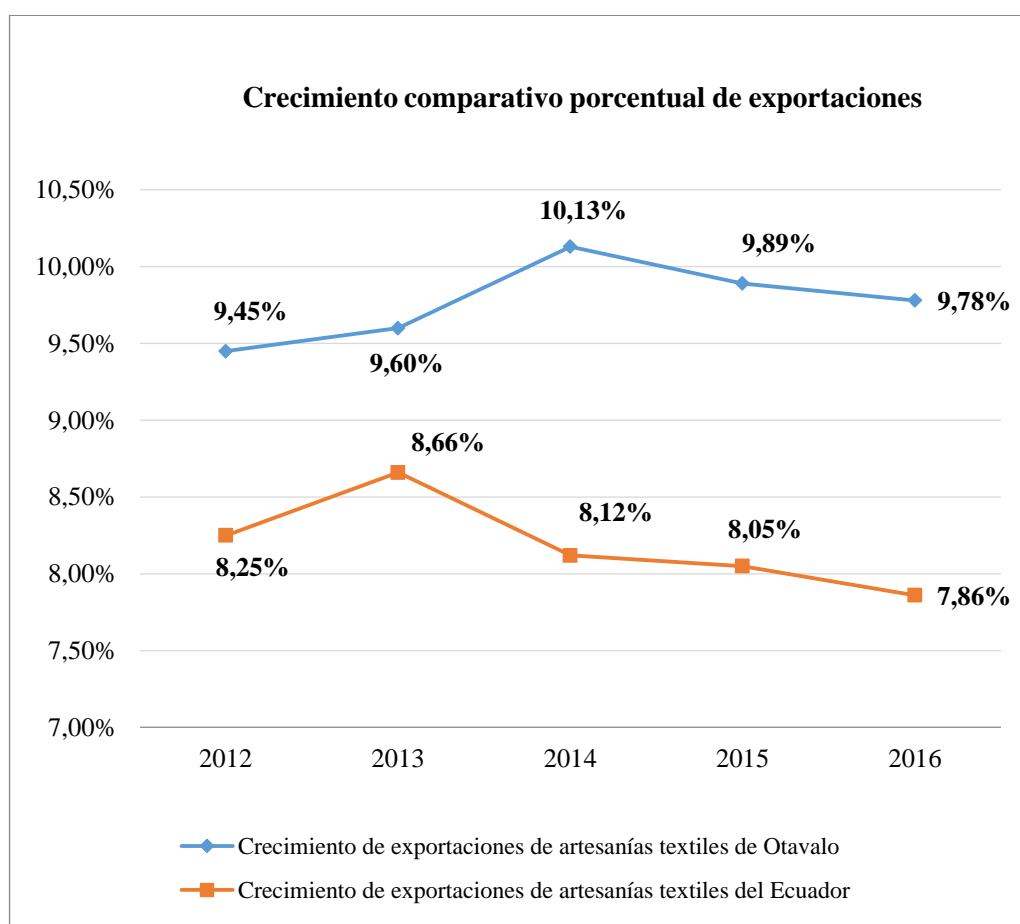


Figura 6 Serie histórica comparativa de incremento de exportaciones de artesanías textiles

Fuente: (Trade Map Organization, 2017)

En términos reales (Crecimiento relativo / Crecimiento de exportaciones de artesanías textiles del resto del país), el sector artesanal textil de Otavalo creció anualmente en promedio 19,29% más que en el sector artesanal textil del resto del país.

### 3.1.2. Encuestas

Las encuestas se aplicaron en 240 de los 600 talleres artesanales con telares mecánicos y manuales, que conforman el sector artesanal textil de Otavalo; 150 se aplicaron en Peguche, y 30 cada una de las demás plazas Carabuela, Quinchuqui y San Juan.

La técnica de aplicación del cuestionario fue la encuesta guiada, se procedió a leer cada pregunta del cuestionario y se acopió los datos en hojas diseñadas para el efecto.

#### 1. Parroquia de ubicación del negocio

Tabla 16.

Ubicación de la microempresa artesanal textil

| Opciones   | Fi  | %Xi     |
|------------|-----|---------|
| Peguche    | 150 | 62,50%  |
| Carabuela  | 30  | 12,50%  |
| Quinchuqui | 30  | 12,50%  |
| San Juan   | 30  | 12,50%  |
| Total      | 240 | 100,00% |

Fuente: Estudio de campo realizado

El estudio abarcó 150 (62,50%) microempresas artesanales textiles de Peguche, y 30 (12,50%) de cada uno de los poblados de Carabuela, Quinchuquí y San Juan; ya que el error muestral aceptado es de 5%, la muestra cumple el diseño preliminar realizado, y es representativa en términos de tamaño y distribución geográfica.

2. ¿Cuántos años tiene de experiencia produciendo y comercializando artesanías textiles?

Tabla 17.

Nivel de experiencia en el sector

| Opciones                  | fi  | %Xi     |
|---------------------------|-----|---------|
| Menos de 2 años (Baja)    | 5   | 2,08%   |
| Entre 2 y 5 años (Media ) | 19  | 7,92%   |
| Entre 5 y 10 años (Alta)  | 121 | 50,42%  |
| Más de 10 años (Muy alta) | 95  | 39,58%  |
| Total                     | 240 | 100,00% |

Fuente: Estudio de campo realizado

En las microempresas artesanales textiles de Otavalo, 2,08% tiene menos de 2 años de experiencia; 7,92% entre 2 y 5 años; 50,42% entre 5 y 10 años, y 39,58% más de 10 años.

Al asignar valores de 1 a 4 a los diversos niveles de experiencia y ponderar por la frecuencia porcentual observada para cada opción se determina que los actores productivos del sector estudiado tienen un nivel de experiencia entre alto y muy alto; esto corrobora que la actividad artesanal textil es un activo cultural heredado entre generaciones y no un conocimiento que se desarrolla en el corto plazo.

Tabla 18.

Experiencia promedio del sector

| Opciones                  | Valor | %Xi     | Pondera |
|---------------------------|-------|---------|---------|
| Menos de 2 años (Baja)    | 1     | 2,08%   | 0,02    |
| Entre 2 y 5 años (Media ) | 2     | 7,92%   | 0,16    |
| Entre 5 y 10 años (Alta)  | 3     | 50,42%  | 1,51    |
| Más de 10 años (Muy alta) | 4     | 39,58%  | 1,58    |
| Total                     |       | 100,00% | 3,28    |

Fuente: Estudio de campo realizado

### 3. ¿Actualmente, exporta usted sus artesanías?

Tabla 19.

Condición de exportador

| Opciones | Fi  | %Xi     |
|----------|-----|---------|
| Sí       | 79  | 32,92%  |
| No       | 161 | 67,08%  |
| Total    | 240 | 100,00% |

Fuente: Estudio de campo realizado

El 32,92% de las microempresas artesanales textiles de Otavalo exporta sus artesanías y 67,08% no; 54,58% de ellas no exporta pero tiene interés en hacerlo, y 12,50% no lo hace y no tiene interés en hacerlo.

Tabla 20.

Interés por ser exportador

| ¿Interés? | Fi  | %Xi     | %Xi total |
|-----------|-----|---------|-----------|
| Sí        | 131 | 81,37%  | 54,58%    |
| No        | 30  | 18,63%  | 12,50%    |
| Total     | 161 | 100,00% | 67,08%    |

Fuente: Estudio de campo realizado

Puesto que 12,50% de estas micro unidades productivas no tiene interés en exportar sus productos, las estrategias para potenciar al sector deben ser acogidas positivamente por la gran mayoría de actores del sector textil artesanal de Otavalo.

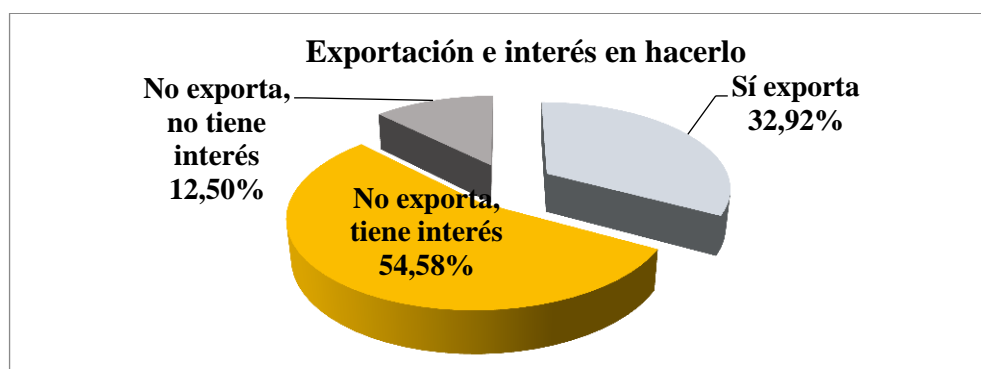


Figura 7 Condición de exportador e interés por serlo

Fuente: Estudio de campo realizado

4 Solo para exportadores ¿Qué monto promedio de artesanías textiles, exporta usted mensualmente?

Tabla 21.

Monto de exportaciones

| Opciones                              | fi        | %Xi            |
|---------------------------------------|-----------|----------------|
| Hasta 5 mil dólares                   | 4         | 5,06%          |
| Mayor a 5 mil y hasta 10 mil dólares  | 31        | 39,24%         |
| Mayor a 10 mil y hasta 15 mil dólares | 44        | 55,70%         |
| <b>Total</b>                          | <b>79</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Estudio de campo realizado

Tabla 22.

Monto promedio de exportaciones

| Opciones                              | Marca de clase | %Xi            | Pondera           |
|---------------------------------------|----------------|----------------|-------------------|
| Hasta 5 mil dólares                   | 2.500          | 5,06%          | 126,58            |
| Mayor a 5 mil y hasta 10 mil dólares  | 7.500          | 39,24%         | 2.943,04          |
| Mayor a 10 mil y hasta 15 mil dólares | 12.500         | 55,70%         | 6.962,03          |
| <b>Total</b>                          |                | <b>100,00%</b> | <b>10.031,65</b>  |
|                                       |                |                | <b>120.379,75</b> |

Fuente: Estudio de campo realizado

De las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan 5,06% vende mensualmente hasta 5 mil dólares; 39,24% más de 5 mil y hasta 10 mil dólares; y 55,70% más de a 10 mil y hasta 15 mil dólares.

Al ponderar la marca de clase de cada intervalo por su frecuencia porcentual, se determina que en promedio cada una de estas unidades productivas exporta 10.031,65 dólares al mes, y 120.379,75 dólares al año.

5. Solo para exportadores ¿Cuál es el crecimiento promedio anual que ha observado en el nivel de sus exportaciones?

Tabla 23.

## Evolución en el nivel de exportaciones

| Opciones               | fi        | %Xi            |
|------------------------|-----------|----------------|
| Hay decrecimiento %    | 2         | 2,53%          |
| No existe crecimiento  | 2         | 2,53%          |
| Hasta 5%               | 5         | 6,33%          |
| Más de 5% y hasta 10%  | 11        | 13,92%         |
| Más de 10% y hasta 15% | 42        | 53,16%         |
| Más de 15% y hasta 20% | 17        | 21,52%         |
| <b>Total</b>           | <b>79</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Estudio de campo realizado

En 2,53% de las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan hay decrecimiento en las ventas, todas éstas manifiestan que sus ventas han caído hasta 5%; en 2,53% no existe crecimiento; hasta 5% se han incrementado las ventas del 6,33%; más de 5% y hasta 10% de 13,92%, más de 10% y hasta 15% de 53,16%, y más de 15% y hasta 20% en 21,52%.

Tabla 24.

## Evolución promedio en el nivel de exportaciones

| Opciones                  | M. Clase | %Xi            | Pondera       |
|---------------------------|----------|----------------|---------------|
| Hay decrecimiento %       | -2,50%   | 2,53%          | -0,06%        |
| No existe crecimiento     | 0        | 2,53%          | 0,00%         |
| Hasta 5%                  | 2,50%    | 6,33%          | 0,16%         |
| Más de 5% y hasta 10%     | 7,50%    | 13,92%         | 1,04%         |
| Más de 10% y hasta 15%    | 12,50%   | 53,16%         | 6,65%         |
| Más de 15% y hasta 20%    | 17,50%   | 21,52%         | 3,77%         |
| <b>Promedio ponderado</b> |          | <b>100,00%</b> | <b>11,55%</b> |

Fuente: Estudio de campo realizado

Al ponderar la marca de clase de cada intervalo de variación de las ventas por su frecuencia porcentual se determina que las ventas del sector textil artesanal de Otavalo se han incrementado 11,55% anual en promedio; este valor es superior al 10% que ha sido el crecimiento anual observado en los últimos años en el sector

artesanal del Ecuador (Agencia Metropolitana de Promoción Económica, CONQUITO, 2014).

**6. *Solo para exportadores* ¿A dónde y con qué frecuencia exporta sus artesanías?**

Tabla 25.

Destinos por porcentaje de exportaciones de artesanías textiles

| <b>Destino</b> | <b>% de ventas<br/>totales</b> |
|----------------|--------------------------------|
| Estados Unidos | 37,28%                         |
| Canadá         | 9,87%                          |
| México         | 2,85%                          |
| Mercosur       | 11,40%                         |
| Europa         | 13,14%                         |
| Medio Oriente  | 9,73%                          |
| Japón          | 5,40%                          |
| China          | 2,56%                          |
| India          | 4,12%                          |
| Otro destino   | 3,65%                          |
| <b>Total</b>   | <b>100,00%</b>                 |

Fuente: Estudio de campo realizado

En cuanto a los mercados donde exportan sus artesanías, a Estados Unidos van el 37,28% de ellas; a Canadá 9,87%; a México 2,85%; a los países del bloque Mercosur 11,40%; a la Unión Europea 13,14%; a Medio Oriente 9,73%; a Japón 5,40%; a China 2,56%; a la India 4,12%, y a Rusia 3,65%.



Tabla 26.

Destinos concretados por los exportadores de artesanías textiles

| Destino        | % Total |
|----------------|---------|
| Estados Unidos | 100,00% |
| Canadá         | 41,34%  |
| México         | 22,40%  |
| Mercosur       | 27,84%  |
| Europa         | 33,45%  |
| Medio Oriente  | 16,02%  |
| Japón          | 21,28%  |
| China          | 11,41%  |
| India          | 8,12%   |
| Rusia          | 20,15%  |

Fuente: Estudio de campo realizado

Todas (100%) las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan lo han hecho a Estados Unidos; 41,34% a Canadá; 22,40% a México; 27,84% a los países del bloque Mercosur; 33,45% a la Unión Europea; 16,02% a Medio Oriente; 21,28% a Japón; 11,41% a China; 8,12% a la India, y 20,15% a Rusia.

Tabla 27.

Frecuencias de exportaciones de artesanías textiles

| Mensual | Trimestral | Semestral | Anual  | Ocasional |
|---------|------------|-----------|--------|-----------|
| 39,89%  | 43,21%     | 58,78%    | 69,34% | 100,00%   |

Fuente: Estudio de campo realizado

Con una frecuencia mensual exporta el 39,89% de estas unidades micro productivas; trimestralmente 43,21%; semestralmente 58,78%; anualmente 69,34% y ocasionalmente todas; las variaciones de frecuencia se producen conforme el mercado de destino.

### 7. Solo para exportadores ¿Qué canal utiliza para exportar sus artesanías?

La mayoría de las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan, utilizan múltiples canales para hacerlo.

Tabla 28.

## Canales para la exportación de artesanías textiles por plaza

| <b>Destino</b>       | Indirecto por intermediarios | Directo por agentes | Directo por distribuidores | Directo por minoristas | Directo con un socio extranjero | <b>TOTAL</b>   |
|----------------------|------------------------------|---------------------|----------------------------|------------------------|---------------------------------|----------------|
| Estados Unidos       | 45,24%                       | 12,77%              | 14,89%                     | 36,17%                 | 10,64%                          | 119,71%        |
| Canadá               | 70,45%                       | 14,29%              | 9,52%                      | 23,81%                 | 14,29%                          | 132,36%        |
| México               | 64,11%                       | 9,09%               | 54,55%                     | 45,45%                 | 18,18%                          | 191,38%        |
| Mercosur             | 42,46%                       | 21,43%              | 35,71%                     | 57,14%                 | 28,57%                          | 185,31%        |
| Europa               | 25,45%                       | 22,16%              | 25,00%                     | 35,00%                 | 38,72%                          | 124,17%        |
| Medio Oriente        | 73,78%                       | 12,50%              | 25,00%                     | 37,50%                 | 12,50%                          | 161,28%        |
| Japón                | 61,00%                       | 10,00%              | 30,00%                     | 38,20%                 | 18,11%                          | 157,31%        |
| China                | 65,47%                       | 16,67%              | 16,67%                     | 60,13%                 | 16,67%                          | 175,61%        |
| India                | 24,85%                       | 75,00%              | 0,00%                      | 0,00%                  | 25,00%                          | 124,85%        |
| Otro destino (Rusia) | 67,44%                       | 18,18%              | 27,27%                     | 45,52%                 | 18,18%                          | 176,59%        |
| <b>Promedio</b>      | <b>54,03%</b>                | <b>21,10%</b>       | <b>23,86%</b>              | <b>37,89%</b>          | <b>20,09%</b>                   | <b>154,86%</b> |

Fuente: Estudio de campo realizado

Para exportar a Estados Unidos las microempresas del sector utilizan 1,20 canales; a Canadá 1,32; a México 1,91; para exportar al bloque Mercosur 1,85; a Europa 1,24; Medio Oriente 1,61; Japón 1,57; China 1,76; India 1,25; Rusia 1,77; y en promedio las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan utilizan 1,55 canales.

En promedio de las diversas plazas, el canal indirecto por intermediarios es utilizado por 54,03% de las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan, es el más utilizado; le sigue el directo por minoristas con 37,89%; directo por distribuidores 23,86%; el directo por agentes por 21,10%; y directo con un socio extranjero por 20,09%. El nivel de utilización de los diversos canales para exportar, varía conforme la plaza de destino de las artesanías.

8. *Solo para exportadores* ¿Qué mercado paga mejor precio por las artesanías textiles de Otavalo?

Tabla 29.

Niveles de precio en mercados internacionales de artesanías textiles

| <b>Mercado</b> | <b>5</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Estados Unidos | 4,26%    | 17,02%   | 19,15%   | 23,40%   | 14,89%   |
| Canadá         | 8,51%    | 19,15%   | 23,40%   | 17,02%   | 4,26%    |
| México         | 0,00%    | 6,38%    | 4,26%    | 14,89%   | 34,04%   |
| Mercosur       | 0,00%    | 6,38%    | 6,38%    | 19,15%   | 19,15%   |
| Europa         | 68,09%   | 31,91%   | 0,00%    | 0,00%    | 0,00%    |
| Medio Oriente  | 8,51%    | 10,64%   | 6,38%    | 6,38%    | 4,26%    |
| Japón          | 10,64%   | 8,51%    | 25,53%   | 6,38%    | 4,26%    |
| China          | 0,00%    | 0,00%    | 10,64%   | 8,51%    | 10,64%   |
| India          | 0,00%    | 0,00%    | 2,13%    | 2,13%    | 4,26%    |
| Rusia          | 0,00%    | 0,00%    | 2,13%    | 2,13%    | 4,26%    |

Fuente: Estudio de campo realizado

Considerando que cada destino se ha calificado conforme el criterio, 5 el mercado que paga más altos precios a 1 el que menor precio paga, y ponderando la frecuencia porcentual de cada calificación uno, se tiene que el que mejores precios paga por las artesanías textiles de Otavalo es la Unión Europea, seguido en forma descendente por Medio Oriente, Japón, Canadá, Estados Unidos, Mercosur, China, India, Rusia y México.

Tabla 30.

Jerarquización por niveles de precio de mercados internacionales

| <b>Mercado</b> | <b>Ubicación</b> |
|----------------|------------------|
| Europa         | 4,68             |
| Medio Oriente  | 3,35             |
| Japón          | 3,27             |
| Canadá         | 3,15             |
| Estados Unidos | 2,65             |
| Mercosur       | 2,00             |
| China          | 2,00             |
| India          | 1,75             |
| Rusia          | 1,75             |
| México         | 1,71             |

Fuente: Estudio de campo realizado

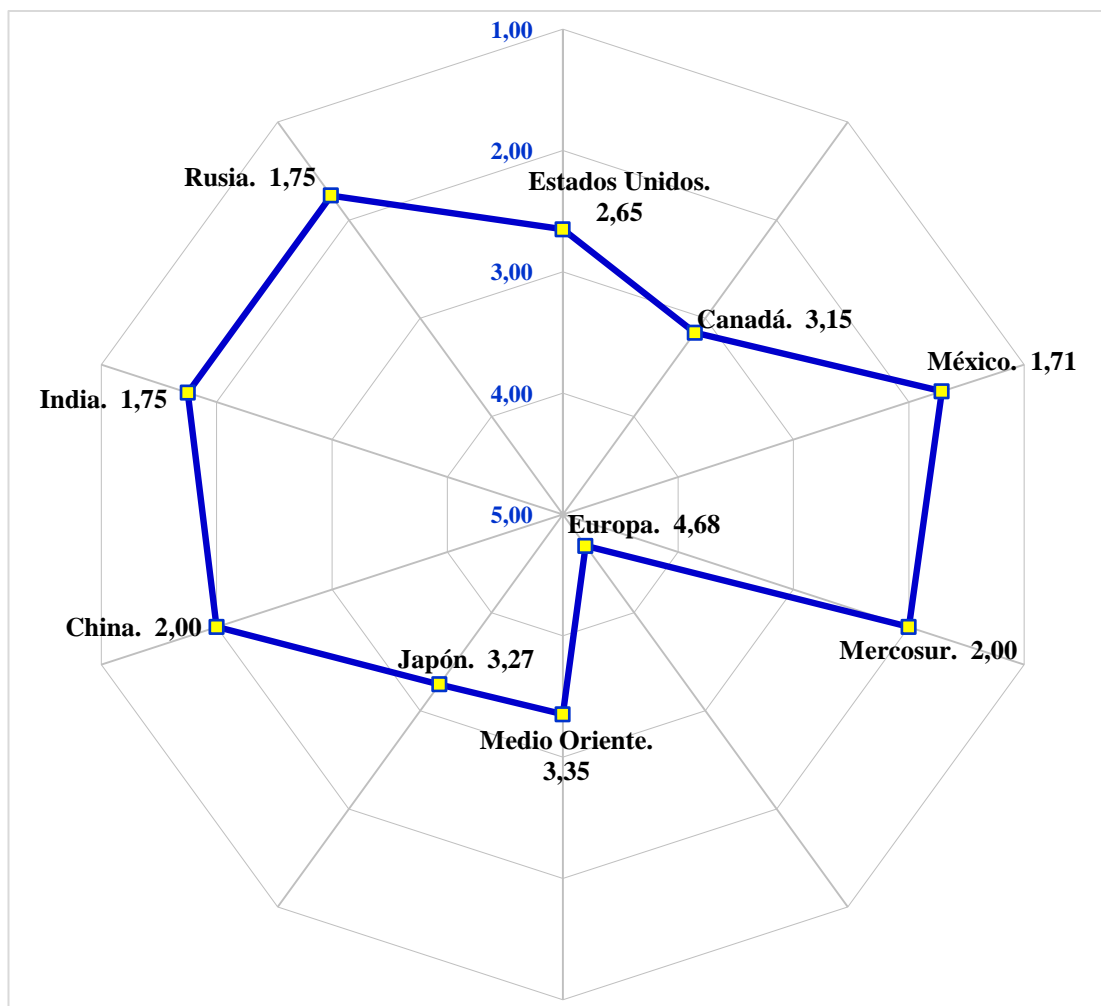


Figura 8 Jerarquización de mercados internacionales por niveles de precio

Fuente: Estudio de campo realizado

9. ¿Su microempresa utiliza alguna norma o estándar para asegurar la calidad de las artesanías que produce?

Únicamente 16,25% de las microempresas artesanales textiles de Otavalo han implementado alguna norma o estándar para asegurar la calidad de las artesanías que produce; 11,67% Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que lo han hecho con el asesoramiento del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, y 4,58% el Sello de Calidad INEN; 83,75% no lo ha hecho, de éstas, 71,25% si tiene interés en implementarlo y 12,50% no.

Tabla 31.

Nivel de implementación de norma o estándar para asegurar la calidad

| Opciones                              | Fi  | %Xi     |
|---------------------------------------|-----|---------|
| <b>Sí</b>                             | 39  | 16,25%  |
| Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) | 28  | 11,67%  |
| Norma ISO 9001                        | 0   | 0,00%   |
| Norma INEN NTE INEN ISO 9001          | 0   | 0,00%   |
| Sello de calidad INEN                 | 11  | 4,58%   |
| <b>No</b>                             |     |         |
| Si tiene interés en implementarla     | 171 | 71,25%  |
| No tiene interés en implementarla     | 30  | 12,50%  |
| <b>Total</b>                          | 240 | 100,00% |

Fuente: Estudio de campo realizado

Ya que 12,50% de estas micro unidades productivas no tiene interés en implementar una norma de calidad, las estrategias para potenciar al sector deben ser acogidas positivamente por la gran mayoría de las microempresas artesanales textiles de Otavalo.

### 3.2. Análisis Cualitativo

#### 3.2.1. Antecedentes para el análisis

Para disminuir la subjetividad del análisis cualitativo se presenta la siguiente información.

##### 3.2.1.1. Entrevistas

###### a. Entrevista al Ing. Marcelo Lema, encargado de la Jefatura de Desarrollo Social y Económico de Otavalo.

El día jueves 29 de junio de 2017, en las instalaciones del GAD Municipal de Otavalo ubicadas en el parque Simón Bolívar, en horas de la mañana se desarrolló

la entrevista al Ing. Marcelo Lema, encargado de la Jefatura de Desarrollo Social y Económico de Otavalo, obteniéndose la siguiente información.

El Ing. Lema considera que con el fortalecimiento de las relaciones comerciales con la Unión Europea, se deben incrementar las exportaciones de artesanías al mercado europeo, pero es necesario ampliar la capacidad productiva; actualmente cubre adecuadamente la demanda nacional e internacional, pero si se captan clientes de escala internacional será imposible satisfacer los pedidos totalmente.

Respecto a si existe en Otavalo una producción artesanal competitiva en variedad, precio y calidad, para satisfacer la demanda internacional; considera que por cuanto la economía es dolarizada, se ha perdido competitividad en el precio, en cuanto a calidad es excelente, especialmente en las artesanías textiles y tallas de madera, pero no se ha materializado esta ventaja a nivel internacional mediante una certificación de origen y de calidad. Para poder ingresar a mercados internacionales muchas veces se ha priorizado el significado en mercados como el norteamericano entre otros lo que ha generado que se esté perdiendo la identidad, esta debe ser fortalecida para generar competitividad porque esta no solo implica el precio sino una diferenciación con artesanías de otras latitudes. El entrevistado considera que se debe promover la colaboración y asociatividad entre los artesanos, para poder cumplir los pedidos de los clientes y cadenas internacionales.

Son varios los canales que se utilizan para exportar actualmente las artesanías textiles en función del mercado destino; mayoritariamente los talleres que exportan lo hacen mediante intermediarios quienes son los más beneficiados con las transacciones internacionales, otro canal importante son los minoristas que mantienen tiendas de artesanías en diversas ciudades del mundo y constantemente están reponiendo su inventario; varios otavaleños viajan directamente a diversos países para colocar su producto directamente a distribuidores.

La creación de un certificado de origen y una marca de Otavalo aportará a alcanzar posicionamiento a nivel internacional, por esto el Municipio promueve conjuntamente en el Ministerio de Industrias y Productividad el Centro de Fomento Productivo, con el fin de que los artesanos se enfoquen hacia la innovación, calidad y

productividad, para que cumplan con un proceso de certificación de calidad y de origen, especialmente en las artesanías textiles que son las más exitosas en el mercado internacional. Un aspecto muy importante es que se estandarice el tamaño de los productos textiles conforme los patrones de talla internacionales, ya que actualmente esto no se cumple. Respecto a una marca comercial única Otavalo, lo ideal sería desarrollarla luego de obtener la certificación de calidad y de origen; sin embargo cada taller o grupo de ellos sí debe impulsar marcas propias ya que los productos textiles que desean incursionar en el mercado internacional deben cumplir las normas de empaque y etiquetado.

Los mayores desafíos que debe afrontar el sector artesanal de Otavalo para lograr posicionamiento e internacionalización son entre otros, impulsar un cambio cultural y estructural en las nuevas generaciones para que crezca el sector artesanal, y se conciban nuevos esquemas de comercialización mucho más profesionales; también se debe innovar el diseño para adaptarlo a los requerimientos modernos pero sin perder la identidad cultural; es fundamental estructurar una base asociativa para que los artesanos colaboren entre ellos. Los mayores retos son la innovación y la productividad, para poder abastecer el mercado internacional, generar las economías de escala y posicionarse en base a calidad e innovación. El sector artesanal ha tenido un crecimiento irregular por la falta de integración, varios comerciantes se han aprovechado de los artesanos y adquirido sus productos a precios bajos, esto ha impedido una redistribución equitativa de la riqueza.

De seguro que la promoción internacional, beneficiará e impulsará el desarrollo del sector artesanal de Otavalo, y también del sector turístico, por esta razón el Municipio busca estrategias promocionales que se alineen con las estatales y que permitan posicionar a Otavalo en el plano internacional.

No existen políticas concretas para apoyar a las microempresas artesanales; por ejemplo hay un producto llamado Renova Industria que se gestionó con la Corporación Financiera Nacional, con el fin de mejorar los telares que existen en Otavalo pues la mayoría data de los años 40 y 50, para mejorar la productividad, pero no se ha profundizado en estas políticas de apoyo al sector artesanal, y aunque el

proyecto sigue vigente en la CFN no se ha aplicado. El MIPRO si ha proporcionado capacitación y asistencia técnica en las áreas de gestión y calidad.

Mejorar la gestión de las microempresas artesanales apoyaría su posicionamiento internacional, pues se manejarían con mayor formalidad y profesionalismo los temas de negociación y producción; actualmente no hay uniformidad de tallas y precios, con una mejor gestión se ayudaría a definir estrategias de producto.

**b. Entrevista realizada al Sr. José Cabascango, presidente de la Asociación de Artesanos Plaza de los Ponchos de Otavalo.**

El día jueves 29 de junio de 2017, en la Plaza de los Ponchos ubicada en las calles Sucre y Salinas en el centro de Otavalo, en horas de la tarde se desarrolló la entrevista al señor José Cabascango, presidente de la Asociación de Artesanos Plaza de los Ponchos de Otavalo que aglutina a 600 artesanos del sector de Otavalo, obteniéndose la siguiente información.

En la primera parte de la entrevista, el señor Cabascango refirió información que la Asociación que él preside levantó a fines del año 2016 mediante una encuesta aplicada a 250 artesanos forman parte de esta Asociación.

Respecto a la apreciación del dinamismo comercial en el sector artesanal de Otavalo en los últimos años, la mayoría de personas consideraron que ha existido un dinamismo comercial moderado, por lo que es conveniente buscar nuevos mercados, para la promoción es fundamental dar a conocer la calidad de las artesanías.

En cuanto a exportaciones, un tercio de los artesanos de Otavalo han tenido demanda de productos en el mercado internacional; específicamente en artesanías textiles, poco más de la cuarta parte, producen y comercializan sus artesanías en mercados internacionales. Por lo deben aplicarse estrategias de internacionalización.

Menos de la quinta parte de los artesanos textiles de Otavalo utiliza una marca para identificar la procedencia de sus productos; es por tanto necesario desarrollar marcas que agreguen valor agregado y hagan visibles las artesanías en el mercado global.



Alrededor de la quinta parte de los artesanos fijan el precio de sus productos en función de los costos, los demás en base a la rentabilidad deseada o en referencia a la competencia; para exportar es necesario disponer de información de los costos y gastos estimados.

Solo una quinta parte de los artesanos utiliza estrategias comerciales para vender sus artesanías y posicionarse en el mercado; la mayoría no aplica estrategias comerciales.

La gran mayoría de artesanos no conoce el procedimiento para exportar sus productos por lo que es necesario capacitar al sector en Comercio Internacional.

La mayoría de artesanos de la Asociación considera que para apoyarlos a dinamizar el sector, se debe desarrollar certificaciones de calidad, ya que sus productos son de alta calidad pero requieren de este requisito para acceder al mercado internacional; una minoría cree que es necesario dar énfasis a la innovación y el diseño, y aplicar una gestión empresarial y comercial técnica. Esto evidencia la necesidad de implementar normas de calidad y características que innoven los productos artesanales, para hacerlos atractivos en los mercados internacionales principalmente, pero sin perder la identidad cultural.

El señor Cabascango manifiesta que cerca de tres quintas partes de la oferta artesanal de Otavalo corresponden a tejidos y bordados, y el resto a cerámica, bisutería y los demás artículos artesanales. Se exporta principalmente artículos textiles, tejidos y bordados, y en menor proporción cerámica y bisutería. Los principales compradores son Estados Unidos, Europa, Medio Oriente y Hong Kong; el mercado europeo es el que mayor precio paga por las artesanías pero exige una alta calidad, estandarización de tallas, de marquillas y etiquetas conforme las normas vigentes, el incumplimiento de estos requisitos dificulta el mayor acceso al mercado europeo e internacional en general.

Los microproductores artesanales de Otavalo generalmente gestionan sus negocios de una manera intuitiva, por lo que pierden eficiencia y competitividad, aspectos fundamentales para poder exportar en un entorno cada vez más competitivo.

Los artesanos necesitan asesoramiento y capacitaciones en: gestión, calidad y comercio exterior principalmente.

La falta de trabajo colaborativo es una de las principales causas por las que el sector no ha crecido más explosivamente, pese a que en Otavalo el crecimiento comercial de artesanías es superior al de las demás plazas artesanales del país.

La mayoría de transacciones se dan entre artesanos e intermediarios, quienes toman las artesanías y les agregan alguna marca y empaque, y las comercializan al exterior, de esta manera el mayor beneficio no se canaliza hacia los artesanos sino hacia los intermediarios.

**c. Entrevista realizada a la Ing. Maritza Félix, Coordinadora de la Unidad de Promoción y Desarrollo Artesanal del MIPRO.**

El día viernes 30 jueves 29 de junio de 2017, en la oficina de la Unidad de Promoción y Desarrollo Artesanal del MIPRO ubicada en la calle Yánez Pinzón N26-12, entre Av. Colón y La Niña, en horas de la tarde se desarrolló la entrevista a señora Coordinadora de esta Unidad, Ing. Maritza Félix, obteniéndose la siguiente información.

Respecto al sector artesanal textil de Otavalo, señala que:

Es el que mejor posicionamiento internacional tiene comparado con las demás plazas artesanales del país; y su crecimiento anual es de alrededor del diez por ciento, que es superior al que tienen las otras plazas. Los atributos más apreciados por el mercado internacional en las artesanías textiles de Otavalo son su calidad, colorido y variedad.

Una cuarta parte de los talleres artesanales exporta; los demás no lo hacen porque desconocen cómo hacerlo o porque son manejados por personas de avanzada edad que consideran al Comercio Internacional como un tabú, por lo que prefieren comercializar sus productos en tiendas o puestos del Mercado de los Ponchos, el más grande de Sudamérica; las mayores transacciones las realizan con intermediarios, que luego de adquirir las artesanías les agregan algo de valor con marcas y empaques, y las exportan, obteniendo el mayor beneficio; por esto se está trabajando en asesorías y capacitaciones in situ. Un reducido número de talleres textiles de Otavalo utiliza una marca para identificar sus productos, por lo que no logran valorar sus activos intangibles.

Los mercados más importantes para las artesanías textiles de Otavalo son Norteamérica, Europa, Medio Oriente y Hong Kong; el mercado europeo paga precios superiores a los demás mercados internacionales, pero para acceder exitosamente en él se requiere que los productos tengan calidad certificada, cumplan las normas europeas de estandarización de tallas y tamaños, y que lleven las marquillas y etiquetas que solicita la norma europea

Un problema que se observa en el sector es la renuencia a trabajar colaborativamente, esto ha limitado el crecimiento del sector, e impide que puedan bajarse los costos de los productos mediante economías de escala por cantidad de materia prima adquirida o mejores tratos comerciales con los proveedores.

El sector artesanal de Otavalo es gestionado informalmente, lo que afecta su eficiencia, competitividad; la mayoría de artesanos no fijan los precios de sus productos considerando sus costos y gastos, ni controlan adecuadamente sus cuentas.

Para consolidar internacionalmente al sector se requiere impulsar certificaciones de calidad, luego una certificación de origen; ajustar los diseños conforme los gustos del mercado al que se orienta el producto sin perder la identidad cultural, capacitar a los artesanos e incentivar modelos asociativos para que el sector tenga mayor representatividad.

### **3.2.1.2. Estudio del impacto del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el sector MIPYME colombiano**

Para establecer los posibles efectos que generará el Convenio Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, se ha referenciado el estudio “Impacto del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en las MIPYME colombianas”, desarrollado el año 2011 en la Universidad Nacional de Colombia, durante el ciclo de seminarios sobre “La asimetría del comercio: TLC Colombia y Estados Unidos”.

Este tratado comercial fue suscrito en octubre de 2011 entre Estados Unidos y Colombia, en el cual los principales temas negociados fueron:

- Acceso a mercados: agricultura, servicios, industria, inversión, compras públicas, otros temas de acceso de mercados.

- Temas transversales: propiedad intelectual, política de competencia, asuntos laborales, asuntos ambientales.
- Aspectos institucionales del Tratado (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2015)

### **Descripción**

A fines del año 2011 en la Universidad Nacional de Colombia, durante el ciclo de seminarios sobre “La asimetría del comercio: TLC Colombia y Estados Unidos”, realizó un estudio para analizar los posibles impactos positivos y negativos que este convenio podía generar en las microempresas colombianas. Para estructurar un proceso interactivo, durante las últimas tres conferencias del evento, mediante una herramienta Delphi se realizó una consulta prospectiva a 160 personas ampliamente ilustradas y conocedoras del tema, con el fin de relacionar la visión del futuro y la situación actual (Soler, 2014).

### **Resultados**

Se muestran los resultados referentes únicamente a las microempresas.

Respecto al mayor impacto negativo en las microempresas, las personas consideraron en 34% de los casos que sería la quiebra de estas; en 22% los desequilibrios regionales que se produzcan, y en 15% la reducción de ventas. Los sectores con mayor afectación serían el agrícola (49%), farmacéutico (15%) y el de alimentos y bebidas (12%) (Soler, 2014).

En el caso de Ecuador este criterio es muy preocupante pues la agricultura es un sector estratégico por la riqueza y fertilidad del país, y porque el petróleo, la base de la economía nacional actualmente no es un recurso renovable y se agotará, por lo que los esfuerzos deben enfocarse en el fomento agrícola como alternativa de desarrollo sostenible.

Respecto al mayor impacto positivo en las microempresas, 30% de opinantes señalaron que sería la innovación tecnológica, 27% el acceso a nuevos mercados e incremento en las ventas; y 20% no visualizó ningún impacto positivo, su opinión fue que la apertura comercial generaría la importación de paquetes tecnológicos, lo que limitaría el desarrollo local de la ciencia y tecnología. Los sectores con mayores

oportunidades de beneficiarse serían: textiles y confecciones (29%); artesanal (22%); de servicios (19%) por las labores profesionales con alto contenido cognitivo, otros 6%; 24% consideró que ningún sector se beneficiaría lo que confirma la opinión respecto al bajo impacto positivo (Soler, 2014).

Las personas opinaron que para fomentar la competitividad de las microempresas se debería impulsar la innovación tecnológica local (26%) mediante convenios entre universidades, el sector privado y entidades públicas; mejorar la calidad (21%) y cualificar la educación (16%) (Soler, 2014).

Para que las microempresas aporten a disminuir el desempleo, el criterio fue que se debe fomentar su creación (22%), financiar los planes de negocios (20%) y mejorar la calidad educativa (18%) (Soler, 2014). La creación de nuevas microempresas y el financiamiento están directamente relacionados, y esto constituye una de las principales limitaciones.

Los problemas que debe resolver el sector micro empresarial para cimentar su futuro son: mejorar su infraestructura y tecnología (21%) lo que está muy relacionado a la innovación tecnológica y el financiamiento; adquirir una visión prospectiva (20%) para visualizar y construir posibles escenarios futuros, lo que está muy relacionado con el conocimiento (Soler, 2014).

Finalmente la consulta estableció que para que el microempresario construya un futuro exitoso, debe ser emprendedor (iniciar nuevos proyectos y asumir riesgos), recursivo y autogestionario (Soler, 2014).

### **Comentario**

Cabe señalar que tanto los tratados de libre comercio (TLC) como los acuerdos comerciales buscan la expansión y fortalecimiento de las actividades de comercio exterior entre los firmantes, pero son diferentes pues los acuerdos comerciales, como el suscrito entre Ecuador y la Unión Europea, tratan de desarrollar el comercio mediante la complementariedad de los firmantes, sin fomentar la competencia entre ellos y tratando de minimizar posibles asimetrías; en cambio los TLC promueven la liberalización inmediata de aranceles de todos los productos, sin considerar asimetrías que puedan perjudicar a los sectores productivos por el consumo interno (Misión MIPYME, 2012).

En mayo 15 del 2012 entró en vigencia el tratado entre Colombia y los Estados Unidos, para fines del 2014 las exportaciones de Colombia bajaron de US \$ 60.125 millones a US \$ 54.795, y las importaciones subieron de US \$ 56.102 millones a US \$ 61.088 millones, lo que generó un déficit de US \$ 6.293 millones en la balanza comercial de Colombia, uno de los más altos de la historia del país. A fines del año 2016 la balanza comercial de Colombia con los Estados Unidos seguía siendo muy negativa (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2016).

En contraposición con lo anterior, un año después de haber entrado en vigencia el Acuerdo Comercial Multipartes entre Colombia y la Unión Europea (UE), las importaciones desde la UE alcanzaron 4.616,60 millones € y disminuyeron 5,92% con respecto al año 2013; las exportaciones hacia la UE fueron de 6.736,20 millones € creciendo 7,61% respecto al año 2013; con lo que Colombia logró un superávit en su Balanza Comercial con la Unión Europea por 2.119,60 millones €. Uno de los sectores que más se benefició con este acuerdo fue el artesanal que incrementó en cerca del 22% sus exportaciones, siendo las exportaciones de artesanías textiles las que más crecieron (25%) (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2016).

Ya que Ecuador tiene el mayor reconocimiento en la región respecto a sus productos artesanales, es de esperar que el Acuerdo Multipartes que entró en vigencia a fines del 2016, genere en el sector artesanal del país, inclusive mejores resultados que los que generó en Colombia.

### **3.2.1.3. Antecedentes por sistema**

El Acuerdo suscrito entre Ecuador y la Unión Europea no es un tratado comercial bilateral, sino que forma parte de un Acuerdo Comercial Multipartes, entre un bloque conformado por Colombia, Ecuador y Perú, al que en el futuro puede adherirse Bolivia, con lo que incluiría a todos los miembros de la Comunidad Andina, y la Unión Europea.

Se implementó desde el año 2013, con Perú inició el 1° de marzo de 2013, con Colombia el 1° de agosto de 2013, y con Ecuador entró en vigor de manera provisional el 1 de enero de 2017; para Ecuador tiene importancia particular porque

es el primer acuerdo comercial integral concluido con un socio no latinoamericano (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

Maldonado (2016) señala que Ecuador logró establecer con la Unión Europea mejores condiciones que Perú y Colombia; el acuerdo es más equilibrado ya que además reconocer las asimetrías económicas entre las partes, permite a Ecuador mantener las políticas, planes y programas orientados a favorecer la inserción de los sectores más vulnerables de la economía nacional, como microempresas y organizaciones de economía popular y solidaria.

Cuando entró en vigor se liberalizó aproximadamente el 95 % de las líneas arancelarias por parte de la Unión Europea (UE) y 60% por parte de Ecuador; con lo que las exportaciones de la UE ahorrarán unos 130 millones dólares anuales en aranceles y las exportaciones ecuatorianas unos 280 millones de dólares anuales (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

Este tipo de acuerdo comercial es muy importante para los países involucrados pues al proporcionar seguridad jurídica, transparentar las políticas comerciales se profundizan las relaciones comerciales, se promueve la especialización productiva, crece el mercado potencial, se reducen costos de comercio internacional e impulsa la innovación, se atrae inversión extranjera, se crea empleo y se promueven mejores condiciones de vida para las personas.

Ante lo expuesto se exponen los antecedentes que permitan comprender los impactos que el Acuerdo Multipartes puede generar en los diversos sistemas del país.

#### **a. Antecedentes para el sistema productivo**

El Acuerdo Multipartes incluye como parte Título “Obstáculos técnicos al comercio”, el Ítem “Normalización, evaluación de conformidad, etiquetado y marcado”, en el cual se señala que las normas internacionales son la base para que los reglamentos técnicos de los países involucrados, en el caso de Ecuador sucede así y las normas relacionadas son:

- NTE INEN 1873 que establece las tallas de ropa exterior de hombres (niños, adolescentes, jóvenes y adultos), es decir las dimensiones a las que deben ajustarse las prendas de vestir. (INEN, 2013)
- NTE INEN 1874, que establece las dimensiones de control para designar las tallas para la ropa infantil. (INEN, 2013)
- NTE INEN 0257, establece las tallas de ropa exterior de mujeres (niñas, adolescentes, jóvenes y adultas), es decir las dimensiones a las que deben ajustarse las prendas de vestir. (INEN, 2013)
- NTE INEN 1875, que establece los requisitos para las etiquetas utilizadas que identifican las prendas de vestir, así como también ropa de hogar, sábanas, cobijas, sobrecamas, manteles, cortinas, toallas y similares. (INEN, 2013)
- RTE INEN 013, reglamento técnico que establece los parámetros de etiquetado que deben observar las prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir. (INEN, 2013)

Según el Acuerdo, el etiquetado permanente debe limitarse a proporcionar información relevante del producto al consumidor, se puede incorporar pictogramas reconocidos internacionalmente, y no debe incorporarse información que dificulte la comprensión del producto y el proceso de etiquetado. En productos textiles, se permite colocar etiquetas no permanentes (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

En el Anexo II se definen los criterios para garantizar que los productos originarios sean los únicos que se beneficien del trato arancelario preferencial; se consideran como tal los que se fabrican totalmente en la Unión Europea o en Ecuador, o aquellos que incorporen materiales con suficiente elaboración o transformación en la Unión Europea o Ecuador (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

Para las industrias de Ecuador, en el Anexo II se establece la figura Acumulación de Origen, que establece que las industrias ecuatorianas pueden utilizar



materiales originarios de países andinos o de Centroamérica, vinculados por un acuerdo comercial con la UE, cuando sean procesados o incorporados posteriormente, para elaborar un producto y exportarlo; esto permite que industrias de países relacionados comercialmente con la UE se complementen (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

Esta es una herramienta beneficiosa para pequeños países productores de materias primas que tienen menos posibilidades de cumplir ciertos estándares de origen (Maldonado, 2016).

El sector productor de fibras textiles del país dispone de capacidad para fabricar fibras naturales de calidad, pero la capacidad de industrias colombianas como Enkador es superior, por lo que al usar estas fibras puede mejorar la calidad de las artesanías textiles que producen las microempresas de Otavalo.

En Europa les agrada mucho las fibras naturales, Ecuador tiene dos recursos potenciales que deben ser explotados como en el Perú, las fibras de la lana de oveja y de alpaca; actualmente existe producción pero se debe mejorar su explotación, pues con mezclas adecuadas de textiles naturales y sintéticos se puede ingresar al mercado europeo (Enríquez, 2017); es necesario incentivar a los productores de fibras a desarrollar nuevas variedades para producir artesanías con mayor atractivo para el bloque europeo.

El Título VII del Acuerdo trata sobre Propiedad intelectual; en éste se habla sobre las indicaciones geográficas (IG), que son nominaciones que proporcionan información sobre el lugar de elaboración de determinados productos y que destacan la reputación en base a su origen; el Acuerdo Comercial prevé la protección de indicaciones geográficas (IG) europeas y andinas; en el Anexo XIII del Acuerdo se incorpora el listado, actualmente Ecuador cuenta con una en el sector alimenticio “Cacao Arriba” y otra en el sector de artesanía “Sombrero de Toquilla Montecristi” (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

El Acuerdo establece que Ecuador puede realizar un procedimiento de registro acelerado para beneficiarse de indicaciones geográficas, lo que genera una oportunidad para que el sector textil artesanal de Otavalo las desarrolle; al respecto,

Bolívar Núñez (2017) delegado de Pro Ecuador señala que si los productos artesanales de Otavalo cumplen normas de calidad, estandarizan su tamaño y talla conforme las normas relacionadas, respetan el empaque y etiquetado conforme la norma referencial, podrían registrar una indicación geográfica (IG), el Ministerio de Industrias y Productividad provee asistencia técnica y acompañamiento.

En consecuencia el sector artesanal de Otavalo debe implementar Buenas Prácticas de Manufactura BPM u otra norma de calidad, además ajustar el diseño de sus productos a las tendencias de la moda, pues las cambian frecuentemente, por lo que es importante que el sector artesanal textil genere modelos que satisfagan la tendencia existente.

#### **b. Antecedentes para el sistema de comercialización**

A más de las marcas y certificados de origen, en materia de Propiedad Intelectual el Acuerdo crea las Indicaciones Geográficas, que identifican productos originarios de una zona geográfica determinada, cuya calidad y reputación sean características exclusivas del medio geográfico en que se producen; la utilización de indicaciones geográficas es exclusiva para productores, fabricantes y artesanos que fabriquen los productos en la región designada; para gozar de protección de la Unión Europea, Otavalo deberá ser formalmente reconocida por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual como una plaza artesanal óptima.

#### **c. Antecedentes para el sistema de desarrollo y crecimiento económico**

El comercio internacional contribuye al crecimiento económico y atenuar la pobreza. Experiencias de liberación comercial en Corea del Sur 1960, Chile 1970, y los países del BRIICS (Brasil, Rusia, India, Indonesia, China y Sudáfrica), demuestran que economías con políticas comerciales más abiertas tienen mejores resultados que las más restrictivas (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2016).

Un acceso totalmente ilimitado al mercado de la Unión Europea beneficiaría a países Sudamericanos considerablemente, induciendo un aumento de 15% en las exportaciones no petroleras e incrementando el ingreso real en 1,10%

aproximadamente. Los beneficios son mayores si se comprometen a hacer reducciones más a fondo en sus propios aranceles (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2016).

Las economías abiertas, tienen niveles más altos de crecimiento económico, generalmente acompañado de una mayor prosperidad y de empleo.

La apertura del mercado debe acompañarse de entornos macroeconómicos estables, requiere inversiones paralelas en capital humano (educación, salud y nutrición), y en infraestructura física, acceso al crédito y asistencia técnica, así como redes de protección social y políticas para promover la estabilidad.

#### **d. Antecedentes para el sistema tecnológico**

El comercio internacional con la Unión Europea exige que las empresas monitoreen la trazabilidad de sus productos, por lo que requieren invertir en su plataforma tecnológica de gestión (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2016). Un acceso totalmente ilimitado al mercado de la Unión Europea requiere emplear comercio electrónico (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2016).

#### **e. Antecedentes para el sistema de integración social**

La Constitución del Ecuador del año 2008 en el capítulo cuarto, artículo 283, establece que el sistema económico es social y solidario. La economía popular y solidaria busca mejorar las condiciones y calidad de vida de la población menos favorecida, en base a respeto, cooperación, conciliación, justicia y equidad (Coraggio, 2012, pág. 17).

Está regulada por la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS) que busca el reconocimiento de sus valores y principios para lograr la inclusión socioeconómica de millones de ecuatorianos excluidos de las políticas públicas (Narváez, Fernández, & Senior, 2012, pág. 57).

En este esquema económico las microempresas son agentes de cambio, según SENPLADES (2013) 80% de las unidades empresariales del país son microempresas y generan 45% del empleo nacional.

Al trabajar asociativamente, las microempresas incrementan su poder de intermediación, minimizan las barreras de ingreso a mercados, optimizan la comercialización, generan valor agregado, crean economías de escala, mejoran la productividad, competitividad, e impactan positivamente en el entorno socioeconómico (Narváez, Fernández, & Senior, 2012, pág. 57).

#### **3.2.1.4. Resultado del análisis cualitativo**

A continuación se analiza que los impactos del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea en los diversos sistemas del país, para asignar los valores a los factores correspondientes a las diversas sub dimensiones, se ha aplicado el siguiente criterio

Tabla 32.

Criterio de asignación de valores a factores de las sub dimensiones

| Factores          | Caracterización   | Alto (4)                                 | Medio (3)                    | Moderado (2)                    | Bajo (1)                           |
|-------------------|---|--|------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| Intensidad (I)    | Del impacto sobre la dimensión o sub dimensión.                     | Cambio notorio o radical en la dimensión | Cambio medio en la dimensión | Cambio moderado en la dimensión | Cambio irrelevante en la dimensión |
| Extensión (EX)    | Ámbito territorial de influencia.                                   | Nacional                                 | Regional                     | Local                           | Puntual                            |
| Momento (MO)      | Tiempo en el que aparece el impacto                                 | Inmediato                                | Corto plazo                  | Mediano plazo                   | Largo plazo                        |
| Persistencia (PS) | Tiempo que permanece presente el impacto                            | Permanente                               | Temporal mediano plazo       | Temporal corto plazo            | Fugaz                              |
| Periodicidad (PR) | Frecuencia con que aparece el impacto                               | Continua                                 | Periódica anual              | Periódica temporal              | Irregular                          |
| Acumulación (AC)  | Permanencia e incremento de la intensidad del impacto en el tiempo. | Acumulativa alta                         | Acumulativa moderada         | Simple alta                     | Simple moderada                    |
| Efecto (EF)       | Incidencia sobre el factor  | Directo alto                             | Directo medio                | Indirecto alto                  | Indirecto medio                    |

Fuente: (Dewey, 2010)

En base a la información presentada como antecedentes, el resultado del análisis cualitativo es.

Tabla 33.

## Sistema productivo, sub factores afectados e impacto

| Sub dimensiones       | Acción  | Efecto  | I | EX | MO | PS | PR | AC | EF | Total | Justificación de valores  |
|-----------------------|---|---|---|----|----|----|----|----|----|-------|---|
| Acumulación de origen | Usar fibras naturales colombianas para mejorar la calidad de las artesanías textiles que producen las microempresas de Otavalo. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salida de divisas</li> <li>• Disminuye producción local y afecta al sector productor</li> <li>• Mejora calidad del producto</li> </ul> | 2 | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 3  | 19    | La intensidad es moderada porque el uso de fibras naturales colombianas es una alternativa mientras las hilanderías del país ajustan su producción; la extensión es media ya que la influencia puede ser local o regional; el efecto aparece inmediatamente por lo que el momento es alto; la permanencia es media porque se mantiene en el mediano plazo; la periodicidad es moderada por ser periódica temporal; la acumulación es simple alta pues se compra el producto y no la tecnología; el efecto es directo medio.   |
| Mezclas de fibras     | Emplear nuevas fibras para hacer más atractivo el producto, conforme a los gustos de la Unión Europea.                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora calidad del producto</li> <li>• Mejora tecnológica, por desarrollo de nuevos procesos (Know How)</li> </ul>                     | 3 | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 22    | El impacto es medio porque el beneficio es representativo en cuanto a que incrementa la calidad de las artesanías; la extensión es media porque puede implicar más sectores; el momento es medio pues se requiere innovar, la persistencia es alta porque será permanente; la periodicidad es continua ya que se mantendrá, la extensión puede ser regional e incluso nacional ya que artesanos de otras plazas pueden beneficiarse; es acumulativo moderado porque hace más atractivo el producto pero se requiere calidad y cumplir estándares; el efecto general es medio. |



| Sub dimensiones                             | Acción  | Efecto   | I | EX | MO | PS | PR | AC | EF | Total | Justificación de valores  |
|---|---|--|---|----|----|----|----|----|----|-------|---|
| Implementación de normas de calidad         | Cumplir con los estándares de calidad internacional requeridos (certificación en BPM básico). | • Cumplimiento de estándares de calidad                      | 4 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 26    | El impacto y efecto son altos, porque el beneficio es muy importante y facilita el ingreso al mercado de la UE, la extensión es regional, el momento es medio pues no se presenta inmediatamente ya que se requiere de un proceso y aprendizaje; la persistencia y periodicidad son altas porque será permanente; es acumulativa ya que impulsa una mejora constante. |
| Revisión de patrones y detalles de despacho | Cumplir con los estándares de tallas, etiquetado y empaque requeridos.                        | • Cumplimiento de estándares de tallas, etiquetado y empaque | 3 | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 25    | El impacto es medio, el beneficio es representativo, se da una sola vez pero es permanente, no es acumulativo, la extensión es regional, se produce a corto plazo, el efecto es alto pues facilita el ingreso de las artesanías al mercado UE, no es inmediato.   |

Fuente: Estudio cualitativo realizado

Tabla 34.

Sistema de comercialización, sub factores afectados e impacto

| Sub dimensiones                                | Acción  | Efecto   | I | EX | MO | PS | PR | AC | EF | Total | Justificación de valores  |
|--|---|--|---|----|----|----|----|----|----|-------|---|
| Fijación de precios                            | Establecer los costos reales de los productos para fijar precios adecuados.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de costos y gastos reales.</li> <li>• Fijación de precios justos</li> <li>• Mejora oferta de valor</li> </ul>                                      | 2 | 2  | 4  | 2  | 3  | 2  | 2  | 17    | El impacto es moderado el beneficio es permanente pero no modifica las artesanías; la extensión es puntual, se produce de inmediato, continuo, no es acumulativo, por eso el efecto es moderado.  |
| Implementación de certificados de origen       | Obtener la certificación de origen de las artesanías textiles de Otavalo.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilita la promoción de la artesanía textil de Otavalo en el mercado internacional.</li> <li>• Orgullo de pertenencia</li> </ul>                               | 4 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 26    | El impacto es alto, porque el beneficio es de alta importancia, facilitando el ingreso de las artesanías al mercado UE, la persistencia es alta porque será permanente; el momento no es inmediato, se da luego de un proceso y debe comunicarse. El efecto es alto.              |
| Desarrollo de colecciones de acuerdo a la moda | Elaborar nuevos modelos para hacer más atractivo el producto, conforme a los gustos de la moda de la Unión Europea.                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción de la tendencias de la moda</li> </ul>   | 4 | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 23    | El impacto es medio, el beneficio es representativo, se da periódicamente, pero en forma permanente, es acumulativo, facilita el ingreso de las artesanías al mercado UE, no es inmediato; el efecto es medio.  |
| Promoción internacional                        | Campañas informativas digitales y en eventos para dar a conocer en el mercado internacional la oferta de valor del sector artesanal textil de Otavalo | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de exportaciones en el sector textil artesanal de Otavalo</li> <li>• Reducción de intermediarios</li> <li>• Incremento de la rentabilidad</li> </ul> | 3 | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 20    | El impacto es alto, requiere disponer los certificados de calidad y origen, así como de tallas adecuadas, y productos con diseño mejorado, la persistencia es media, no es inmediato, se da luego de un proceso y debe ser persistente; es acumulativo simple, el efecto es alto. |

Fuente: Estudio cualitativo realizado



Tabla 35.

## Sistema de desarrollo y crecimiento económico, sub factores afectados e impacto

| Sub dimensiones              | Acción  | Efecto   | I | EX | MO | PS | PR | AC | EF | Tot al | Justificación de valores  |
|------------------------------|---|--|---|----|----|----|----|----|----|--------|---|
| Incremento del ingresos real | Crecimiento del nivel de exportaciones  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las ventas</li> <li>• Economías de escala</li> <li>• Mayor rentabilidad</li> </ul>                | 3 | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 19     | El impacto es medio, ya que no se generaliza a todo el sector, puede ser permanente; la extensión es puntual, no es inmediato, es continuo, no es acumulativo, el efecto es medio.  |
| Nivel de empleo              | Crecimiento del personal en los talleres  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporación de nuevo personal</li> <li>• Beneficio a familias del sector</li> </ul>                           | 4 | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 22     | El impacto es alto, el beneficio es de alta importancia para el entorno; la persistencia es media, porque puede no ser permanente, no es inmediato, se da luego de un tiempo. El efecto es medio.   |
| Asistencia técnica           | Capacitación  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor productividad</li> <li>• Mayor calidad</li> </ul>   | 3 | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 19     | El impacto es medio, el beneficio es representativo mejora la productividad y gestión, no es inmediato, es permanente, requiere periódicamente replicarse, es acumulativo.  |
| Inversión en infraestructura | Mayor requerimiento de áreas productivas y bodegas                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliación de talleres</li> <li>• Incremento de áreas productivas</li> </ul>                                    | 3 | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 16     | El impacto es medio porque el trabajo es mayoritariamente manual, la persistencia es media, no es inmediato, es puntual, a nivel local y no continuo. El efecto es medio.   |
| Acceso a crédito             | Requerimiento de recursos para compra de insumos, personal, servicios e infraestructura | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Independencia operativa</li> <li>• Mayor poder de negociación</li> </ul>  | 2 | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 18     | El impacto es moderado pues los recursos son operativos (KT), la extensión puede ser nacional o local, el momento no es inmediato por eso es moderado, la persistencia es moderada, no es inmediato, no es acumulativo. El efecto es medio. |
| Encadenamientos productivos  | Beneficios indirectos a proveedores del sector  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de ingresos de los proveedores</li> <li>• Mayor representatividad y poder de negociación</li> </ul> | 4 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 22     | El impacto es alto, el beneficio es de alta importancia para el entorno; la persistencia es media, porque puede no ser permanente, no es inmediato, se da luego de un tiempo; si es acumulativo; por lo que el efecto es alto.              |

Fuente: Estudio cualitativo realizado

Tabla 36.

## Sistema tecnológico, sub factores afectados e impacto

| Sub dimensiones                      | Acción  | Efecto   | I | EX | MO | PS | PR | AC | EF | Total     | Justificación de valores   |
|--------------------------------------|---|--|---|----|----|----|----|----|----|-----------|--|
| Incremento de plataforma tecnológica | Adquisición e implementación de software y hardware | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del control operativo</li> <li>• Incorporación de nuevo personal</li> <li>• Beneficio a familias del sector</li> </ul> | 3 | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | <b>19</b> | El impacto es medio, ya que no se generaliza a todo el sector, puede ser permanente; la extensión es puntual, no es inmediato, es continuo, no es acumulativo. El efecto general es medio.   |
| Asistencia técnica                   | Capacitación  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor productividad</li> <li>• Mejor gestión</li> </ul>   | 3 | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | <b>19</b> | El impacto es medio, el beneficio es representativo mejora la productividad y gestión, no es inmediato, es permanente, requiere periódicamente replicarse, es acumulativo. En conjunto el efecto es medio.   |
| Comercio electrónico                 | Dinamismo comercial                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de ingresos de los proveedores</li> <li>• Mayor representatividad y poder de negociación</li> </ul>                   | 4 | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | <b>23</b> | El impacto es medio, el beneficio es representativo, se da periódicamente, pero en forma permanente, es acumulativo, facilita el ingreso de las artesanías al mercado UE, no es inmediato. Influye directamente en el Sistema Comercial. En conjunto el efecto es medio. |

Fuente: Estudio cualitativo realizado

Tabla 37.

## Sistema Social Colaborativo, sub factores afectados e impacto

| Sub dimensiones       | Acción                           | Efecto   | I | EX | MO | PS | PR | AC | EF | Total | Justificación de valores  |
|-----------------------|----------------------------------|--|---|----|----|----|----|----|----|-------|---|
| Asociatividad         | Gestión de exportación conjunta  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Disminución de costos de exportación</li> <li>Uniformidad de manejo</li> <li>Mayor capacidad de oferta (mayor volumen)</li> </ul>                                 | 3 | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 20    | El impacto es medio, ya que no se generaliza a todo el sector pues habrá personas que no se integren asociativamente, puede ser permanente; la extensión es local en el sector de Otavalo, no es inmediato, es continuo, es acumulativo. El efecto general es medio.  |
|                       | Realizar adquisiciones conjuntas | <ul style="list-style-type: none"> <li>Disminución de costos de adquisiciones</li> <li>Mejora en negociación</li> <li>Uniformidad de manejo</li> </ul>   | 3 | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 20    | El impacto es medio, ya que no se generaliza a todo el sector sino a los artesanos que se asocien, puede ser permanente; la extensión es puntual, no es inmediato, es continuo, es acumulativo. El efecto general es medio.   |
|                       | Integración de procesos          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Integración hacia adelante y hacia atrás</li> <li>Estandarizar procesos</li> </ul>  | 3 | 4  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 22    | El impacto es medio porque el beneficio es importante ya que aporta a facilitar el ingreso de las artesanías al mercado UE, la persistencia es moderada, puede ser permanente; el momento no es inmediato, se da luego de un proceso, es acumulativo pues aporta a la mejora constante. El efecto general es medio.           |
|                       | Conformación de cooperativa      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar el financiamiento</li> </ul>  | 3 | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 21    | El impacto es medio, ya que no se generaliza a todo el sector, puede ser permanente; la extensión es regional, no es inmediato, es continuo, es acumulativo. El efecto general es medio.  |
| Integración comercial | Desarrollar marca conjunta       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la oferta de valor</li> <li>Optimizar gastos de promoción</li> <li>Consolidar y revalorizar activos intangibles de conocimiento y culturalidad</li> </ul> | 4 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 27    | El impacto es alto, porque el beneficio es de alta importancia, facilitando el ingreso de las artesanías al mercado mundial, UE, la persistencia es alta porque será permanente; el momento no es inmediato, se da luego de un proceso. Es acumulativo pues desarrolla el prestigio de la región. El efecto general es medio. |

Fuente: Estudio cualitativo realizado

## Capítulo IV. Discusión de Resultados

### 4.1. Conclusiones

**Objetivo específico 1. Determinar las estrategias comerciales que actualmente emplean las microempresas textiles de Otavalo para establecer sus perspectivas.**

En base al estudio cualitativo se establece la siguiente tabla relacional de las variables que componen la hipótesis asociada al objetivo específico 1.

Tabla 38.

Tabla relacional de variables Hipótesis 1

| <b>Hipótesis 1.</b> Las microempresas que producen artesanías asegurando la calidad mediante un estándar exportan a Europa, y obtienen mejores precios que las que exportan al resto del mundo |         |  |         |   |         |   |      |
|--|---------|--|---------|---|---------|---|------|
| Condición de exportador  |         | Estándar de calidad para la manufactura de artesanías textiles |         | Destinos y volúmenes de ventas de las artesanías textiles de Otavalo exportadas |         | Nivel de precios de las artesanías textiles de Otavalo exportadas por plaza |      |
| Pregunta 3   |         | Pregunta 9   |         | Preguntas 6 y 7   |         | Pregunta 8  |      |
| Sí   | 32,92%  | BPM  | 11,67%  | Estados Unidos  | 20,00%  | Europa  | 4,68 |
|  |         |  |         | Europa  | 11,90%  | Medio Oriente   | 3,35 |
|  |         |  |         | Medio Oriente   | 8,75%   | Japón   | 3,27 |
|  |         |  |         | Japón   | 4,95%   | Canadá  | 3,15 |
|  |         |  |         | Canadá  | 8,80%   | Estados Unidos  | 2,65 |
|  |         | Sello INEN   | 4,58%   | Estados Unidos  | 12,80%  | Europa  | 4,68 |
|  |         |  |         | Europa  | 1,35%   | Medio Oriente   | 3,35 |
|  |         |  |         | Medio Oriente   | 0,45%   | Japón   | 3,27 |
|  |         |  |         | Japón   | 0,45%   | Canadá  | 3,15 |
|  |         |  |         | Canadá  | 0,95%   | Estados Unidos  | 2,65 |
|  |         | Interés en implementar   | 16,67%  | Estados Unidos  | 1,80%   | Estados Unidos  | 2,65 |
|  |         |  |         | México  | 3,00%   | Mercosur  | 2,00 |
|  |         |  |         | Mercosur  | 12,50%  | China   | 2,00 |
|  |         |  |         | China   | 3,00%   | India   | 1,75 |
|  |         |  |         | India   | 5,30%   | Rusia   | 1,75 |
| No   | 67,08%  | Interés en implementar   | 54,58%  |   |         |   |      |
|  |         | Sin interés en implementar                                     | 12,50%  |   |         |   |      |
| <b>Total</b>   | 100,00% |  | 100,00% |   | 100,00% |   |      |

Fuente: Estudio cuantitativo

El 32,92% de las microempresas artesanales textiles de Otavalo exportan y 62,08% no lo hacen; según la Organización Trade Map, Otavalo exporta entre 40,15% y 44,12% del total de las exportaciones artesanales textiles del Ecuador. Entre aquellas que exportan, únicamente 16,25% han implementado alguna norma o estándar para asegurar la calidad de su producción; 11,67% ha implementado con el asesoramiento del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y 4,58% el Sello de Calidad INEN; 83,75% no lo ha hecho, de estas 71,25% si tiene interés en implementarlo, 16,67% de las que exportan y 54,28% de las que no exportan; el 12,50% que no exporta no tienen interés en implementarlas.

Las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan y han implementado BPM lo hacen a Estados Unidos 20,00%, Europa 11,90%, Medio Oriente 8,75%, Japón 4,95% y Canadá 8,80%; aquellas que han implementado el Sello INEN a Estados Unidos 12,80%, Europa 1,35%, Medio Oriente 0,45%, Japón 0,45% y Canadá 0,95%; aquellas que no han implementado una norma de calidad exportan a Estados Unidos 1,80%, México 3,00%, Mercosur 12,50%, China 3,00%, India 5,30% y Rusia 4,00%.

Cabe señalar que históricamente todas las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan lo han hecho a Estados Unidos; 41,34% a Canadá; 22,40% a México; 27,84% a los países del bloque Mercosur; 33,45% a la Unión Europea; 16,02% a Medio Oriente; 21,28% a Japón; 11,41% a China; 8,12% a la India, y 20,15% a Rusia. Al mercado de Estados Unidos se exporta 37,28% de las artesanías, a Canadá 9,87%; a México 2,85%; a los países del bloque Mercosur 11,40%; a la Unión Europea 13,14%; a Medio Oriente 9,73%; a Japón 5,40%; a China 2,56%; a la India 4,12%, y a Rusia 3,65%.

El mercado que mejores precios paga por las artesanías textiles de Otavalo es la Unión Europea, seguido en forma descendente por Medio Oriente, Japón, Canadá, Estados Unidos, Mercosur, China, India, Rusia y México.

En base a la tabla relacional de las variables que componen la hipótesis asociada al objetivo específico 1, se corrobora que efectivamente las microempresas

artesanales de Otavalo que producen artesanías asegurando la calidad mediante un estándar, BPM o Sello INEN, exportan a Europa, y obtienen mejores precios que las que exportan al resto del mundo, pues el mercado europeo es el que mayores precios paga por las artesanías textiles.

Para exportar las microempresas artesanales textiles de Otavalo utilizan múltiples canales para hacerlo, cuyo nivel de utilización varía conforme la plaza de destino de las artesanías; el canal indirecto por intermediarios es el más utilizado, por 54,03% de las microempresas, el directo por minoristas por 37,89%; directo por distribuidores 23,86%; el directo por agentes por 21,10%; y directo con un socio extranjero por 20,09%.

39,89% exporta mensualmente; 43,21% trimestralmente; 58,78% semestralmente; 69,34% anualmente y ocasionalmente todas; la frecuencia se programa conforme el mercado de destino.

M. Lema, corrobora que las artesanías textiles se exportan mediante varios canales que se utilizan en función del mercado destino; pero que mayoritariamente quienes exportan lo hacen mediante intermediarios que a su vez son los más beneficiados con las transacciones internacionales, otro canal importante son los minoristas que mantienen tiendas de artesanías en diversas ciudades del mundo y constantemente están reponiendo su inventario; varios otavaleños viajan directamente a diversos países para colocar su producto directamente a distribuidores. Igualmente considera que mejorar la gestión de las microempresas artesanales apoyaría su posicionamiento internacional ya que se manejarían con mayor formalidad y profesionalismo los temas de negociación y producción; actualmente no hay uniformidad de tallas y precios, una mejor gestión ayudaría a definir estrategias de producto.

Según Cabascango, los microproductores artesanales de Otavalo gestionan sus negocios de una manera intuitiva, por lo que pierden eficiencia y competitividad. Solo un 20% utiliza estrategias comerciales para vender sus artesanías y posicionarse en el mercado, la mayoría no aplica estrategias comerciales; menos del 20% emplea una marca para identificar la procedencia de sus productos, lo que impide desarrollar

marcas que añadan valor agregado y hagan visibles las artesanías textiles de Otavalo en el mercado global. En cuanto al precio solo 20% lo fija en función de los costos, los demás en base a la rentabilidad deseada o en referencia a la competencia.

Félix manifiesta que el sector artesanal de Otavalo es gestionado informalmente, lo que afecta su eficiencia y competitividad; solo una cuarta parte de los talleres artesanales de esta plaza exporta, los demás no lo hacen porque desconocen cómo hacerlo o porque sus propietarios no tienen interés de incursionar en el mercado internacional; las mayores transacciones las realizan con intermediarios, que luego de adquirir las artesanías les agregan algo de valor con marcas y empaques, y las exportan, obteniendo el mayor beneficio; un reducido número de talleres textiles de Otavalo utiliza una marca para identificar sus productos, por lo que no logran valorar sus activos intangibles; la mayoría de artesanos no fijan los precios de sus productos considerando sus costos y gastos, ni controlan adecuadamente sus cuentas.

Se concluye que en su mayoría, el sector artesanal textil de Otavalo se maneja informalmente, menos del 25% emplean estrategias comerciales para vender las artesanías y posicionarse en el mercado, la falta de marcas impide que se identifique el origen de sus productos, e imposibilita desarrollar marcas que añadan valor agregado y hagan visibles las artesanías textiles de Otavalo en el mercado global. El precio no se fija en función de los costos, sino en base a la rentabilidad o la competencia.

Cabascango ratifica que el mercado europeo es el que mayor precio paga por las artesanías, y agrega que exige una alta calidad, estandarización de tallas, de marquillas y etiquetas conforme las normas vigentes, y que el incumplimiento de estos requisitos dificulta el mayor acceso al mercado europeo e internacional en general.

Núñez manifiesta que para que las microempresas artesanales textiles de Otavalo exporten al mercado europeo deben generar una oferta acorde a sus requerimientos, deben cumplir con los estándares de calidad requeridos; estandarizar

el tamaño y talla de los productos conforme las normas internacionales, así como el etiquetado y empaque.

En conclusión el mercado europeo es un mercado de calidad antes que precio, y además exige estandarización del producto, de su tamaño y presentación.

**Objetivo específico 2. Determinar la evolución de las exportaciones de artesanías textiles en el Ecuador entre los años 2012 y 2016 en comparación a las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo entre los años 2012 y 2016.**

En base al estudio cualitativo se establece la siguiente tabla relacional de las variables que componen la hipótesis asociada al objetivo específico 2.

Tabla 39.

Tabla relacional de variables Hipótesis 2

| <b>Hipótesis 2.</b> Las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo se han incrementado en mayor porcentaje que las exportaciones artesanales textiles del resto de empresas del país entre los años 2012 y 2016. |   |                                  |
|--|---|----------------------------------|
| <b>Detalle</b>   | <b>Pregunta 5 - Encuesta<br/>Crecimiento del sector</b> | <b>2012 - 2016<br/>Trade Map</b> |
| Sector artesanal textil de Otavalo   | 11,55%  | 9,77%                            |
| Sector artesanal del resto del país excepto Otavalo  | 10,00%  | 8,19%                            |
| Mayor crecimiento sector artesanal textil de Otavalo   | 1,55%   | 1,58%                            |
| Diferencia real  | 15,50%  | 19,29%                           |

Fuente: Estudio cuantitativo

De la pregunta 5 del cuestionario aplicado a actores del sector artesanal textil de Otavalo se determina que en promedio el crecimiento anual observado en el sector ha sido 11,55%; ya que según la agencia Metropolitana de Desarrollo Económico, el crecimiento anual observado en los últimos años en el sector artesanal textil del Ecuador fue 10% se determina que las exportaciones de las microempresas



artesanales textiles de Otavalo se incrementaron 15,50% más que las exportaciones artesanales textiles del resto de empresas artesanales del país.

En base a datos obtenidos de Trade Map, se ha establecido que entre 2012 y 2016 el sector artesanal textil de Otavalo creció en promedio 9,77% anual y en el resto del país 8,19% anual, por lo que el crecimiento del sector artesanal textil de Otavalo fue en términos reales 19,29% mayor al del resto del país.

En conclusión, las exportaciones de las microempresas artesanales textiles de Otavalo se han incrementado en mayor porcentaje que las exportaciones artesanales textiles del resto de empresas artesanales del país entre los años 2012 y 2016.

Este resultado es muy significativo pues en Otavalo se encuentra el 45,90% del total de artesanos textiles del país, por lo que esta plaza aporte entre 40,15% y 44,12% a las exportaciones artesanales textiles del Ecuador.

Las microempresas artesanales textiles de Otavalo, tienen un nivel de experiencia entre alto y muy alto, lo que corrobora que la actividad artesanal es un activo cultural heredado entre generaciones y no un conocimiento que se desarrolla en el corto plazo.

Del total de las importaciones textiles que realiza la Unión Europea (UE) de productos del Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir de punto, desde los diversos países del mundo, 5% corresponde a artesanías (Organización Comtrade , 2017), el sector artesanal textil de Otavalo participó el año 2012 con 42,55%, el año 2013 creció a 54,37%, el 2014 a 61,20%, pero los años 2015 y 2016 disminuyeron a 13,84% y 9,42% respectivamente.

En cuanto a los productos del Capítulo 62. Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto; El año 2012 Otavalo exportó a la Unión Europea 23 millones de dólares, valor que creció 8,70% entre el 2012 y 2013; creció 4% entre 2013 y 2014; creció 3,85% entre 2014 y 2015; y creció 3,70% entre 2015 y 2016. El sector artesanal textil de Otavalo ha tenido entre 2012 y 2016 una participación de entre 0,07% y 0,08%.

En cuanto al Capítulo 63. Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos, el año 2012 Otavalo exportó a la Unión Europea 13

millones de dólares, valor que creció 7,69% entre el 2012 y 2013; se mantuvo constante entre 2013 y 2014; disminuyó 28,57% entre 2014 y 2015; y creció 10,00% entre 2015 y 2016.

Actualmente la exportación de artesanías corresponde a menos del 0,80% de las exportaciones no petroleras que realizan las empresas ecuatorianas hacia la Unión Europea (Organización Comtrade , 2017).

### **Objetivo específico 3. Determinar los factores que regulan el comercio internacional entre el sector artesanal textil de Otavalo y la Unión Europea, según el marco del Acuerdo Multipartes**

El Acuerdo Multipartes asegura el acceso con arancel 0% a toda la oferta actual de bienes manufacturados ecuatorianos, entre los que se incluyen las artesanías; en lo que respecta a normas de origen, el país obtuvo flexibilidades, lo que permitirá aprovechar el programa de liberación de una mejor forma (Development Solutions, CEPR, 2013).

En materia de propiedad intelectual, que incluye a conocimiento y prácticas ancestrales, que se relacionan con la elaboración artesanal, el Acuerdo ratifica lo dispuesto en convenios multilaterales de los cuales son parte Ecuador y la Unión Europea; confirma la importancia de promocionar la innovación y creatividad, pero sin afectar el bienestar social y el interés público. Para proteger los derechos de autor y los otros relacionados, los parámetros son similares a los que establece la legislación nacional.

El Acuerdo incluye la acumulación de origen, figura que permite a una industria nutrirse de materia prima que no tiene en su país, para elaborar un producto y exportarlo; se diferencia de una exportación tradicional en que facilita y potencia los suministros entre países vinculados por un acuerdo comercial. Es una herramienta beneficiosa para pequeños países productores de materias primas que tienen menos posibilidades de cumplir ciertos estándares de origen (Maldonado, 2016).

El Acuerdo genera oportunidades pues en Europa les gusta mucho las fibras naturales, el sector artesanal textil de Otavalo utilizando fibras con mezcla de materiales naturales y sintéticos adecuados, puede producir artesanías con mayor atractivo para el bloque europeo; igualmente puede hacerlo si ajusta el diseño de sus productos a las tendencias de la moda.

Las economías abiertas tienen mayor crecimiento económico y aportan a atenuar la pobreza, el acceso ilimitado al mercado de la Unión Europea debe beneficiar a Ecuador, induciendo un aumento de hasta 15% en las exportaciones no petroleras e incrementando el ingreso real en 1,10% aproximadamente (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2016).

Para optimizar el comercio internacional con la Unión Europea es necesario que las empresas inviertan en su plataforma tecnológica de gestión para mejorar, controlar la trazabilidad de sus productos y hacer uso de comercio electrónico.

La colaboración y trabajo asociativo entre las microempresas artesanales textiles puede incrementar su poder de intermediación, minimizar las barreras de ingreso al mercado europeo, optimizar su red de comercialización, bajar costos por economías de escala, mejorar su competitividad, e impactar positivamente en el entorno socioeconómico.

En conclusión el Acuerdo Multipartes no limita el acceso de las artesanías textiles de Otavalo al mercado europeo, sin embargo exige eficiencia, competitividad, calidad, estandarización de tamaño y presentación.

**Objetivo específico 4. Proponer estrategias comerciales para potenciar las microempresas textiles artesanales de Otavalo, y que optimicen la coyuntura generada por el Acuerdo Multipartes.**

En vista de las falencias detectadas en el sector artesanal textil de Otavalo se proponen las siguientes estrategias para su fortalecimiento:

- Impulsar certificaciones de calidad y origen, pues las artesanías textiles de Otavalo tienen alta calidad, pero requieren de estos requisitos para ingresar a mercados internacionales con menor dificultad, y especialmente al europeo que demanda alta calidad antes que precio.
- Cumplir las normas europeas de estandarización de tallas y tamaños, y diseñar las marquillas y etiquetas que solicita la norma europea referencial, para acceder exitosamente al mercado europeo.
- Ajustar constantemente los diseños de las artesanías textiles conforme los gustos y moda del mercado europeo, sin perder la identidad cultural.
- Incentivar a los artesanos a diseñar marcas propias ya que los productos textiles que desean incursionar en el mercado internacional deben cumplir normas de empaque y etiquetado; y además agrega valor y harían visibles las artesanías textiles de Otavalo en el mercado global.
- Capacitar a los artesanos para que desarrollen una gestión formal y profesional, sean más eficientes y competitivos.
- Incentivar modelos asociativos y colaborativos para: compartir conocimientos, ya que las microempresas artesanales textiles de Otavalo tienen un nivel de experiencia entre alto y muy alto, por lo que han acumulado un activo cultural heredado grande que no se desarrolla en el corto plazo; lograr mayor representatividad, bajar costos en base a una negociación conjunta que genere economías de escala por volúmenes de compra o mejores tratos comerciales con los proveedores.

## **4.2. Recomendaciones**

La visibilidad de cualquier sector o microempresa depende de la calidad de sus productos y eficiencia en su gestión, pues le hacen ganar prestigio y reputación.

En el caso de Otavalo, la plaza tiene reconocimiento y tradición, respecto a la calidad de sus artesanías textiles, si se entiende la artesanía como una marca, se debe actuar para generar una buena reputación, para esto las recomendaciones son:

### **Para desarrollar reputación se recomienda:**

Implementar una campaña a nivel internacional, que permita validar la calidad del producto y aprovechar la figura de Indicación Geográfica para las artesanías textiles de Otavalo de tal forma que los productos reciban reconocimiento internacional.

Desarrollar exposiciones de alto nivel, para potenciar las artesanías textiles.

### **Para fomentar la cooperación e intercambios entre microempresas artesanales se recomienda:**

Generar y reforzar la estructura asociativa de Otavalo; un factor muy importante a desarrollar es el capital social, Putman (2011) lo considera el conjunto de principios de reciprocidad, relaciones sociales y confianza que existen en una comunidad, y que permite el intercambio económico, cooperación y logro de acuerdos equilibrados y durables para atender necesidades colectivas; el Banco Mundial señala que éste se forma con la acción colectiva y aporta al éxito de micro empresas ya que disminuye el costo de los servicios, amplía su alcance y facilita el acceso al crédito (Marsh & Stocker, 2012, pág. 236).

Ya que este factor apoya y facilita la concreción de organizaciones asociativas orientadas a solventar problemas y necesidades colectivas; para desarrollarlo se proponen implementar acciones formales e informales que van desde: reuniones para compartir conocimientos, conformar comités entre los artesanos para solicitar asistencia técnica y promocional a organizaciones públicas y

privadas, adquirir en forma conjunta insumos y activos para lograr precios y condiciones preferenciales; difundir información sectorial a través de publicaciones digitales e Internet.

**Difundir buenas prácticas en artesanía, para lo que se recomienda:**

Celebrar eventos con la participación de técnicos y actores del sector, en que se presenten casos destacados de buenas prácticas artesanales; para los eventos se deberá confirmar la colaboración y auspicio de la Cámara Artesanal de Imbabura y el Municipio de Otavalo, entidades que auspician al sector artesanal de Otavalo en general.

Editar y distribuir física o digitalmente una publicación que consolide teoría y experiencias exitosas en el sector.

Diseñar una página web en la que recojan experiencias de los artesanos, y que constituya un espacio de consulta interactiva sobre el tema de BPM; y demás temas relevantes del sector.

Crear reconocimientos públicos (premios) a las mejores prácticas en el sector artesanal textil de Otavalo, cuya entrega la haría la alcaldía de Otavalo durante las festividades de la ciudad.

**Mejorar los diseños, mediante las siguientes acciones:**

Organizar seminarios y jornadas acerca de las tendencias en el diseño y moda, que podrían ser gestionados y organizados por el Municipio de Otavalo.

Publicar en el sitio web, conteniendo informativo respecto al diseño y moda europea, con enlaces a varias fuentes de información.

Crear el evento “Moda artesanal” en el que diseñadores y los artesanos textiles de Otavalo puedan trabajar conjuntamente, este se desarrollará anualmente con la colaboración de la Cámara Artesanal de Imbabura y Municipio de Otavalo y se orientará a crear nuevos diseños para los productos artesanales tradicionales;

durante este evento los diseñadores y artesanos compartirían el proceso de producción de inicio a fin.

Desarrollar un programa de exposiciones para mostrar lo mejor del diseño en materia artesanal, dirigida posibles clientes y la prensa.

**Diseñar marcas y empaques atractivos, para lo que se recomienda:**

Realizar eventos con expertos en técnicas de mercado, dejando en claro las limitaciones económicas de los artesanos en planes de marketing.

Promover acuerdos de colaboración con universidades e institutos superiores especializados en marketing.

Contratar diseñadores gráficos y técnicos publicitarios por medio de la asociación que se consolide, para crear campañas publicitarias sectoriales e identificaciones de calidad.

Mejorar la gestión de las microempresas artesanales, apoyando a las microempresas artesanas mediante servicios de comercialización internacional y consultoría especializada.

Fomentar acuerdos de servicios especializados de asesoramiento a las microempresas artesanales con universidades locales, para que asesoren en procedimientos sobre operaciones de comercio exterior, investigación de nuevos mercados, gestión logística, apoyo en la gestión y operaciones, entre otros temas.

## Bibliografía

- Aduanas del Ecuador. (2010). <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procImportar.html>. Ecuador.
- Agencia Metropolitana de Promoción Económica, CONQUITO. (2014). *Informe de situación del sector productivo del Ecuador*. Quito: CONQUITO.
- Aguado, X. (2013). *Mercadotecnia 3a. Ed.* Bogotá: CECSA.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Nacional.
- Asamblea Nacional. (29 de 12 de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Artículos 71 y 72 . *Registro Oficial N°351*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional.
- Beltramino, J. C. (2013). *Cómo negociar internacionalmente 3a. Ed.* Buenos Aires: Abeledo Perrot.
- Burton, J. (2013). *Comercio Exterior, factor de competitividad y desarrollo*. Buenos Aires: Prentice Hall.
- Centro de Comercio Internacional. (01 de 01 de 2017). *Centro de Comercio Internacional*. Obtenido de Estadísticas de economía y comercio internacional 2001-2017: <http://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/estadisticas-del-comercio/>
- Comisión Económica para América Latina. (15 de 10 de 2013). *Comisión Económica para América Latina*. Obtenido de Publicaciones, Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de PYMES para el cambio estructural: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/1463-perspectivas-economicas-america-latina-2013-politicas-pymes-cambio-estructural>
- Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador. (01 de 10 de 2016). *Comunidad Todo en Comercio Exterior Ecuador*. Recuperado el 15 de 01 de 2017, de Sistema Armonizado Arancelario: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/estructura-del-sistema-armonizado-de-designacion-y-codificacion>
- Coraggio, J. L. (2012). Crítica de la política neoliberal, las nuevas tendencias. *Congresos de Ciencias Sociales de América Latina y el Caribe*. Quito: FLACSO.
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (2017). *Cartilla Ecuador - Unión Europea*. Quito: Sección de Comercio Unión Europea en Colombia y Ecuador.
- Deming, W. E. (2013). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis 10ma. Ed.* México D.F.: Prentice Hall.



- Development Solutions, CEPR. (2013). *Evaluación del impacto sobre la sostenibilidad del comercio entre la Unión Europea y los Países Andinos 3a. Ed.* Bruselas: DG Comercio de la Comisión Europea. .
- Dewey, A. (2010). *Evaluación de los impactos potenciales de proyectos.* San José de Costa Rica: IICA.
- Diario El Telégrafo. (17 de 07 de 2014). *Diario El Telégrafo.* Obtenido de Noticias de economía: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-alcanza-un-acuerdo-comercial-con-la-ue>
- Diccionario de Comercio Internacional. (2010). [http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/mercadotecnia2/tema6\\_1.htm](http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/mercadotecnia2/tema6_1.htm).
- El Telégrafo. (15 de 06 de 2014). *El Telegrafo, www.telegrafo.com.* Recuperado el 10 de 09 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/por-que-sustituir-importaciones.html>
- Enríquez, C. (10 de 01 de 2017). La exportación es clave este año. *El Comercio*, págs. <http://www.revistalideres.ec/lideres/industria-textil-exportacion-clave-ecuador.html> .
- Estévez, I. (2016). *Implicaciones del Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea 2da. Ed.* Quito: IAEN.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2009). *Mercadotecnia.* México: Mc. Graw Hill.
- Gitman, L. (2014). *Principios de Administración Financiera (14a. ed.)* . México D.F.: Pearson Education.
- Gómez, O. D. (2012). *Evaluación de impactos en entornos socio económicos 3ra. Ed.* Madrid: Mundi Prensa Editores.
- INEN. (01 de 11 de 2013). *Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización.* Obtenido de Normas y Reglamentos Técnicos: <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/numerico2013.pdf>
- Instituto de la Ciudad . (2016). *El sector artesanal del país, perspectivas internacionales.* Quito: CONQUITO.
- Jácome, H. (2012). *Retorno de las Carabelas, Las negociaciones de un TLC con la Unión Europea.* Quito : FLACSO. .
- Lincoln, S. (2012). *La cadena de valor, herramienta de productividad.* México D.F.: Pearson Education.
- Maldonado, P. (14 de 11 de 2016). Una cláusula del acuerdo con la UE potencia las exportaciones. *El Comercio*, págs.

<http://www.elcomercio.com/actualidad/clausula-acuerdo-unioneeuropea-ecuador-exportaciones.html>.

- Marsh, D., & Stocker, G. (2012). *Teoría y Métodos de la Ciencia Política 4a. Ed.* Madrid: Alianza.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2015). *Efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2016). *Efectos del Acuerdo Multipartes entre Colombia y la Unión Europea*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (20 de 01 de 2017). *MIPRO*. Obtenido de Sector productivo: [http://www.industrias.gob.ec/sector-productivo-conocimiento-los-sistemas-de-gestion-de-la-](http://www.industrias.gob.ec/sector-productivo-conocimiento-los-sistemas-de-gestion-de-la)
- Misión MIPYME. (2012). *Los Acuerdos Comerciales y TLC, y nuevas oportunidades*. Bogotá: Prensa Moderna.
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (2012). *El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial una propuesta estratégica. Segunda edición*. Zulia: Universidad del Zulia.
- OMC . (01 de 01 de 2017). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de Glosario: [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/glossary\\_s/glossary\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossary_s.htm)
- OMC. (10 de 07 de 2013). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de Acuerdos comerciales regionales y arreglos comerciales preferenciales: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/region\\_s/rta\\_pta\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/rta_pta_s.htm)
- ONU - CEPAL. (01 de 06 de 2017). *Estructura del sector artesanal en el Ecuador*. New York: Organización Comtrade. Recuperado el 25 de 06 de 2017, de Comercio Internacional: <https://comtrade.un.org/>
- Organisation for Economic Cooperation and Development. (15 de 01 de 2016). *Organisation for Economic Cooperation and Development OECD*. Recuperado el 20 de 05 de 2017, de El comercio internacional y el desarrollo: <http://www.oecd.org/trade/elcomerciointernacionalyeldesarrollo.htm>
- Organización Comtrade . (01 de 06 de 2017). *Organización Comtrade*. Recuperado el 25 de 06 de 2017, de Comercio Internacional: <https://comtrade.un.org/>
- Paz y Miño, J. (12 de 10 de 2013). *La historiografía económica de Latinoamérica y el Ecuador 4a. Ed.* Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 15 de 04 de 2016, de [http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1185/1/RP-05-ES-Paz\\_y\\_Mi%C3%B1o.pdf](http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1185/1/RP-05-ES-Paz_y_Mi%C3%B1o.pdf)
- Porter, M. (2003). *Ser competitivo*. Barcelona, España: Editorial Deutso.

- Porter, M. (2013). *Ser competitivo 5ta. Ed.* Barcelona, España: Deutso.
- Putnam, R. (2011). *Para hacer que la democracia funcione 3a. Ed.* Caracas: Galac.
- SENPLADES, S. N. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017.* Quito: SENPLADES.
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (01 de 01 de 2010). *Incoterms.* Quito, Pichincha, Ecuador: SENA E.
- Soez, S. (2013). *El Papel de los Acuerdos Comerciales en la División del Comercio Internacional e Integración.* Santiago de Chile: CEPAL.
- Soler, Y. (18 de 12 de 2014). *Corporación Iberoamericana de Multiservicios.* Obtenido de Posibles impactos positivos y negativos que el TLC Colombia - Estados Unidos puede generar en las microempresas colombianas: <http://corpoibe.blogspot.com>
- Steinhardt, R. (2012). *Microeconomía 2a. Ed.* Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Trade Map Organization. (15 de 06 de 2017). *Trade Map.* Recuperado el 25 de 06 de 2017, de Comercio Internacional: [http://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=3|218||14719|61||4|1|1|2|2|1|1|1|1](http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3|218||14719|61||4|1|1|2|2|1|1|1|1)
- UNESCO - CCI. (2012). *La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera 3a. Ed.* Manila: UNESCO.
- Villagómez, M. (2012). Acuerdo Comercial Multipartes Ecuador-Unión Europea. *AFESE Revista de la Asociación de Funcionarios y Empleados del Servicio Exterior Ecuatoriano*, 11-51 .
- Zabala, K. (2013). *El marketing en la empresa 2a. Ed.* Bogotá: Editorial del Pacífico.

ANEXO 1. Tabla para el análisis del objetivo 1

| Fuente      | Pregunta y variable   | Aspecto relevante  |
|-------------|---|--|
| Estadística | Trade Map   | Otavalo exporta entre 40,15% y 44,12% del total de las exportaciones artesanales textiles del Ecuador.   |
| Encuesta    | 6. Plaza y frecuencia                                       | Todas las microempresas artesanales textiles de Otavalo que exportan lo han hecho a Estados Unidos. Al mercado de Estados Unidos se exporta 37,28% de las artesanías, a Canadá 9,87%; a México 2,85%; a los países del bloque Mercosur 11,40%; a la Unión Europea 13,14%; a Medio Oriente 9,73%; a Japón 5,40%; a China 2,56%; a la India 4,12%, y a Rusia 3,65%. La frecuencia se programa conforme el mercado de destino.  |
|             | 7. Canal empleado para exportar                             | Para exportar se utilizan múltiples canales, cuyo nivel de utilización varía conforme la plaza de destino de las artesanías; el canal indirecto por intermediarios es el más utilizado por 54,03% , el directo por minoristas por 37,89%; directo por distribuidores 23,86%; el directo por agentes por 21,10%; y directo con un socio extranjero por 20,09%.  |
|             | 8. Precio   | El mercado que mejores precios paga por las artesanías textiles de Otavalo es la Unión Europea, seguido en forma descendente por Medio Oriente, Japón, Canadá, Estados Unidos, Mercosur, China, India, Rusia y México.   |
|             | 9. Utilización de norma o estándar para asegurar la calidad | 16,25% de las microempresas artesanales textiles han implementado alguna norma o estándar para asegurar la calidad de las artesanías; 11,67% Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) con el asesoramiento del MIPRO, y 4,58% el Sello de Calidad INEN; 83,75% no lo ha hecho; de éstas 71,25% si tiene interés en implementarlo y 12,50% no.   |
| Entrevistas | Lema, canales de comercialización                           | Las artesanías textiles de Otavalo se exportan mediante varios canales que se utilizan en función del mercado destino; mayoritariamente mediante intermediarios, otro canal importante son los minoristas; varios otavaleños viajan directamente a diversos países para colocar su producto directamente a distribuidores.   |
|             | Lema, gestión   | Mejorar la gestión de las microempresas artesanales apoyaría su posicionamiento internacional ya que se manejarían con mayor formalidad y profesionalismo los temas de negociación y producción; actualmente no hay uniformidad de tallas y precios, una mejor gestión ayudaría a definir estrategias de producto.   |
|             | Cabascango, estrategias comerciales                         | Gestión intuitiva, pierden eficiencia y competitividad. Solo 20% utiliza estrategias comerciales para vender sus artesanías y posicionarse en el mercado, la mayoría no aplica estrategias comerciales; menos del 20% emplea una marca para identificar la procedencia de sus productos, lo que impide desarrollar marcas que añadan valor agregado y hagan visibles las artesanías textiles de Otavalo en el mercado global. En cuanto al precio solo 20% lo fija en función de los costos, los demás en base a la rentabilidad deseada o en referencia a la competencia. |
|             | Félix, gestión  | El sector artesanal de Otavalo es gestionado informalmente.  |
|             | Félix, estrategias comerciales                              | Las mayores transacciones las realizan con intermediarios; un reducido número de talleres textiles de Otavalo utiliza una marca para identificar sus productos; la mayoría no fijan los precios considerando sus costos y gastos, ni controlan adecuadamente sus cuentas.  |

## ANEXO 2. Tabla de análisis para el objetivo 2

| Fuente      | Pregunta y variable        | Aspecto relevante  |
|-------------|----------------------------|--|
| Estadística | Trade Map                  | Exportación de artesanías corresponde a menos del 0,80% de las exportaciones no petroleras que realizan las empresas ecuatorianas hacia la Unión Europea.  |
|             | Trade Map                  | Del total de artesanos textiles del país 45,90% están en Otavalo; Otavalo aporte entre 40,15% y 44,12% a las exportaciones artesanales textiles del Ecuador.   |
|             | Trade Map                  | Estadísticas de los Capítulos 61, 62 y 63  |
|             | Trade Map                  | Entre 2012 y 2016 tanto el sector artesanal textil de Otavalo como el resto a nivel nacional crecieron manteniendo una tendencia estable; en el mismo lapso de tiempo, en promedio en Otavalo este sector creció 9,77% anual y en el resto del país 8,19% anual; el crecimiento relativo del sector artesanal textil de Otavalo fue 1,58% superior al del resto del país; y en términos reales 19,49% mayor. |
| Encuesta    | 2. Experiencia del sector  | Microempresas artesanales textiles de Otavalo, tienen un nivel de experiencia entre alto y muy alto, la actividad artesanal es un activo cultural heredado entre generaciones y no un conocimiento que se desarrolla en el corto plazo.  |
|             | 3. Condición de exportador | El 32,92% de las microempresas artesanales textiles de Otavalo exporta sus artesanías y 67,08% no; 54,58% de ellas no exporta pero tiene interés en hacerlo, y 12,50% no lo hace y no tiene interés en hacerlo.  |