



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
MERCADOTECNIA**

**TEMA: “ESTUDIO DE PRODUCTOS ARTESANALES DE
EXPORTACIÓN DE LA CÁMARA DE ARTESANOS DE
PICHINCHA”**

AUTOR: NIETO SANDOVAL WENDY GEOVANNA

DIRECTOR: ING. OJEDA, JORGE

CODIRECTOR: ECON. JIMÉNEZ, PORFIRIO

SANGOLQUÍ

2015

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

CERTIFICADO

Ing. Jorge Ojeda,
Dr. Porfirio Jiménez

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado Estudio de productos artesanales de exportación de la Cámara de Artesanos de Pichincha, realizado por Wendy Geovanna Nieto Sandoval, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y dos discos compactos, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Wendy Geovanna Nieto Sandoval que lo entregue a Ing. Marco Soasti, en su calidad de Director de la Carrera,

Sangolquí, 29 de Abril de 2015



Ing. Jorge Ojeda
DIRECTOR



Dr. Porfirio Jiménez
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Wendy Geovanna Nieto Sandoval

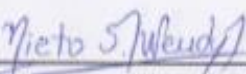
DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Estudio de productos artesanales de exportación de la Cámara de Artesanos de Pichincha, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 29 Abril de 2015


Wendy Geovanna Nieto Sandoval

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE

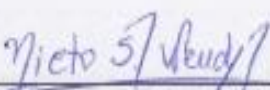
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Wendy Geovanna Nieto Sandoval

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Estudio de productos artesanales de exportación de la Cámara de Artesanos de Pichincha, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 29 de Abril de 2015


Wendy Geovanna Nieto Sandoval

DEDICATORIA

.....

Dedico este trabajo a mis padres Guillermo y Carmen, por ser mi ejemplo de lucha y trabajo constante, su apoyo incondicional y palabras de aliento han sabido guiar mi camino.

.....

A mis abuelitos Segundo, Carmela, Rosa y Guillermo, valores de humildad, amor a la familia y trabajo honesto han marcado mi vida.

.....

A mis hermanos Byron y Lisset que han estado presentes en cada instante de mi vida.

.....

A la persona que hace feliz cada día de mi vida desde que llegó, mi hijo Dieguito y a mis sobrinos Alexis, Amelia y Martín para que tengan presente que todo sacrificio tiene su recompensa y las cosas con esfuerzo se pueden lograr.

.....

A mi compañero, amigo, novio y esposo Diego, emprendimos esta aventura juntos y ahora la estamos terminando.

.....

A mi tía Elsa porque mientras estuviste a nuestro lado nunca dejaste de estar pendiente y de alentarnos para cumplir esta meta.

.....

A mí cuñada Dianita por ser un ejemplo de superación y por toda la ayuda que me ha brindado.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi fuerza infinita en momentos de desmayo.

.....

A mis queridos padres, hermanos, esposo, hijo, sobrinos, tíos y primos por su apoyo y amor incondicional.

.....

A la familia Caillamara Carlosama por la gran ayuda que me han brindado para culminar este proceso.

.....

A los directivos de la Cámara Artesanal de Pichincha, quiénes me abrieron las puertas y permitieron el desarrollo de este trabajo.

.....

A mi director y codirector por brindarme su conocimiento, ayuda y paciencia para culminar esta meta.

.....

A todos mis amigos y compañeros que me acompañaron en este trayecto y estuvieron pendientes del mismo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO	I
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	II
AUTORIZACIÓN.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
RESUMEN	XVI
SUMMARY	XVIII

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO

1.1 TEORÍAS DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	1
1.1.1 El Mercantilismo	1
1.1.2 El Libremercantilismo	2
1.1.3 El Proteccionismo.....	3
1.2 TEORÍAS DE EXPORTACIÓN	4
1.2.1 Teorías clásicas	4
1.2.1.1 Teoría de la ventaja absoluta	4
1.2.1.2 Teoría de la ventaja comparativa	6
1.2.1.3 Teoría de la demanda recíproca	8
1.2.2 Los neoclásicos	10
1.2.2.1 El modelo Heckscher – Ohlin	10

1.2.3 Los postclásicos	11
1.2.3.1 Los modelos de Schumpeter	11
1.2.3.2 Teoría keynesiana	12
1.2.3.3 Teoría dinámica de Roy F. Harrod	14
1.2.4 Capitalismo	16
1.2.5 Teoría Marxista	19
1.2.6 Teorías alternativas de comercio internacional	24
1.2.6.1 Teorías neotecnológicas	24
1.2.6.1.1 El modelo del desfase tecnológico	24
1.2.6.1.2 El modelo del ciclo de producto	25
1.3 POLÍTICA COMERCIAL.....	26
1.4 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO	30
1.5 BLOQUES COMERCIALES	36
1.5.1 Comunidad Andina de Naciones	36
1.5.2 Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).....	39
1.5.3 Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)	39
1.5.4 Unión Europea	42
1.6 ARTESANÍAS DE EXPORTACIÓN	43
1.7 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE ARTESANÍAS A BASE DE MIGAJÓN Y PEPA DE EUCALIPTO	45
1.8 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	47
<u>CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</u>	
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	48

2.1.1 Identificación del problema.....	48
2.1.2 Descripción del problema	49
2.1.3 Justificación del problema.....	53
2.2 ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	55
2.2.1 ENFOQUE CUALITATIVO	55
2.2.1.1 Datos primarios	56
2.2.2 ENFOQUE CUANTITATIVO	57
2.2.2.1 Datos secundarios	57
2.3 MODELO DE ANÁLISIS	58
2.3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO METODOLÓGICO	58
2.3.1.1 Objetivo general	58
2.3.1.2 Objetivos específicos	58
2.4 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	59
2.4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	59
2.4.1.1 Estudio exploratorio.....	59
2.4.1.2 Estudio descriptivo.....	60
2.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	60
2.5.1 INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL	61
2.5.1.1 Diseño transversal	61
2.5.1.1.1 Diseño transversal exploratorio	61
2.5.1.1.2 Diseño transversal descriptivo	61
2.6 DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO	62
2.7 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	62
2.7.1 Entrevistas con expertos	62

2.7.2 Base de datos	64
---------------------------	----

CAPÍTULO 3 INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

3.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	67
--	----

3.1.1 EJECUCIÓN DEL ENFOQUE CUALITATIVO	67
---	----

3.1.1.1 Entrevistas con expertos	67
--	----

3.1.1.2 Tablas dinámicas	80
--------------------------------	----

3.1.1.3 Ferias internacionales de artesanías	104
--	-----

3.1.1.4 Ficha técnica del producto	113
--	-----

3.1.2 EJECUCIÓN DEL ENFOQUE CUANTITATIVO	113
--	-----

3.1.2.1 Bases de datos	113
------------------------------	-----

CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES Y SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

4.1 CONCLUSIONES	117
------------------------	-----

4.2 SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	118
--------------------------------------	-----

<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	119
----------------------------------	-----

<u>ANEXOS</u>	125
----------------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Políticas de comercio internacional</i>	27
Tabla 2. <i>Regímenes aduaneros</i>	29
Tabla 3. <i>Principios de la OMC</i>	32
Tabla 4. <i>Objetivos de la CAN</i>	37
Tabla 5. <i>Características técnicas del producto</i>	46
Tabla 6. <i>Identificación del problema</i>	48
Tabla 7. <i>Entrevista a expertos</i>	63
Tabla 8. <i>Información de base de datos de artesanías código arancelario 9602.00.90.00</i>	64
Tabla 9. <i>Proceso de recolección de datos cuantitativos de exportación</i>	65
Tabla 10. <i>Monto total FOB por destino de exportación</i>	80
Tabla 11. <i>Monto unitario FOB por destino de exportación</i>	82
Tabla 12. <i>Cantidad total exportada</i>	84
Tabla 13. <i>Total kg netos exportados</i>	86
Tabla 14. <i>Los 10 principales destinos de exportación de artesanías (FOB)</i>	88
Tabla 15. <i>Los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas (FOB)</i>	88
Tabla 16. <i>Los 10 principales compradores de artesanías ecuatorianas (FOB)</i>	89
Tabla 17. <i>Las 10 principales artesanías exportadas (FOB)</i>	90
Tabla 18. <i>Aduanas de salida (FOB)</i>	90
Tabla 19. <i>Los 10 principales puertos de embarque</i>	91
Tabla 20. <i>Los 10 principales importadores de artesanías (cantidad)</i>	91
Tabla 21. <i>Los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas (cantidad)</i>	92
Tabla 22. <i>Los 10 principales compradores de artesanías (cantidad)</i>	93
Tabla 23. <i>Las 10 principales artesanías exportadas (cantidad)</i>	93

Tabla 24. <i>Los 10 principales puertos de embarque (cantidad)</i>	94
Tabla 25. <i>Aduanas de salida (cantidad)</i>.....	95
Tabla 26. <i>Los 10 principales importadores de artesanías (kg)</i>	95
Tabla 27. <i>Los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas (kg)</i>	96
Tabla 28. <i>Los 10 principales compradores de artesanías (kg)</i>.....	97
Tabla 29. <i>Los 10 principales puertos de embarque (kg)</i>	98
Tabla 30. <i>Los 5 principales países, productos y compradores (FOB)</i>	99
Tabla 31. <i>Información Feria Expoartesanías</i>	104
Tabla 32. <i>Información Feria Internacional Artesanías Córdoba</i>	105
Tabla 33. <i>Información New York International Gift Show</i>	106
Tabla 34. <i>Información Feria Internacional de Artesanía de Viña del Mar</i>	107
Tabla 35. <i>Información Feria Internacional de Artesanías La Rural</i>.....	108
Tabla 36. <i>Información L´ARTIGIANO IN FIERA</i>	109
Tabla 37. <i>Información Feria Internacional de la Artesanía</i>	110
Tabla 38. <i>Información Feria Import Shop Berlín</i>	111
Tabla 39. <i>Información Feria Las Manos del Mundo</i>	112
Tabla 40. <i>Ingresos generados por artesanías en base a valores FOB y Toneladas</i>.....	114
Tabla 41. <i>Principales artesanías exportadas</i>	115
Tabla 42. <i>Ramas del sector artesanal</i>	115
Tabla 43. <i>Principales fuentes de financiamiento</i>	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Funciones de la OMC</i>	31
Figura 2. <i>Políticas de la OMC</i>	35
Figura 3. <i>Disposiciones del TLCAN</i>	41
Figura 4. <i>Diagrama de Ishikawa</i>	52
Figura 5. <i>Ilustración de base de datos de artesanías de exportación</i>	64
Figura 6. <i>Principales destinos de exportación de artesanías</i>	114

RESUMEN

Dentro de la Cámara se busca generar estrategias a través del desarrollo e implementación de herramientas técnicas y comerciales con el fin de exportar la totalidad de sus productos, para ello buscan prepararse y cumplir estándares de calidad internacional. En primer término se revisó temas en general acerca de la exportación de productos, acuerdos comerciales, empresas de economía popular y solidaria, con el fin de tener un lineamiento y mejor comprensión del trabajo investigativo. La metodología de investigación que se utilizó para recabar información acerca de la situación de los productos artesanales de exportación de la Cámara Artesanal de Pichincha se orientó a un estudio exploratorio y descriptivo, utilizando herramientas como entrevistas a expertos en el sector y bases de datos. Con la investigación realizada se tiene como resultado que en la actualidad la Cámara Artesanal de Pichincha no realiza exportación de sus productos, por lo tanto del sector “Varios” se escoge un producto elaborado a base de migajón y pepa de eucalipto para realizar el estudio de aceptación en el mercado internacional, al no tener respuesta se deja planteado la posibilidad de participar en ferias internacionales ya que son la mejor vitrina para un artesano y además se desarrolla un sinnúmero de relaciones comerciales. Se obtiene datos de fuentes primarias y secundarias en donde la información más relevante se la trabaja a través de tablas dinámicas y se toma principales destinos de exportación, compradores, artesanías, aduanas de salida, compradores; y se realiza entrevistas a expertos en donde se concluye que actualmente existen políticas que incentivan la producción nacional y exportación de los productos, sin embargo aún falta desarrollar programas y políticas que estén acorde a la realidad que vive el artesano para que puedan ser viables y aprovechadas por todas las personas que conforman el sector artesanal. En cuanto a temas puntuales para que el sector artesanal tenga una mayor participación en las exportaciones del país es imprescindible un cambio de mentalidad del artesano en puntos como: acabado de su artesanía, empaquetado, cumplimiento de tiempos. En cuanto a financiamiento instituciones como el MIPRO están trabajando para brindar mayores facilidades a créditos para incentivar esta actividad.

Palabras claves:

- **EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS**
- **SECTOR ARTESANAL**
- **CÁMARA ARTESANAL DE PICHINCHA**
- **PROGRAMAS Y POLÍTICAS GUBERNAMENTALES**
- **EXPERTOS DEL SECTOR ARTESANAL**

SUMMARY

Within the House is to generate strategies through the development and implementation of technical and business tools in order to export all their products, they seek to prepare and meet international quality standards. First issues were reviewed in general about the export of products, trade agreements, companies popular and solidarity economy in order to have a better understanding of the guideline and investigative work. The research methodology that was used to gather information about the situation of artisanal exports of Pichincha's Artesian House was aimed at an exploratory and descriptive study, using tools such as interviews with industry experts and databases. With the initial research results that currently the Pichincha's Artesian House does not perform export their products, hence the "Miscellaneous" section with a product made from crumb and eucalyptus pit is chosen for study acceptance in the international market, having no reply is left raised the possibility of participating in international fairs because they are the best showcase for artisan and also countless trade relations develops. Primary and secondary data sources where information is the most important works through dynamic tables and takes major export destinations, buyers, crafts, customs output buyers is obtained; and interviews with experts which concluded that currently there are policies that encourage domestic production and export of the products is carried out, but still need to develop programs and policies that are consistent with the reality of the craftsman in order to be viable and exploited for all the people who make the craft sector. As for specific issues for the artisanal sector has a larger share of the country's exports is essential to a change of mind of the craftsman in points as finishing crafts, packaging, compliance with time. As for financing institutions such as the MIPRO we are working to provide better facilities to credit to encourage this activity.

Password Words:

- **EXPORT OF HANDICRAFTS**
- **CRAFT SECTOR**
- **PICHINCHA'S ARTESIAN HOUSE**
- **PROGRAMS AND GOVERNMENT POLICIES**
- **EXPERTS OF CRAFT SECTOR**

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1.1 TEORÍAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

Históricamente las posiciones políticas – económicas se basan en criterios antiguos que se recoge partiendo de la teoría del Mercantilismo.

1.1.1 El Mercantilismo

En los siglos XVII y XVIII, en Europa se inicia la actividad industrial, para proteger esta actividad naciente, muchos países establecieron altos derechos a la importación de manufacturas, listas de prohibición, obstáculos a la importación de materia prima, entre otras. (Ballesteros Roman, 2005, pág. 17)

La filosofía mercantilista busca tener una balanza comercial favorable a fin de conseguir la acumulación de metales preciosos, lo que significaba tener un país en constante enriquecimiento.

Las principales medidas que se adoptan en esta teoría son el aumento de la producción agrícola y de materia prima, y la prohibición de importar productos manufacturados.

La teoría sostiene que se debe evitar el atesoramiento manteniendo a los productos en circulación, para así obtener el principal objetivo de enriquecimiento nacional. (Sanz Serrano, 2005, pág. 77)

Con las medidas adoptadas por esta teoría, favorece al país con el aumento del nivel de empleo, ya que al impedir el ingreso de productos elaborados y enfocarse en la exportación, beneficia la economía en teoría.

Ballesteros cita que en la teoría mercantilista los países que no producían metales preciosos, aumentaban sus stocks de estos metales a través de un excedente continuo de sus exportaciones sobre sus importaciones. Es decir la teoría buscaba fomentar las exportaciones de los productos que realizaban e impedir las importaciones.

Consideraban que el intercambio internacional no debe ser manejado sólo por ciudadanos, sino por una autoridad central, el Estado, a fin de controlar los mercados y proteger los intereses comerciales. (pág. 13)

El Estado debe actuar de manera directa e indirecta, en el primero de los casos se trataba de acciones concretas para evitar inconvenientes o fortalecer situaciones favorables; la intervención indirecta es crear condiciones generales dirigidas al desarrollo económico, como facilidades bancarias, legales, de transporte. (Hidalgo Capitán, 1998, pág. 17)

En la teoría mercantilista se prioriza el concepto de incrementar la circulación de los stocks que poseen las empresas, aprovechando todos los recursos a su alcance fomentando el desarrollo agrícola y de materia prima, de acuerdo a la teoría crece la producción nacional y se minimiza el desempleo. El papel del Estado es esencial en el desarrollo de los países, consideran que es un ente regulador del comercio internacional y del sector manufacturero en el país, que busca controlar el mercado y proteger los intereses, ya que la industria interna puede ser protegida y apoyada a través de políticas como la creación de subsidios y elevar aranceles en la aduana por ejemplo. Sin embargo un punto clave para lo expuesto anteriormente es el impedimento a las importaciones de productos elaborados, ya que se busca únicamente el desarrollo interno, siendo una amenaza para dinamizar la economía de los países mercantilistas.

1.1.2 El Libremercado

Es una doctrina económica que surge como reacción frente al mercantilismo, el libremercado se apoya en las ventajas de una mayor competencia, y en los beneficios que de ello se derivan para el consumidor.

Posee dos características fundamentales, la tendencia a la desaparición de los impedimentos y barreras al comercio: y la libre movilidad de los factores de producción, el capital y el trabajo.

En esta etapa hubieron países que la aceptaron y otros no, por tres posibles razones:

- Los aranceles eran un instrumento de política exterior.

- Constituían un importante instrumento recaudatorio.
- La presión de determinados grupos, que sabían que imponer aranceles a las importaciones brindaban beneficios.

Entre las consecuencias que trajo consigo el librecambismo se puede mencionar tres, la primera, es que se produjo un mayor beneficio social e individual, donde todo el mundo salió beneficiado; la segunda, es que la especialización internacional causó beneficio para todos; la tercera, es que hubo una justa distribución de beneficios, a excepción de la India, ya que era una colonia británica, en la que no se pudo establecer una política arancelaria independiente, ya que la composición del comercio hindú, las importaciones de artículos como el algodón inglés eran más importantes, así el único beneficiario del librecambismo fue Inglaterra. (Ballesteros Roman, 2005, págs. 17 - 19)

En sí la no intervención estatal en el comercio internacional, es lo que propugna el librecambismo, sin embargo, para que exista una adecuada distribución tanto de bienes como servicios, además de asignar los recursos económicos de manera equitativa, es importante que se manejen ciertas restricciones que no detengan el comercio pero sí que lo ayuden a desarrollarse y que sea beneficioso para todas las naciones.

1.1.3 El Proteccionismo

En esta doctrina se argumenta que el Estado debe intervenir. Las medidas proteccionistas reducen la competencia extranjera a la que se enfrentan productores nacionales. Se impone aranceles sobre las importaciones, límites en las cantidades de importaciones y prohibición de algunas. (Hall & Taylor, 1992, pág. 420)

El proteccionismo se da por lo general en un país que sufre el impacto de crecientes importaciones que afectan el sector productivo y el nivel de empleo. A diferencia de los países desarrollados, ya que protegen sus industrias y mantienen el nivel de empleo, propiciando estas medidas.

Esta doctrina busca que países como los que conforman la Unión Europea y principalmente Estados Unidos, impongan tarifas aduaneras altas para productos que vienen especialmente de Latinoamérica, además de barreras técnicas y salvaguardas.

El proteccionismo se ha mantenido durante mucho tiempo, la forma de aplicarlo es lo que ha ido variando; la forma tradicional fue la protección arancelaria, consistente en la manipulación de los impuestos ad valorem sobre la importación de determinadas mercancías o líneas de productos. (Sierralta Ríos, 2005, págs. 209, 210)

Todas estas barreras han ido disminuyendo por las negociaciones multilaterales que se han realizado, sin embargo aún se mantiene la diferencia entre las grandes potencias y los países en vías de desarrollo ya que con las medidas proteccionistas que toman los primeros cada vez se hace más difícil el ingreso a esos mercados que poseen economías más fuertes.

1.2 Teorías de Exportación

1.2.1 Teorías clásicas

1.2.1.1 Teoría de la ventaja absoluta

Desarrollada por Adam Smith, en la que demuestre que si cada país se especializa en la producción de aquél bien en el que tiene ventaja absoluta (es decir, le resulta menos costoso fabricarlo que en otros países) y pretende intercambiarlo por el bien en el que presenta desventaja absoluta (le resulta más costoso producirlo que en otros países), podrá alcanzar una situación mejor que en soberanía. (Freire Rubio, Alonso Neira, Blanco Jiménez, & González Blanch, pág. 146)

De acuerdo con Smith, cada bien es producido con el mínimo de trabajo ya que el comercio mejora la asignación del mismo. Con esto se asegura de que cada país produce la máxima cantidad posible de cada bien. El resultado final viene a ser que el mundo en conjunto, tendrá una mayor producción total, gracias a la distribución natural de producción entre los países, reflejando ventajas para todos, principio que se conoce como división territorial del trabajo.

Smith consideraba que la clave del crecimiento de la producción era la división de trabajo, que se basa en que los individuos se especialicen en la producción de bienes o servicios que luego son intercambiados por otros bienes o servicios requeridos para satisfacer las necesidades.

Identifica una distinción errónea entre trabajo productivo e improductivo (para él, el primero es el que produce bienes, y el segundo, el dedicado a los servicios) además señala que la división del trabajo está limitada por la extensión del mercado; por lo tanto aquello que permita crecer al mercado, hará que aumente la riqueza disponible, y todo lo que lo limite, lo reducirá. Concluye que las restricciones a las importaciones conducen a una asignación ineficiente de los recursos en el mundo. En su teoría no se interesa por identificar las causas de las diferencias económicas entre los países, Smith inocentemente supuso que todos los países debían detentar una ventaja en algo, y que en ese algo se debían especializar. (Berumen, 2006, págs. 63, 65)

Otra investigación realizada por (Paul, 2006) detalla que Smith concluye al mercantilismo como una doctrina que reduce la riqueza de una nación al negarle a un país los beneficios de la especialización. Para ser aplicable la teoría dependería que un país disfrute de una ventaja absoluta sobre otros países en la producción de un bien específico. Sin embargo, no explicaba cómo el libre comercio podría beneficiar a un país que no tuviera ninguna ventaja absoluta en la producción de algún bien. (pág. 73).

En esta teoría se recalca la importancia de la importación y exportación, es decir, el comercio entre países, detalla la ventaja absoluta que viene a ser la especialización en un solo producto, en el que incurra costos mínimos producirlo, es la base para el funcionamiento de la teoría de Smith. Explica la división del trabajo como la asignación de actividades a un trabajador, para que su producción sea más eficiente y efectiva, es decir que cada bien sea producido con el mínimo de trabajo posible, con esto se asegura que cada país tenga la máxima producción en el bien en el que se están especializando, y el excedente de producción se pueda intercambiar con países en donde sus productos sean necesarios para satisfacer sus requerimientos.

Para que exista un comercio dinámico se necesita diversidad en producción, no es dable que un país se especialice en la producción de un solo producto, puede haber mayor interés, inversión y apoyo en un sector, sin embargo eso no limita a que el país pueda desarrollarse en otros campos; además, se estaría enfrascando en un ingreso monetario, que perjudicaría la economía de los países; por otra parte cabe

rescatar la importancia que Smith da al desarrollo el comercio entre países y a la división de trabajo, conceptos que son aplicables en cualquier empresa.

1.2.1.2 Teoría de la ventaja comparativa

Fundamentándose en la teoría expuesta por Ricardo, el autor (Bajo, 1991) señala que “el principio básico de esta teoría se basa en que un país exportaría (importaría) la mercancía que produce con un menor (mayor) coste relativo, en términos de la otra mercancía”. (pág. 16).

En un estudio realizado por (Berumen, 2006) indica que Ricardo desarrolla nuevas propuestas orientadas a demostrar que todas las naciones se pueden beneficiar con el comercio, incluso si una es menos productiva en todas las ramas de la industria.

De acuerdo con Ricardo, si una nación no puede competir en ningún ramo debido a que sus niveles de productividad son insuficientes, supone que puede haber ganancias procedentes del ejercicio del comercio. Ante este panorama la nación menos eficiente puede especializarse en la exportación de bienes en los que es comparativamente menos eficiente, es decir, en donde la ventaja absoluta sea menor; y la nación más eficiente se especializará en el bien en el que es comparativamente más eficiente, donde la ventaja absoluta es mayor.

Para determinar que exista una ventaja comparativa, deben existir condiciones necesarias, como la participación por lo menos de dos bienes y dos países.

Entre los supuestos que Ricardo utilizó para construir el mercado son: una teoría del trabajo está implícita en el modelo e implica que los precios relativos se proporcionan en términos de horas de trabajo (si hacer una pala toma dos horas y un abrigo toma cuatro horas, entonces el precio del abrigo es proporcional a dos palas). Los costos de producción son constantes, por tanto, sin importar la cantidad producida, la producción de cada bien requerirá siempre del mismo número de horas.

De acuerdo con la teoría basada en el trabajo, Ricardo expone que el valor de un bien depende del trabajo necesario para producirlo y no de la remuneración de los factores. El valor de un artículo (o sea la cantidad de cualquier otro artículo por el que puede intercambiarse) depende de la cantidad relativa de trabajo que se necesita para su producción, y no de la mayor o menor compensación que se paga por dicho trabajo.

En la teoría de Ricardo no se toma en cuenta las interacciones que se dan entre oferta y demanda, ya que determinan al final el valor de cambio de un bien o servicio, debido a que su enfoque fue principalmente desde el lado de la oferta; así mismo, no tomó en cuenta costes de transporte y desempleo.

En suma, la teoría del valor basada en el trabajo fue una explicación de costes de producción, no una teoría del valor como tal y, por tanto, la explicación de la ventaja comparativa no puede estar basada en ella; por eso es mayormente utilizada la teoría de los costes de oportunidad, la cual, además de tener firmes fundamentos basados en la realidad, realiza predicciones en la dirección correcta. (págs. 66 - 75)

Esta teoría expone que para que exista comercio debe existir el intercambio de dos o más productos entre dos o más países, se rompe el esquema de especializarse en uno y se afirma que un país debe especializarse en la producción y exportación de bienes en el que el coste relativo respecto a otros bienes del propio país sea menor al correspondiente coste relativo existente en otro país. Un factor negativo de este autor es que Ricardo enfocaba al mundo en el cual se pueden dar importaciones y exportaciones únicamente de bienes tangibles, no consideró servicios, lo cual es errado ya que en la actualidad tanto bienes como servicios son exportables o importables.

Todos los países se pueden beneficiar del comercio sin importar que tuvieran mayor o menor productividad en un producto, un país de acuerdo a la teoría va a poseer una ventaja comparativa en la producción de cualquier bien si puede producirla de manera más eficiente.

Para Ricardo los precios de los bienes se encuentran en relación a la cantidad de tiempo que se invierte en producirlos, lo cual en la actualidad es totalmente falso, el precio de un producto depende de muchos factores no sólo el tiempo que toma a un trabajador elaborarlo.

Esta teoría se enfoca en la oferta, no toma en cuenta las interacciones que existen entre oferta y demanda, ya que vienen a determinar el valor de cambio de un bien o servicio, así como la cantidad de producción.

1.2.1.3 Teoría de la demanda recíproca o de los valores internacionales

Creada por John Stuart Mill, estudia el avance de cómo se repartirían los beneficios del comercio entre dos naciones. Para desarrollarlo se basa en el análisis oferta – demanda, y explica cómo la distribución de las ganancias del comercio depende de los precios relativos de los bienes que un país produce. Detalla que “los productos de un país se cambian por los de otros países a los valores que se precisan para que el total de sus exportaciones pueda exactamente pagar el total de sus importaciones. Esta ley de valores internacionales no es sino una ampliación de la ley general del valor, a la que hemos llamado ecuación de la oferta y demanda... De modo que la oferta y la demanda no son sino otra forma de expresar la demanda recíproca”

Desde otra óptica, la ecuación de demanda internacional asegura que se llegará a un equilibrio en los mercados internacionales, gracias a la “competencia” que se da entre compradores y vendedores, o ley de oferta y demanda, de modo que el precio del total de bienes que el país importador desea recibir va a coincidir exactamente con el total de bienes que el país exportador desea enviar.

No se torna indispensable que un país sea competitivo para obtener beneficios del comercio internacional, es por eso que Mill se dedica a exponer por qué los impuestos, aranceles y demás medidas proteccionistas no benefician al conjunto de las naciones, donde encontramos las afirmaciones más contundentes en contra de cualquier limitación al libre comercio internacional. (Steinberg, 2004, págs. 20, 21)

Mill fue el primero en exponer las fuerzas básicas que determinan la relación de cambio en un punto determinado dentro de los límites mínimo y máximo establecidos por los costos comparativos. Así también, expone el principio que mantiene el equilibrio entre las exportaciones e importaciones, basándose en la ley de los valores internacionales.

Mill con un pie en el librecambio y otro en el proteccionismo concluyó que el Estado tenía que abandonar su pasividad al confiar en el espontáneo suceder de los acontecimientos, transformando su indiferencia en una política protectora del comercio y de la industria. Este punto de vista está vigente ahora para los países en vías de desarrollo, en vista de los cambios estructurales acontecidos y que crean obstáculos al desarrollo económico de estos países.

En conclusión las ventajas principales del comercio internacional se basan en el mejor empleo de los recursos productivos con la finalidad de que mediante el comercio, cada país: a) se provea de mercancías que no pueden producir; b) obtenga aquellas que se producen en cantidad insuficiente; c) adquiera mercancías que, no obstante poderlas producir, las importa a un costo relativo menor. (Gaytán Torres, 2005, págs. 90 - 91 - 93 - 100)

Otra investigación realizada por (Tobarra Ochoa, 1995) detalla que la teoría de Mill indica que los servicios de la naturaleza son un factor que sirve para incrementar el crecimiento y que la escasez de estos servicios esenciales podría actuar en contra del bienestar humano. Esta visión de Mill se acerca al estado actual y, por tanto, su análisis sobre la escasez de los recursos proporciona un enlace importante entre los clásicos y los contemporáneos. (pág. 48).

Siguiendo la historia del desarrollo del comercio internacional, Mill continúa el estudio y avanza al análisis que existe entre oferta y demanda, lo cual está más parejo a la realidad, ya que para que exista un comercio realmente dinámico se debe dar esta relación, buscando alcanzar el equilibrio en el mercado internacional, en donde supone que el precio del total de bienes que el país desea importar debe coincidir con el total de bienes que el otro país desea exportar, que en el comercio real no es dable que se manejen cifras con tanta exactitud.

En la teoría se busca el desarrollo para todos los países, identificando que impuestos, aranceles no siempre son beneficiosos para todos los que intervienen en el comercio internacional, ya que cada uno busca una mayor ventaja para su país de acuerdo a la realidad a la que están expuestos.

En la actualidad se pueden desarrollar varios pasajes que Mill definió, como el que un Estado debe generar políticas que desarrollen y protejan al comercio y la industria en general. El aprovechamiento de los recursos naturales para el incremento del crecimiento, el cuidado de los mismos, ya que sin ellos se estaría actuando en contra del bienestar humano, lo que conlleva a tener una nueva mentalidad, si bien es cierto es provechoso el desarrollo tecnológico, de la industria en general, se debe actuar con responsabilidad social aprovechando de mejor manera los recursos y adecuando las políticas para el continuo crecimiento de la industria.

1.2.2 Los Neoclásicos

1.2.2.1 El modelo Heckscher – Ohlin

De acuerdo con el autor (Botero, 2005) la teoría mantiene el supuesto, y considera expresamente la dotación relativa de factores: un país se especializará en producir aquellos bienes en los que el factor productivo es más abundante. Si un país tiene abundancia de mano de obra, exportará bienes intensivos en mano de obra; por el contrario, si tiene abundancia en bienes de capital, exportará bienes intensivos en capital. De acuerdo a lo expuesto, para que exista y tenga sentido el comercio entre los países, es imprescindible que la dotación de factores sea distinta, y sea racional eliminar las barreras impuestas al comercio. (pág. 14)

Entre algunas de las limitaciones que se atribuyen a la teoría neoclásica del comercio internacional, principalmente a este modelo, es que: a) no explica por qué los modelos de comercio internacional cambian con el tiempo; b) sus imprecisiones respecto a la definición de trabajo y capital, en tanto que ninguno de estos factores es homogéneo (el capital puede ser tangible o en conocimientos); c) el otorgar el factor tecnológico un papel secundario y el no observar las enormes diferencias en recursos, barreras comerciales y diferenciación de productos, como causa del comercio y; d) que las diferencias en la dotación de recursos no son el principal determinante de los patrones de comercio. (Calva, 2007, pág. 22)

Lo que plantea principalmente este modelo es importar bienes que sean intensivos en los factores que la oferta del país sea mínima y exportar aquellos bienes en que la oferta sea abundante; es decir, que se presente la esencia del comercio internacional, el intercambio entre países de los productos en los que uno tenga una mayor ventaja como mayor oferta o mínimos costos e importar otros que signifique un mayor costo producirlos en el mismo país.

En general hace ver que cada país es diferente, su producción es distinta, posee diversos recursos en los que puede desarrollar su comercio, pero a su vez las producciones de todos los países que desarrollan un comercio internacional se complementan entre sí.

1.2.3 Los Postclásicos

1.2.3.1 Los modelos de Schumpeter

Lo importante de este modelo es que considera al capitalismo como un proceso de evolución permanente, cuyos determinantes no están en los efectos de los factores externos, sino en una especie de mutación económica, a la cual identifica como innovación. Por lo tanto el desenvolvimiento o desarrollo económico es un proceso que se cimienta finalmente sobre el desenvolvimiento precedente.

Para Schumpeter, las innovaciones tecnológicas que se introducen en la producción rompen los ciclos existentes en el sistema “capitalista”, debido al surgimiento y a la introducción de nuevas formas de producción que acarrearán desequilibrios en los sistemas productivos, como por ejemplo las revoluciones industriales que modifican periódicamente la estructura de la industria.

En esta perspectiva la estructura económica se mueve dentro de un marco de competencia caracterizada por la innovación, y los empresarios que no se adapten serán limitados.

Una relación de particular importancia para el desenvolvimiento económico según propone Schumpeter, es también la diferencia entre las invenciones y el liderazgo económico. Señala que las invenciones carecen de importancia económica si no son puestas en práctica. Y la aplicación de cualquier mejora es una tarea completamente diferente de su invención, y adquiere aptitudes distintas.

Si bien los empresarios pueden ser tanto inventores como capitalistas, lo son por coincidencia y no por naturaleza, y viceversa. Las innovaciones que llevarán a la práctica los empresarios, no precisan ser invenciones en forma alguna. (Vargas Sánchez, 2006, págs. 34 - 36)

Su teoría se centran principalmente en la importancia del papel de un empresario en los negocios, recalcando la inversión e innovación llevando a la aplicación de las mismas, ya que si no son puestas en práctica no aportan al desarrollo económico y no llegan a ser más que simples invenciones, la no adaptación al mismo como es en el caso de los continuos cambios en tecnología por ejemplo llevarán a un estancamiento en el acelerado ciclo de negocios.

1.2.3.2 Teoría keynesiana

La obra cumbre de Keynes fue la teoría general de la ocupación, el interés y el dinero, a través de la cual explica el comportamiento de la economía, refutando el concepto de la mano invisible, expresado por Smith.

Fue de suma importancia la presencia de Keynes en el escenario de la economía moderna, principalmente en las naciones de libre empresa capitalista, que algunos autores llaman a este periodo como la “revolución keynesiana”, porque brindó nueva vida a las ciencias económicas puesto que, los viejos moldes de la economía clásica fueron reemplazados por una nueva dinámica de raciocinio, y el análisis económico restableció el contacto necesario con la realidad.

Keynes trató de analizar y explicar las determinantes del nivel de empleo y del ingreso nacional, y comprobó que el Estado debería participar en la actividad económica para compensar la baja que se presentan en las inversiones privadas durante los períodos depresivos de las crisis económicas. (Ávila y Lugo, 2004, págs. 89, 90)

De su parte (Maza Zabala, 2002) hace referencia al pleno empleo como un caso especial que sólo ocurre cuando se dan condiciones no frecuentes en la realidad económica; lo general, es el equilibrio con utilización parcial de recursos; la demanda efectiva global (gasto nacional bruto) puede ser insuficiente, y por lo general lo es, y está sometida a las tendencias (propensiones) de una economía madura de alto ingreso: el consumo aumenta menos que el ingreso, el ahorro puede ser depresivo si no encuentra una salida en la inversión; el ajuste puede ser un descenso del nivel económico. Por ello, dadas la inestabilidad del incentivo para invertir y la insuficiencia de la demanda efectiva, hay que introducir mecanismos (en la política fiscal, monetaria y económica) que estimulen la demanda o compensen su insuficiencia mediante el propio gasto público, ya que con frecuencia la manipulación de la oferta monetaria puede no ser eficaz para alcanzar ese objetivo. El estado adquiere, por tanto, una nueva función: la de estabilización y apoyo a la actividad económica. (pág. 36)

En el texto (Ávila y Lugo, 2004) detalla que la teoría en base a lo económico, hace referencia a varios aspectos que se considera importantes como la demanda efectiva, que es el conjunto de mercadería y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado, en un tiempo y precio determinado.

La propensión al ahorro de acuerdo con Keynes está determinada por factores objetivos y subjetivos, los primeros son: cambios en el nivel de precios y salarios, cambios en las tasas de amortización de la depreciación, las ganancias o pérdidas que resultan de un mercado especulativo, los cambios en la política fiscal, en las perspectivas hacia el futuro y los sustanciales en las tasas de interés.

Los factores subjetivos son: la creación de una reserva para atender situaciones futuras imprevistas; el deseo de disfrutar de ingresos más elevados en el futuro invirtiendo parte de los ingresos corrientes; goce de una posición económica y social más independiente.

Continuando la preferencia de liquidez la define como el deseo de la gente de tener dinero en efectivo... el dinero se demanda porque es el único activo perfectamente líquido. El tipo de interés que se paga depende de la consistencia de la preferencia de liquidez en relación con la cantidad total de dinero disponible para satisfacer el deseo de liquidez. (págs. 90 - 95)

Por lo tanto lo principal que se rescata de la teoría, es el nuevo enfoque que se da considerando que el mayor aporte viene a ser la intervención del Estado en la economía, ya que como se plantea el elevado desempleo entre las características principales es consecuencia de una escasa demanda en productos y servicios, por lo tanto el Estado viene a adquirir la función más importante de estabilizar y brindar apoyo económico en las actividades comerciales. Keynes ha brindado un gran aporte con el que pudieron resolverse problemas económicos como lo pensó, sin embargo, a decir de algunos autores citados en anteriores párrafos no se ha trabajado sobre las causas que ocasionan los problemas actuales.

1.2.3.3 Teoría dinámica de Roy F. Harrod

Esta teoría se desarrolla a partir del marco teórico conformado por John M. Keynes, un esquema que sustentaría una nueva concepción del proceso de crecimiento económico.

La teoría prekeynesiana se caracterizaba por ser esencialmente estática, que se centraba en la explicación de los ajustes debidos a un cambio de circunstancias ocasionado, a su vez, por la acción de las “leyes” de la oferta y demanda. Harrod se

opone a esta idea y desarrolla una teoría dinámica, que abandona las bases estáticas del análisis económico y las sustituye por el análisis dinámico.

La teoría dinámica se sustenta en tres bases axiomáticas... que establecen, primero, el nivel de ingreso es el determinante más importante de la oferta de ahorro; segundo, la tasa de crecimiento del ingreso es la determinante de la demanda de ahorro, y tercero, la demanda de ahorro es igual a su oferta. (Aguilera Verduzco, 1998, págs. 165, 166)

En un estudio realizado por (Donolo, Donzelli, Fenghi, & Farolfi, 1985) mencionan al modelo de un carácter macroeconómico agregado y parte de la hipótesis de que en la economía se produce un solo bien, que funge al mismo tiempo como bien de consumo y como bien de inversión.

Harrod propone determinar las condiciones de equilibrio dinámico de la economía; para que haya un equilibrio dinámico es necesario que, partiendo de una situación inicial de equilibrio, la demanda vaya creciendo según el mismo coeficiente con el que crece la producción. Por lo tanto la actividad de inversión cumple con doble carácter: por un lado la inversión contribuye al aumentar la demanda (ya sea directamente, a través de los efectos multiplicadores analizados por Keynes); y por otro lado da lugar a un incremento de la capacidad productiva, o sea de la oferta potencial.

Harrod plantea dos problemas de distinto orden, en primer lugar si el proceso de crecimiento del equilibrio es estable, o sea si el sistema económico una vez perdido el equilibrio tiende a recobrarlo. Indica una diferencia entre tasa de crecimiento efectivo y tasa de crecimiento garantizado, porque no existe ninguna garantía de que los empresarios decidan invertir en la medida exacta requerida por las condiciones de equilibrio dinámico; desde este punto de vista Harrod no hace otra cosa que extender a un contexto dinámico la problemática keynesiana de la demanda efectiva.

La segunda cuestión abordada atañe la relación entre tasa de crecimiento garantizado y tasa de crecimiento natural... si se aumenta la productividad del trabajo se reduciría el insumo de trabajo por unidad de producto. Si la tasa de crecimiento garantizado es inferior a la tasa de crecimiento natural, el sistema podrá extenderse a

lo largo del camino del equilibrio dinámico, pero se considera que la tasa de desempleo de la fuerza de trabajo crecerá continuamente. (págs. 116 - 118).

Con lo expuesto anteriormente esta teoría se encargó de estudiar los distintos factores que van a determinar el crecimiento del ingreso, indica las diferentes condiciones de equilibrio del crecimiento, partiendo de la variación en la tasa de inversión, o la de ahorro, o la relación técnica de producción; se cuestiona de distintas formas en cuanto a crecimiento ya que como lo explica no hay ninguna garantía que los empresarios vayan a invertir a medida del equilibrio dinámico, como se menciona en la teoría no viene a ser tan real lo expuesto por este autor ya que en uno de sus enunciados manifiesta que para llegar al equilibrio la demanda debe crecer según el mismo coeficiente con el que crece la producción, lo que en un campo comercial general es imposible, se intenta llegar a abastecer la demanda pero no existirá un dato exacto ya que nada es estático como los tiempos de compra, la cantidad demandada, de ser el caso podrá haber una aproximación.

1.2.4 Capitalismo

Según Marx, como cualquier otro régimen de producción concreto, presupone como condición histórica una determinada fase de las fuerzas sociales productivas y de sus formas de desarrollo: condición que es, a su vez, resultado y producto histórico de un proceso anterior y del cual parte el nuevo tipo de producción como de su base dada; que las relaciones de producción que corresponden a este régimen de producción específico, históricamente determinado – relaciones que los hombres contraen en su proceso social de vida, en la creación de su vida social -, presentan un carácter específico, histórico y transitorio.

En una sociedad predominante agrícola las relaciones decisivas estarán ligadas a la posesión de la tierra, división del trabajo y al pago de tributos. El desarrollo de la industria generará nuevas clases y, al crear nuevos problemas económicos, se impondrán nuevas formas de adjudicar el trabajo sobrante en beneficio de los proletarios de los nuevos instrumentos de producción.

Remontándonos a la historia situamos su fase inicial en la segunda mitad de siglo XVI y los comienzos del siglo XVII, cuando el capital empezó a impregnar la producción en considerable escala, ya bajo la forma de una relación evolucionada entre capitalista y obreros salarizados, bajo la forma menos desarrollada de la sumisión de artesanos domésticos que trabajan en sus hogares a beneficio de un capitalista.

En el desarrollo del capitalismo existen dos momentos decisivos. El primero en el siglo XVII, cuando las transformaciones políticas y sociales de ese período, incluyendo la lucha dentro de las corporaciones privilegiadas, la lucha del Parlamento contra los monopolios. El segundo momento es la revolución industrial de fines del siglo XVIII y primera mitad del XIX, en el cual su importancia fue esencialmente económica y que se mostró menos impresionante en la esfera política. Sin embargo fue decisiva para el futuro de la economía capitalista, ya que representó una transformación radical de la estructura y organización de la industria, que hubo quienes vieron en ella el parto del capitalismo moderno y, por lo tanto, el momento más decisivo en el desarrollo social y económico desde la Edad Media. Con un juicio más maduro, en realidad, la revolución industrial representó el momento de transición de una fase primitiva y todavía inmadura del capitalismo, en la que el régimen de la pequeña producción pre capitalista estaba siendo impregnado por el capital, despojándolo de su independencia como forma de economía, pero en la que aún no se había transformado enteramente a una fase en que el capitalismo, sobre la base del cambio técnico, realiza su propio proceso de producción fundado en la unidad colectiva de producción de gran escala, la fábrica, con lo que se consuma el divorcio final entre el productor y su propiedad sobre los medios de producción, y se establece una relación simple y directa entre capitalista y obreros asalariados. (Dobb, 1999, págs. 30 - 34)

En base a la historia el capitalismo llega tras transformaciones políticas y sociales, luchas contra grandes corporaciones y monopolios, además, el gran paso del capitalismo es la visión de producción a gran escala, es decir, la industrialización que marca un gran desarrollo económico, en este período se marca más la relación de jefe y empleados, ya que dentro del capitalismo se busca el beneficio monetario.

A decir de la autora (Harnecker, 2002) la economía capitalista se basa en el intercambio... el productor de la mercancía no es dueño de ella, pertenece al capitalista, quién posee fábricas equipadas con máquinas y tiene los medios de producción. Razón principal por la cual el capitalista obliga al obrero, privado tanto de los medios de producción como de los medios de consumo, a trabajar para él. (pág. 96)

De acuerdo con el primer autor se ve al capitalismo como el resultado de una gran lucha, que visiona el intercambio comercial para el desarrollo económico de un país, sin embargo llevándolo ya al ámbito netamente económico y social, el capitalismo viene a ser un sistema en el que se delimitaron de manera más clara las clases sociales, por un lado las grandes empresas que imponen sus condiciones de trabajo, buscando el punto óptimo de ganancia y por otro personas de clase media y baja que necesitan trabajar a cambio de un salario y sometándose a lo impuesto por las grandes industrias.

Dos grandes pensadores Michel Albert y Lester Thurow sirven de base para plantear dos concepciones de la economía de mercado llamada capitalismo angloamericano, ya que tiene lugar en Estados Unidos, el Reino Unido y Canadá. La segunda llamada capitalismo germano/japonés.

El primero hace énfasis en el individualismo tanto a nivel personal como a nivel de la empresa, los objetivos y estrategias son de corto plazo, el sistema está centrado en el consumo y no en la producción, en las remuneraciones de los trabajadores, además de la productividad, muchas veces no se toman en cuenta factores como la antigüedad y el progreso en los estudios, las decisiones de empresa son unilaterales desde el punto de vista de la junta directiva.

Para la segunda hace énfasis en la comunidad por encima del individualismo, el sistema centrado en la producción y no en el consumo, lo negociable se limita a la satisfacción de las necesidades materiales, se considera que todo no es negociable, en las remuneraciones de los trabajadores se toma en cuenta la productividad, se considera la antigüedad, las decisiones de empresa se toma en forma conjunta con trabajadores y directivos.

El modelo angloamericano busca el máximo lucro en el menor plazo posible, busca siempre alcanzar el punto de equilibrio en el lapso más breve posible con una alta rentabilidad; lo anterior implica que muchos proyectos con lapsos de madurez a largo plazo sean desechados y tomados por los alemanes y japoneses, quienes cuando los emprenden piensan más en la posición del mercado capturada que en la rentabilidad inmediata.

Este modelo hace énfasis en el consumo, llegándose incluso a exagerar en el endeudamiento y minimizándose el ahorro, lo que condiciona el crecimiento de la economía al endeudamiento externo.

En el capitalismo germano/japonés busca la armonía entre el capital y el trabajo, utiliza el medio educativo como medio para homogeneizar la conducta económica de la sociedad; se estimula el ahorro, se sacrifica el consumo del presente por un mejor futuro. Este ahorro permite al país crecer con financiamiento propio, evitando poner en peligro la soberanía económica del país.

Toda sociedad capitalista funciona regularmente gracias a sectores que no están impregnados ni animados por el espíritu de la ganancia y de la búsqueda de mayor beneficio... en donde exista mayor conciencia, evitando que el lucro condicione todo el comportamiento social. (Churión, 2001, págs. 179 - 184)

El desarrollo de un sistema capitalista se basa en como lo manipulen y apliquen sus conceptos en una nación, la inversión en educación que se da a las nuevas generaciones para que tengan una visión de ahorro, de ser empresarios conscientes de las necesidades y de la importancia de mantener buenas relaciones con sus empleados; es decir, el capitalismo en teoría es bueno ya que llevó a la industrialización y a alcanzar un mayor desarrollo tanto a nivel económico como social, pero depende de cómo se lo maneje, la manera de aplicarlo y saber conllevarlo tanto a nivel empresarial como a nivel de gobierno, buscando el bienestar común y desarrollo de la economía.

1.2.5 Teoría Marxista

El nacimiento de las nuevas formas de la burguesía definió lo que se conoce como capitalismo, el que, según la teoría marxista, tiene como finalidad representar a las clases sociales más altas y también su forma de vida.

Marx consideraba al comercio exterior como una alternativa de crecimiento; pensaba que dicho comercio representaba una forma de explotación al trabajo y al trabajador; esto, a la larga, traería graves consecuencias para el obrero que, por lo menos en ese tiempo, era quien hacía del sistema capitalista una realidad. (Canta Izaguirre, Casabella, Conde, Rosello Fernández, & Torres, 2014, pág. 21)

Sin duda Marx, es el crítico más severo y de mayor influencia de las desigualdades por las que se responsabiliza a las instituciones de propiedad privada, los mercados libres y el libre comercio. En el momento culminante de la revolución industrial, fue testigo de los efectos de la represión y la explotación, enfermedades por las condiciones insalubres de las fábricas, niños que trabajan de 7 a 15 horas al día.

Aseguraba que estos ejemplos de explotación de trabajadores eran síntomas de los extremos fundamentales de desigualdad que necesariamente produce el capitalismo. Para Marx, los sistemas capitalistas ofrecen sólo dos fuentes de ingreso: la venta del propio trabajo y la propiedad de los medios de producción (edificios, maquinaria, tierra, materia prima). En esta situación si los trabajadores no tienen acceso a los medios de producción no producirán, viéndose forzados a vender su trabajo a los dueños de éstos a cambio de un salario. El patrón explota a los trabajadores adueñándose del excedente de lo que producen, usan el poder que le da la propiedad de los medios de producción. Como resultado, los capitalistas se vuelven más ricos y los trabajadores relativamente más pobres. El capitalismo promueve la injusticia y deteriora las relaciones de la comunidad.

Desde el punto de vista de Marx las economías capitalistas alienan a los trabajadores de cuatro maneras: en primer lugar, el empleador toma los productos que fabrican los obreros con su mano de obra y los utiliza para propósitos antagonistas a los intereses de los trabajadores.

Segundo, el capitalismo obliga a las personas a realizar trabajos no satisfactorios y controlados por alguien más. El obrero no está satisfecho con su trabajo, tiene sentimientos de miseria y no de bienestar.

Tercero, el capitalismo enajena a las personas de sí mismas inculcando ideas falsas sobre qué necesitan y cuáles son sus deseos reales. Marx describe esta alineación como “la renuncia a la vida y las necesidades humanas”.

Cuarto, las sociedades capitalistas alienan a las personas unas de otras, las separa en clases sociales antagónicas y desiguales que rompen la unión en comunidades y las relaciones de cuidado. Según Marx, el capitalismo divide a la humanidad en una clase trabajadora “proletaria” y una clase “burguesa” de propietarios y empleadores.

En la perspectiva de Marx, la propiedad debe verse con un propósito social: algo que pertenece a la comunidad y que debe servir a las necesidades de todos. La propiedad no debe ser “privada”, sino que debería ser común y para el disfrute de todos. Si no hubiera propiedad privada, creía Marx, las personas seguirían siendo productivas porque el deseo de ser productivos y de expresarnos a través de lo que hacemos con nuestras manos y mentes es un instinto integrado en la naturaleza misma.

De acuerdo con Marx, el gobierno de una sociedad y sus ideologías están diseñados para proteger los intereses de las clases económicas en el poder.

En cuanto a los sistemas capitalistas modernos exhiben una concentración creciente del poder industrial en relativamente pocas manos. Conforme a los capitalistas centrados en sus intereses luchan por aumentar los activos que controlan, los pequeños negocios serán absorbidos de manera gradual por empresas más grandes que seguirán en expansión.

Las sociedades capitalistas experimentarán ciclos repetidos de depresión o crisis económicas. Como los trabajadores se organizan en líneas de ensamblaje masivo, las empresas generan grandes cantidades de excedente. Los propietarios están centrados en sus intereses y son competitivos, cada uno intentará producir en sus empresas cuanto sea posible sin coordinar su producción con la de otros dueños. Como resultado, las empresas periódicamente producirán una sobreoferta de bienes. Estos inundarán el mercado y sobrevendrá una depresión o recesión cuando la economía se desacelere para absorber el excedente de la producción.

Marx afirma que la situación del trabajador en las sociedades capitalistas empeorará de manera paulatina. Este deterioro gradual será el resultado del deseo egoísta de los propietarios capitalistas de aumentar sus bienes a expensas de sus trabajadores. Este interés llevará a propietarios a sustituir trabajadores por máquinas, lo que provocará un nivel creciente de desempleo que será imposible para la sociedad frenarlo. Los efectos combinados de mayor concentración de la riqueza, crisis cíclicas, desempleo creciente y menor compensación relativa conducen a lo que Marx llamó depauperación del trabajador. La solución a estos problemas, según Marx, es la propiedad colectiva de los activos productivos de la sociedad y el uso de la planeación central en sustitución de los mercados no regulados.

Una de las críticas a Marx, es precisamente que la depauperación del trabajador no se dio, los trabajadores en los países capitalistas están en una situación mucho mejor que sus antepasados hace un siglo. De todas formas, muchos marxistas contemporáneos señalan que muchos trabajadores encuentran su trabajo inhumano, carente de significado y falta de satisfacción personal. La publicidad intenta infundirnos de deseo por bienes que en realidad no necesitamos. La desigualdad persiste.

El debate en favor y contra de los mercados libres, el libre comercio y la propiedad privada aún continúa. De hecho, el debate ha cobrado nuevos bríos ante el colapso de los regímenes comunistas, como la ex Unión Soviética, y el surgimiento de fuertes competidores como China, Taiwán, Singapur y Japón. Algunas personas aseguran que el colapso de los regímenes comunistas en el mundo ha demostrado que el capitalismo, con su énfasis en los mercados libres, es el ganador indiscutible. Sin embargo, otros observadores sostienen que el surgimiento de economías fuertes en naciones que dan importancia a la intervención del gobierno y los derechos de propiedad colectiva, como Japón y Singapur, demuestran que los mercados libres por sí solos no son la clave de la prosperidad. Tal vez sea inevitable que la controversia lleve a muchos economistas a defender la conservación de los sistemas de mercado y la propiedad privada, pero con la modificación de su funcionamiento a través de la regulación gubernamental, mercados parcialmente libres y derechos de propiedad limitados se conoce como economía mixta. En términos generales, una economía

mixta se basa en un sistema de mercado y propiedad privada, pero se apoya fuertemente en las políticas del gobierno para remediar sus deficiencias.

Los defensores de los mercados libres datan el fin del marxismo por la “caída del comunismo” en varias naciones. Las nuevas naciones emprendieron intentos experimentales para integrar la propiedad privada y los mercados libres en sus economías todavía socialistas. Algunos observadores, como Francis Fukuyama, interpretaron estos sucesos como un indicador del “final de la historia”. Sugerían, que con el fin del comunismo, no habría más “progreso” hacia un sistema económico mejor o más perfecto: el mundo entero ahora está de acuerdo en que el mejor sistema es el capitalismo.

Sin embargo, las reformas comunistas históricas no implican un “abandono completo” a Marx o del socialismo. Sin excepción, todas las reformas están dirigidas a acercar a los sistemas comunistas hacia las economías basadas en las mejores características de la ideología socialista y de mercado libre. (Sotelo Navalpotro, Julián, Cáceres Ruiz, & Freire Rubio, 2003, págs. 145 - 157).

La teoría marxista nace tras el momento culminante de la revolución industrial, en el que Marx vive los efectos represivos a los que se sometían miles de trabajadores, condiciones infrahumanas de trabajo, salarios injustos. La propiedad de los medios de producción viene a ser netamente de los capitalistas por lo que el proletariado como así lo definió Marx, es obligado a vender su trabajo a cambio de un salario injusto que no cubre sus necesidades.

En esta teoría la división de clases sociales en burgueses y proletariado, definen la separación de las personas, rompen comunidades y relaciones de cuidado a decir del libro. En el capitalismo las personas realizan trabajos que no desearían hacer, pero la necesidad les impulsa a ello, dejando total insatisfacción, lo que se puede denotar en la actualidad, muchas personas se someten a empleos que no brindan un trato y pago justo pero impera la necesidad de subsistir y solventar los gastos de sus hogares.

De acuerdo con la teoría de Marx y aplicada al vivir diario, el capitalismo lleva a crear en la mente de las personas necesidades falsas, llegando al materialismo y la

obsesión por poseer cosas que en realidad no necesitan y que las grandes empresas se aprovechan para imponer ese falso pensamiento.

En la teoría se explica que el gobierno está interesado en proteger los intereses económicos de las clases que están en el poder; las fuerzas económicas van a determinar las funciones de un gobierno, aquí se presenta la innovación, conforme se vayan presentando nuevas formas de producción, las anteriores a esta irán en desuso, lo que lleva a crear nuevas estructuras sociales.

Dentro del capitalismo las grandes empresas se centran en sus intereses, producen en grandes cantidades llegando muchas veces a la sobreoferta, no les interesa trabajar conjuntamente con empresas de su sector, cada uno produce a su forma y cantidad que ellos consideran les generará un alto ingreso, como consecuencia de esto, existirá una depresión o recesión en la economía.

En el capitalismo se da la sustitución de trabajadores por máquinas, de acuerdo a la teoría conlleva un alto nivel de desempleo, para los propietarios de una empresa es más conveniente el uso de este mecanismo, no se paga horas extras, no cuentan con beneficios, es una mejor inversión para obtener réditos más altos.

Las ideas de Marx son aplicables dentro de la economía capitalista en la cual viven muchos países; el trabajo bien remunerado, condiciones salubres, personas más humanas que vivan en colectividad, empresas que no trabajen únicamente por incrementar sus ingresos, sino, por buscar un desarrollo colectivo, un aporte a la sociedad tanto en el ámbito económico como social; sin embargo, es importante mantener una regulación gubernamental, en la que exista mercados parcialmente libres y que todos tanto empresarios como trabajadores se vean favorecidos, los beneficios del comercio internacional deben ser equitativos tanto para países desarrollados como en vías de desarrollo.

1.2.6 Teorías alternativas de comercio internacional

1.2.6.1 Teorías neotecnológicas

Señalan el papel de las diferencias internacionales en las condiciones tecnológicas como la fuente de la ventaja comparativa y el comercio internacional... los aspectos dinámicos de la tecnología ahora pasan a primer plano... con sus dos

formas básicas de innovación de proceso e innovación de producto, según se dirija al procedimiento o al resultado de la actividad productiva.

Dentro de las teorías neotecnológicas se pueden distinguir dos hipótesis principales:

1.2.6.1.1 El modelo del desfase tecnológico

Según Michael Posner, un país disfruta una ventaja tecnológica en la producción de un cierto bien (consistente en un método de producción más eficiente, o quizás en un mejor diseño o calidad) tendería a exportarlo. Eventualmente, si la innovación disponible al principio solamente en el primer país pasa a ser conocida en el exterior (por imitación, o de cualquier otra manera), la fuente de la ventaja comparativa desaparecería pero surgirían nuevas innovaciones (en el mismo país, en el mismo bien, o en diferentes bienes o países) y, por tanto, seguiría existiendo un motivo para el comercio internacional. Al mismo tiempo, y dado que se espera que las innovaciones estén concentradas en una industria o grupo de industrias, aparecerían economías de escalas dinámicas, esto es, reducciones en los costes medios cuando tienen lugar el progreso técnico ya que las empresas pueden confiar en su experiencia sobre la producción pasada. (Bajo, 1991, págs. 66, 67)

De acuerdo a este modelo, se debe dar énfasis en la innovación para que exista la ventaja comparativa, los productos y procesos de producción van cambiando con el tiempo, por lo que es importante mantener el enfoque en el continuo cambio, ya que si un país produce un bien nuevo o que posea alguna mejora en su diseño, naturalmente, otras empresas desearán imitarlo mejorándolo; por lo que existiría continuidad en el comercio en cuanto a importaciones y exportaciones.

1.2.6.1.2 El modelo del ciclo de producto

Establecida por Raymond Vernon, con esta teoría revisa los efectos de la globalización de la producción y cómo esta afecta el comportamiento de las importaciones y exportaciones tanto de países desarrollados como en desarrollo, dependiendo de su dotación de factores. Esto es: los nuevos productos tecnológicos son desarrollados en países que hacen grandes inversiones en investigación y desarrollo. Son estos países los que generan los nuevos productos. El primer paso es

probar la aceptación del producto en el mercado local, como producto nuevo. Puesto que es necesario recuperar la inversión hecha en la investigación y desarrollo, el producto sale al mercado a precios de monopolio; también porque es el único que está produciendo el bien en ese momento.

Con el tiempo, los consumidores de países de similar composición socioeconómica desean acceder a esta nueva tecnología, por lo cual realizan compras (importaciones) al productor. Sin embargo, los productores del país B también se sienten capaces de producir o reproducir esa tecnología o una similar. Así, inician la producción, y luego de cierto tiempo desplazan las importaciones del país que realizó la primera inversión, produciendo para su mercado local e iniciando sus exportaciones.

En este momento, ambos países productores sienten la necesidad de estandarizar su producción con el fin de reducir costos, para lo cual buscan países donde puedan llevar a cabo los procesos de ensamblaje del producto, estandarizándolos y produciendo a escala, con el fin de reducir costos y poder competir en diferentes mercados. A este punto, el país que inició la producción del nuevo bien tecnológico termina importando su propio bien, debido a que es más competitivo si la producción estandarizada se realiza en el extranjero. (Lombana Coy, y otros, 2011)

Vernon perfecciona la teoría la proporción de factores mediante la inclusión de dos premisas basadas en la tecnología: La primera detalla, las cantidades de capital y mano de obra calificada que requieren los nuevos productos; segunda, las etapas del proceso de maduración de los productos.

En lo que se conoce como las fases en la vida de un producto, las cuales incidirán en la localización internacional de la producción del mismo. Estas fases son: Nacimiento, Crecimiento, Madurez, Declive. (Espinoza, 2013)

En esta teoría se logra explicar la intervención internacional, la importancia que tiene la innovación en productos y las formas de producción acorde a las necesidades de empresas por abaratar costos o por llegar a ser más competitivos. El mecanismo que se utiliza para importaciones y exportaciones tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo, de acuerdo a los factores que posean. Es una teoría que se mantiene, grandes empresas se encuentran en constante desarrollo

tecnológico, deseando causar sensación en el mercado, llega la competencia queriendo perfeccionar o imitar sus productos, provocando disminuir sus importaciones y logrando incrementar las exportaciones. Es el momento en donde se inicia una estandarización de producción y se busca reducir costos, llegando a usar mecanismos como ensamblar en países en donde la mano de obra sea más barata, y se pueda dar una producción a escala.

1.3 POLÍTICA COMERCIAL

“La política comercial se define como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de país con el resto del mundo” (Padilla Torres, 2008)

La política comercial se debe basar principalmente en reducir los costos domésticos de producción, contribuir al desarrollo, innovar el aparato productivo, en vistas de convertir al país en un lugar atractivo para producir, diversificar la oferta exportable y ampliar mercados. (Ruiz Molina & Enderica Rodriguez, 2011, pág. 16)

Se debe orientar hacia la promoción de exportaciones y la atracción de inversiones, para ello es importante que en la política comercial se incluyan políticas económicas que permitan asegurar la libre comercialización de bienes y servicios, tales como aranceles, procedimientos aduaneros, compras públicas, promoción de inversiones, entre otros. (Ministerio de Economía y Finanzas, Perú)

Para controlar el flujo comercial internacional es necesario definir tipos de políticas que apoyen o reduzcan el comercio internacional, y que sean decisiones en pro del país y siempre defendiendo los intereses, por lo tanto entre las principales se pueden identificar las siguientes:

Tabla 1

Políticas de comercio internacional

Arancel	Impuesto establecido a mercadería que viene de otro país. Con el objetivo de proteger la industria nacional, ya que el precio de un bien importado incrementaría; además se obtiene réditos más altos en cuanto a impuestos.
----------------	--

	Se dividen en dos categorías, aranceles específicos, en el que por cada unidad de bien importado se adiciona un cargo fijo; y aranceles AdValorem, en el cual se aplica una tarifa proporcional al valor del bien importado.
Subsidios	Asistencia financiera gubernamental a un producto que se comercializa en el país, para que sea más competitivo en el tráfico comercial. Al aplicar al producto nacional, ayuda a competir frente a importaciones de menor precio, además que genera mercado de exportación.

CONTINÚA 

Cuotas / Cupos al tráfico internacional	Es una restricción directa que se aplica sobre la cantidad – volumen permitido de un bien para que ingrese o salga de un país.
Normas comerciales	Normas que se toman para prevenir el comercio desleal de mercancías (antidumping), además de establecer medidas de salvaguardia. Se refiere a medidas antidumping, aquellas que aplican los Estados para proteger la industria nacional contra empresas extranjeras que venden sus productos a un precio inferior al fijado en el mercado.
Políticas Administrativas / Barreras no arancelarias	Son regulaciones burocráticas que se diseñan para restringir los niveles de importación. Se pueden aplicar en el precio con aforos aduaneros, derechos de tráfico; en su esencia con registros, etiquetas; en volumen con políticas antimonopólicas, cuota de mercado. Estas medidas dependen de cada Estado ya que se establecerán en función de sus criterios y consolidados en su cultura.

Nota: Principales políticas que sustentan el Comercio Internacional. **Información obtenida de:** (Racchi, 2012) (Ruiz Molina & Enderica Rodriguez, 2011, págs. 16, 17).

En cuanto a políticas para controlar el mercado también existen Regímenes especiales que se basan en una Ley de Aduanas y que abordan varios aspectos, que se listan a continuación:

Tabla 2

Regímenes aduaneros

Tipo de Régimen	Nombre del Régimen
Regímenes de Importación	Importación para el consumo Admisión temporal para reexportación en el mismo estado Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo Reposición de mercancías con franquicia arancelaria Transformación bajo control aduanero Depósito aduanero Reimportación en el mismo estado
Regímenes de Exportación	Exportación definitiva Exportación temporal para reimportación en el mismo estado Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo
Otros regímenes	Devolución condicionada Almacenes libres Almacenes especiales Ferias internacionales Tránsito aduanero

Regímenes de excepción	Reembarque
	Transbordo
	Tráfico Postal
	Mensajería acelerada o Courier
	Tráfico Fronterizo
	Vehículo de uso privado del turista
	Otros de excepción.

Nota: Tipo de Regímenes Aduaneros que controlan el Mercado Internacional.

Información obtenida de: (Aduana del Ecuador (SENAE), 2015)

1.4 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es la única organización internacional que establece las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares que la mantiene son los Acuerdos de la OMC, que fueron negociados y firmados por la mayoría de países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos.

La OMC es el único órgano internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre países, dentro del mismo se deben cumplir varias funciones, entre estas se encuentran las siguientes:

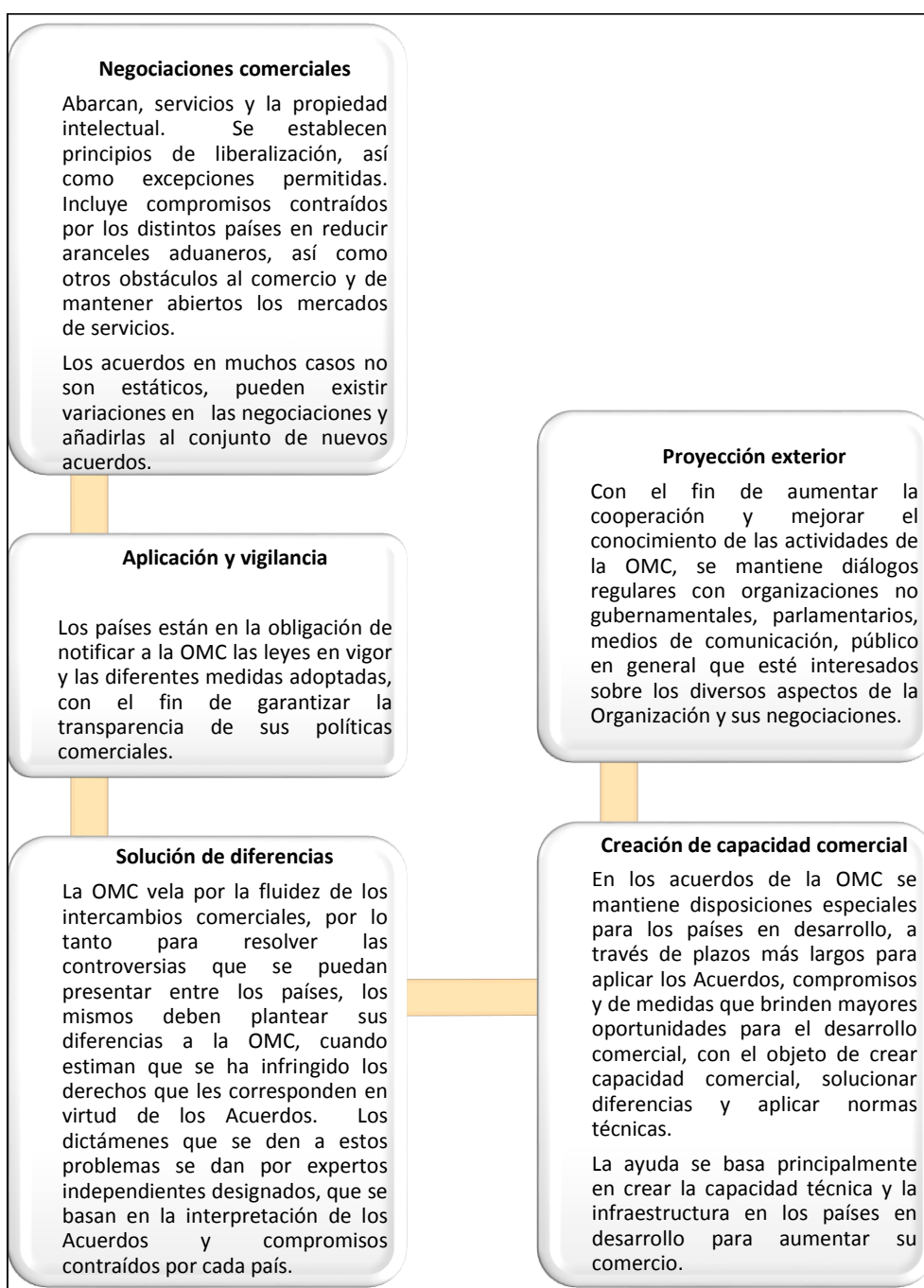


Figura 1. Funciones de la OMC

Nota: Principales funciones de la Organización Mundial del Comercio.

Información obtenida de: (Organización Mundial del Comercio, 2015).

A pesar que los acuerdos son negociados y firmados por los gobiernos, se ayuda a todos los productores de bienes y servicios tanto de países desarrollados como en vías de desarrollo, además de exportadores e importadores que se ven beneficiados cuando existe un mercado de competencia leal.

La OMC se basa en varios principios del sistema de comercio, que son fundamentales y constituyen la base del sistema multilateral de comercio.

Tabla 3

Principios de la OMC

Principio	Descripción
Comercio sin discriminaciones	<p>Nación más favorecida – igual trato para todos los demás: en virtud de los Acuerdos de la OMC, los países no pueden establecer discriminaciones entre los actores comerciales, si un país concede una ventaja especial como la reducción de aranceles a cierto producto, este país deberá hacer lo mismo para todos los miembros de OMC, no puede existir ninguna distinción.</p> <p>Existen excepciones, los países pueden establecer un acuerdo de libre comercio que se aplique únicamente a los productos objeto de comercio dentro del grupo y hacer discriminaciones con respecto a los productos de terceros países. O bien un país puede poner obstáculos a los productos que se consideren objeto de un comercio desleal procedentes de países específicos. Sin embargo, los acuerdos sólo permiten estas excepciones con arreglo a condiciones estrictas.</p> <p>Trato nacional – igual trato para nacionales y extranjeros.</p>

CONTINÚA 

Comercio más libre: de manera gradual, mediante negociaciones

Para que exista un mayor desarrollo comercial, es necesario dar apertura a los mercados, para ello se eliminan obstáculos que desalienten el comercio, como por ejemplo los derechos de aduana (o aranceles), prohibiciones de importación, papeleo administrativo y políticas cambiarias. En la OMC los Acuerdos permiten que los países introduzcan cambios gradualmente, mediante una “liberalización progresiva”. Por lo general, los países en desarrollo disponen de plazos más largos para cumplir sus obligaciones.

Previsibilidad: mediante consolidación y transparencia

Mediante la previsibilidad y la estabilidad se fomentan las inversiones, se crean puestos de trabajo y los consumidores pueden aprovechar plenamente los beneficios de la competencia: la posibilidad de elegir precios más bajos.

Cuando los países aceptan abrir sus mercados de mercancías y servicios, están consolidando compromisos.

Un país puede hacer modificaciones a sus consolidaciones, sin embargo, para ello tendrá que negociar con sus interlocutores comerciales, y de ser el caso compensarlos por la pérdida de comercio.

Existen varios sistemas para mejorar la previsibilidad y la estabilidad, uno de ellos consiste en desalentar la utilización de contingentes y otras medidas empleadas para fijar límites a las cantidades que se pueden importar. Otro medio es hacer lo más claras y transparentes las normas comerciales de los países.

CONTINÚA 

Fomento de una competencia leal	La OMC viene a ser un sistema de normas que fomentan una competencia libre, leal y sin distorsiones, por lo tanto las normas tratan de establecer lo que es leal o desleal, y direccionar a los gobiernos para que puedan responder ante estas.
Promoción del desarrollo y la reforma económica	<p>En los acuerdos aún se mantienen las disposiciones del GATT que prevén asistencia y concesiones comerciales especiales para los países en desarrollo.</p> <p>En una decisión ministerial en la Ronda Uruguay, declara que los países más ricos deben acelerar la aplicación de los compromisos en relación de acceso a los mercados que afecten a las mercancías exportadas por los países en desarrollo, y se pide que se brinde mayor asistencia técnica.</p>

Nota: Principios en los que se basa la Organización Mundial del Comercio.
Información obtenida de: (Organización Mundial del Comercio, 2015).

El sistema permite que el comercio se desarrolle con la máxima libertad posible, asegurando que empresas, gobiernos, personas en general conozcan las normas que rigen al comercio en todo el mundo, brindando seguridad de que las políticas que adopte cada país tendrá la vigilancia de este organismo, no serán cambiadas abruptamente y traerán beneficio para todas las personas que quieran desarrollar un comercio justo. La OMC posee cuatro políticas particulares, que se presentan en la siguiente figura:

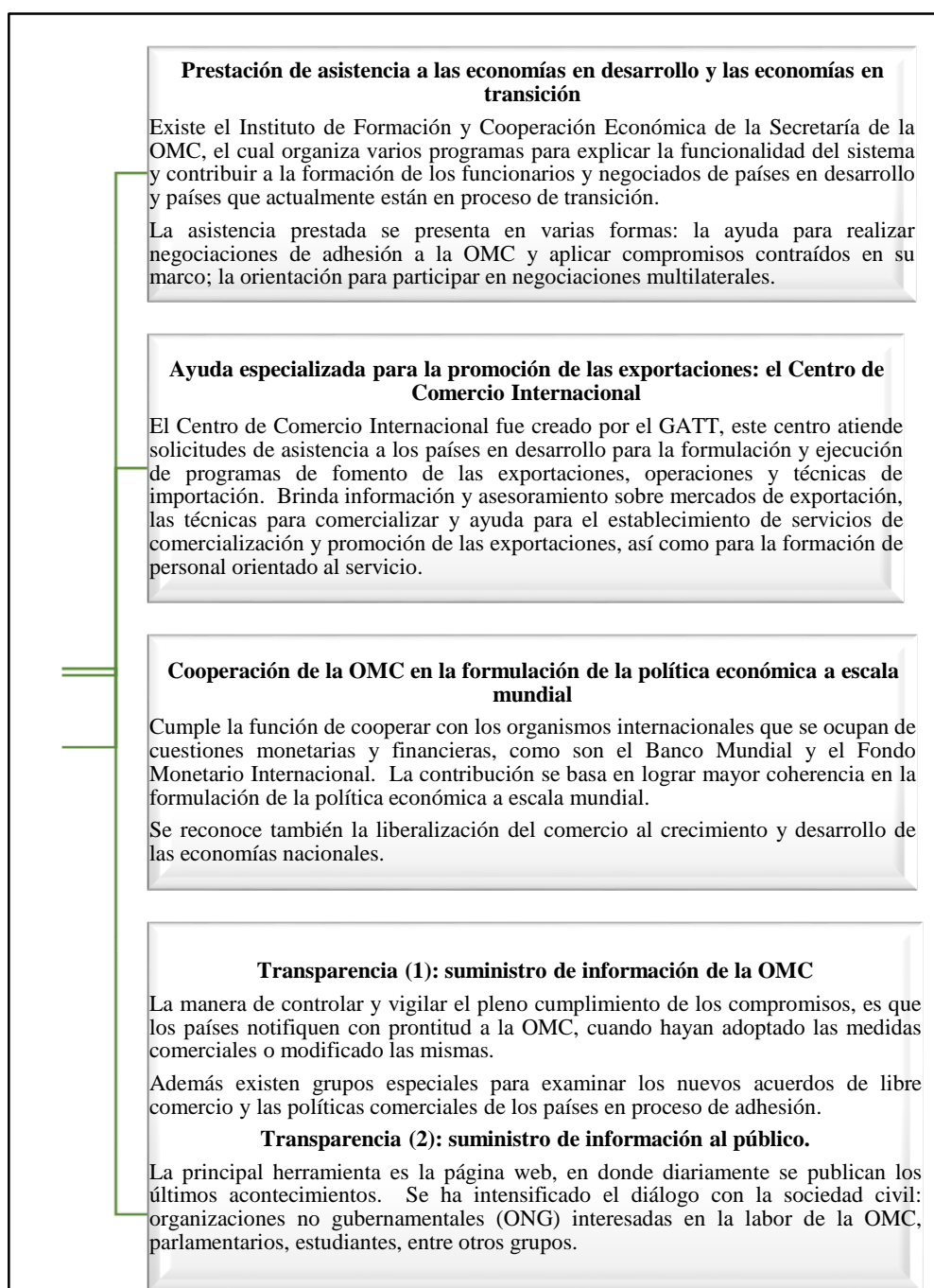


Figura 2. Políticas de la OMC

Nota: Principales políticas bajo las cuales trabaja la OMC.

Información obtenida de: (Organización Mundial del Comercio, 2015).

1.5 BLOQUES COMERCIALES

“Los bloques comerciales son acuerdos o convenios multinacionales que establecen normas de tratamiento preferencial en las relaciones comerciales entre los países firmantes” (Lerma Kirchner & Márquez Castro, 2010, pág. 302)

El fin de los bloques comerciales es contar con pocas barreras arancelarias entre los países que integran cada uno de éstos, ya que así se estimula tanto las importaciones como las exportaciones entre dichos países, es decir, se fomenta el comercio internacional de una manera adecuada y buscando beneficio para cada país que la compone.

En el proceso de la globalización de la economía mundial han surgido varios bloques, entre los que se estudiará están:

1.5.1 Comunidad Andina de Naciones (CAN)

Es una unión voluntaria de países que tienen el objetivo de alcanzar el desarrollo integral, equilibrado y autónomo, a través de la integración andina, suramericana y latinoamericana. Los países que forman parte de esta Comunidad son: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

La conforman Órganos e Instituciones que están articuladas en el Sistema Andino de Integración (SAI).

Cada sistema cumple funciones específicas, por ejemplo: el Consejo Presidencial Andino, conformado por los Presidentes de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, está a cargo de la dirección política de la CAN; el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores formula la política exterior de los países andinos en asuntos relacionados con la integración y si se presenta el caso coordinan posiciones conjuntas en foros o negociaciones internacionales; la Comisión, conformada por delegados plenipotenciarios, o con plenos poderes, se encargan de formular, ejecutar y evaluar la política de integración en temas de comercio e inversiones y generan normas que son de carácter obligatorio para los países que la integran.

La CAN cuenta con una Secretaría General que administra y coordina el proceso de integración y el Tribunal Andino de Justicia, que es la entidad que controla la legalidad de los actos de todos los Órganos e Instituciones y soluciona las controversias existentes entre países.

El Parlamento Andino, conformado por 20 Parlamentarios elegidos por voto popular (5 por cada País Miembro), es la instancia que representa al Pueblo; es decir, a los Ciudadanos Andinos en general. En él se fomenta la integración, ya que se deliberan normas para su fortalecimiento.

Son parte del SAI instancias consultivas de la Sociedad Civil, como el de Pueblos Indígenas, de trabajadores y empresarios. La Universidad Andina Simón Bolívar, es la entidad educativa, y los organismos financieros son la Corporación Andina de Fomento y el Fondo Latinoamericano de Reservas.

Los objetivos con los que trabaja la CAN están direccionados a promover la integración de los países miembros, los principales son:

Tabla 4

Objetivos de la CAN

Promover un desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social.

Acelerar el crecimiento y generación de empleo.

Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los países miembros en el contexto económico internacional.

Reducir las diferencias de desarrollo, fortaleciendo la solidaridad subregional.

Nota: Objetivos con los que trabaja la CAN.

En la Comunidad se aborda el tema de Aduanas, que posee una serie de instrumentos legales que permiten a las Administraciones Aduaneras de los países miembros, desarrollar servicios aduaneros en el comercio intracomunitario y con países que no forman parte, con el objetivo de facilitar el comercio y mejorar la

eficiencia de las medidas destinadas al cumplimiento de la legislación y el control aduanero.

Para la identificación y clasificación de las mercancías, estadísticas de comercio exterior y otras medidas relacionadas con la importación y exportación de mercancías, se ha asignado una nomenclatura denominada NANDINA.

Este sistema utiliza un lenguaje aduanero común, aceptado y reconocido a nivel mundial, que permite simplificar la tarea a importadores, exportadores, productores, transportistas y administradores de aduanas.

Dentro de la política arancelaria, se adopta un arancel común para las importaciones desde terceros, que contemplaba tratamientos especiales a determinados países y productos.

La CAN maneja varios programas de Cooperación Internacional, a fin de mantener relaciones con otros bloques, organismos y entidades privadas para que exista un mayor desarrollo comercial.

El Comité Andino de Titulares de Organismos de Cooperación Internacional de la Comunidad Andina (CATOCI), es uno de los programas que se maneja, fue creado con el fin de intensificar las relaciones con otros países y está conformado por autoridades nacionales responsables de la conducción, programación y supervisión de la cooperación internacional.

El CATOCI actúa como mecanismo de consulta y coordinación en materia de cooperación y constituye un espacio de diálogo entre los Países Miembros, que permite intercambiar experiencias en el ámbito de la cooperación y que busca impulsar iniciativas comunitarias.

Cooperación CAN – UE: desarrolla vínculos de trabajo con terceros países e instituciones, consolidando relaciones, además impulsa y afianza el proceso andino de integración en sus distintos ámbitos a través de los programas plurianuales.

Cooperación Multilateral: se orienta a un tema más económico, ya que intervienen el Banco de Desarrollo en América Latina (CAF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial.

Entidades que son fuentes de financiamiento para el desarrollo de múltiples proyectos de los países miembros, además de brindar ayuda para proyectos sociales. (Comunidad Andina de Naciones, 2015)

1.5.2 Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Respalda la creación de un área de preferencias económicas en la región, con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano.

Para alcanzar el objetivo de un mercado común latinoamericano el tratado contempla ciertos instrumentos que facilitan la integración de sus miembros:

- Preferencia arancelaria regional, aplicable para productos originarios de los países miembros frente a los aranceles vigentes para terceros países.
- Acuerdos de alcance regional, para todos los países miembros
- Acuerdos de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.

Los países miembros son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Los países que gozan de un sistema preferencial son Ecuador, Bolivia y Paraguay, ya que están considerados como países de menor desarrollo económico relativo.

La ALADI mantiene vínculos multilaterales o acuerdos parciales con otros países y áreas de integración del continente.

Además contempla la cooperación horizontal con otros movimientos de integración del mundo y acciones parciales con terceros países en vías de desarrollo o sus respectivas áreas de integración. (Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), 2015)

1.5.3 Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN - NAFTA)

Es la zona de libre comercio más grande del mundo que establece la base para un crecimiento económico fuerte y de mayor prosperidad para Canadá, Estados Unidos y México, el cual elimina gradualmente las restricciones al comercio y a la inversión entre los tres países de la Región de América del Norte.

Se considera que a partir de la instauración de este tratado los niveles de comercio e inversión se han incrementado, generando un crecimiento económico sólido, creación de puestos de trabajo y mayor variedad de bienes de consumo a mejores precios.

Para las empresas existe mayor acceso a materiales, tecnología y capital de inversión, haciéndolas más competitivas frente a economías de Asia y América del Sur.

Las reglas que rigen este tratado permiten que las autoridades aduaneras de cada país puedan identificar qué mercancías originarias de los otros países miembros pueden obtener el trato arancelario preferencial. Para hacer uso de este trato preferencial es necesario que el exportador cuente con un certificado de origen.

Para ingresar a los países miembros del TLCAN, se puede solicitar la entrada temporal de un país a otro en una de las cuatro categorías de viajeros: visitantes de negocios, comerciantes e inversionistas, transferencias de personal dentro de una empresa y profesionales.

En la actualidad se han eliminado aranceles a todos los productos que cumplen con las reglas de origen del TLCAN y en los próximos 15 años se prevé la eliminación progresiva en productos que se consideran altamente sensibles.

Dentro de las principales disposiciones que maneja el tratado se encuentran: (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, 2015)

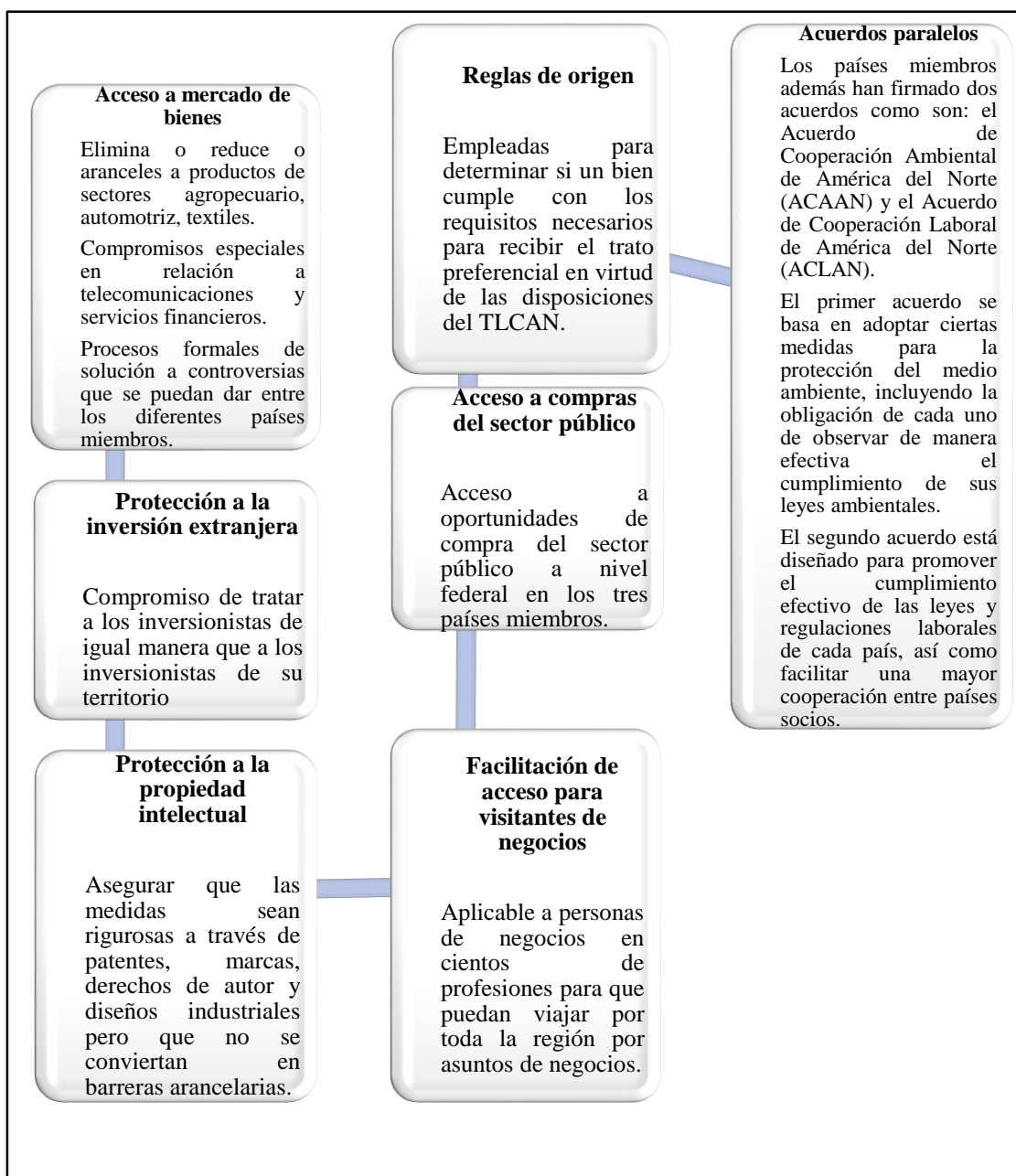


Figura 3. Disposiciones del TLCAN

Nota: Disposiciones bajo las cuales opera el TLCAN.

1.5.4 Unión Europea (UE)

Es una asociación económica y política de 28 países europeos, sus primeros pasos consistieron en impulsar la cooperación económica con la idea de que, a medida que aumentase la interdependencia económica de los países que comerciaban entre sí, disminuirían las posibilidades de conflicto entre ellos. El resultado fue la Comunidad Económica Europea (CEE), creada en 1958, que en principio suponía intensificar la cooperación económica entre seis países: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos. Posteriormente, se creó un gran mercado único que sigue avanzando hacia el logro de todo su potencial.

Se considera que la UE ha elevado el nivel de vida y ha creado una moneda única europea el Euro. El mercado único es el principal motor económico de la UE y hace que la mayoría de las mercancías, servicios, personas y capital puedan circular libremente. Otro objetivo es desarrollar este recurso para que los europeos puedan verse beneficiados al máximo.

Uno de los objetivos principales es promover los derechos humanos en su interior y en todo el mundo. Las instituciones de la UE están jurídicamente obligadas a defenderlos, al igual que los gobiernos nacionales cuando aplican la legislación de la UE.

El libre comercio en Europa, se da con un sistema uniforme de derechos aduaneros sobre las importaciones. Se declara como una zona única de comercio por la que circula libremente todas las mercancías, tanto las producidas en la UE como las importadas.

Para ingresar por primera vez al mercado de la UE se debe pagar el derecho de importación, habitualmente cuando el producto entra por primera vez a la Unión, sin que después haya que pagar nada ni pasar por inspecciones.

La protección aduanera avalará que se cumplan las normas de protección del medio ambiente, la salud y seguridad de los consumidores. Además mantiene una lucha contra la falsificación y piratería para proteger la salud, la seguridad y los puestos de trabajo en las empresas fabricantes que sí cumplen la ley. Proteger las especies amenazadas, el patrimonio cultural, así como impedir la evasión de impuestos.

Los derechos y obligaciones que estén previstos en la legislación europea no sólo incumbe a los Estados miembros, ciertas normas se aplican directamente a los ciudadanos y empresas.

Así como en todos los bloques comerciales que se han revisado anteriormente la no discriminación es un factor importante y que rige en todo el territorio para inversionistas, clientes potenciales, es decir recibirán el mismo trato, cumplirá con todas las obligaciones y será beneficiado de los acuerdos. (Unión Europea, 2015)

1.6 ARTESANÍAS DE EXPORTACIÓN

América Latina es un pueblo auténticamente artesanal, nace de las necesidades que imperaban en ese momento, así toman la iniciativa de fabricar vestimenta, utensilios, adornos con todo el material que encontraban en la naturaleza.

Es así como el término artesanía hace referencia a las obras materiales que hace el hombre con sus manos, sin emplear maquinaria, diferenciándose por el material con el que son elaborados, ya que dependerá del entorno geográfico en el que se encuentre y la tradición que mantenga el artesano.

En ciertos países los artesanos generalmente tienen a su cargo todo el proceso de producción, la compra de materia prima y la venta al consumidor, en su mayoría su producción es de venta local.

En mercados extranjeros, especialmente en Norteamérica, Europa y Asia la oferta artesanal es apreciada y bien remunerada, sin embargo pequeños artesanos no pueden acceder a estos mercados por la falta de capital, visión para exportar y de organizaciones que brinden una ayuda total, tanto en el factor económico como en capacitación.

La producción artesanal en sí forma parte del sistema económico social, solidario y sostenible, que el gobierno ha delineado para alcanzar el buen vivir. La actividad de exportación beneficia económicamente tanto a emprendedores de proyectos, al sector en general y al país.

Es así como con el paso de los años las artesanías han ido evolucionando, adaptándose a los requerimientos de mercados más exigentes; siendo más responsables con el medio ambiente, a través de la utilización de material reciclado.

La exportación de artesanías mantiene una Ley de Fomento Artesanal, la cual declara la exoneración total de los derechos, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzcan en el país y que se empleé en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias.

En el caso de exportar réplicas de patrimonios culturales, se debe llenar un formulario y entregarlo a la Dirección de Riesgo del Patrimonio Cultural del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. La Dirección emite la autorización previa inspección, embalaje y selle de los productos, trámite gratuito que se anexará al trámite aduanero de exportación.

Además se deberá contar con el RUC de Artesano, obteniendo la calificación ante la Junta Nacional de Defensa del Artesano o registro ante el Ministerio de Industrias y Productividad como artesano. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2015)

En el MIPRO el Gobierno ha desarrollado un programa llamado “exporta fácil” dirigido a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, actores de la economía popular y solidaria y Artesanos, mediante un sistema ágil y económico por envíos postales a través del Operador Público Correos del Ecuador y con los beneficios de los diferentes programas y servicios de las entidades participantes.

Para realizar la exportación deben cumplir varios requerimientos, como el peso del paquete que no puede superar los 30 kilos cada uno cuyo valor FOB no supere los \$5,000. Además de poseer la Declaración Aduanera Simplificada DAS. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2015)

Las dificultades que presenta un producto artesanal para exportar se maneja en dos puntos: la calidad de los productos y el diseño de las líneas. En cuanto a calidad puede cumplir los requerimientos para entrar a Europa, lo que no significa que no existen fallas, es decir serían inadmisibles para el nivel de calidad en general. En

cuanto a la evaluación del diseño, un gran número de artesanías no tiene los diseños apropiados para tener una posibilidad de entrar con éxito al mercado europeo. (Molina, 2013)

De acuerdo a Pro Ecuador, otro avance presente en las exportaciones de productos artesanales es el desarrollo de una marca de origen para el sector artesanal en todo el continente americano llamada “Sumag Maki”, que es emitida en el Ecuador, y tiene el apoyo de la Cámara de Artesanos de Pichincha desde el 2008.

El uso del sello de la marca “Sumag Maki” permitirá a los pequeños artesanos de diferentes sectores como alimentos y bebidas, textiles, metalmecánica, productos de limpieza y aseo personal, entre otros; internacionalizar la oferta exportable en otros mercados de la región, al cumplir los parámetros delineados de estándares.

La marca colectiva ha permitido la capacitación de diferentes grupos artesanales no solo de manera presencial sino también vía internet. Se ha capacitado externamente a 5.000 artesanos pertenecientes a países como Bolivia, Perú, Venezuela, Costa Rica, Brasil, y Panamá, que ayudaría a generar relaciones más estrechas y expandirse a estos mercados.

Esta marca ha permitido que el sector artesanal se convierta en un actor primordial en el cambio de la matriz productiva, porque añade valor agregado, además que cuenta con el apoyo de organismos internacionales tales como la ALADI.

Por lo tanto es de suma importancia que se brinde el apoyo a artesanos para realizar exportaciones, en todos los ámbitos, eliminar barreras comerciales y fomentar las relaciones con otros países, exportando productos en el que su principal valor agregado es llevar la cultura, la tradición de su pueblo impregnado en cada detalle de la artesanía.

1.7 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE ARTESANÍAS A BASE DE MIGAJÓN Y PEPA DE EUCALIPTO

Tabla 5

Características técnicas del producto

Nombre del producto Artesanías a base de migajón y pepa de eucalipto



Materiales

Maicena (harina de maíz)
Cola blanca
Oleo
Pepa de eucalipto reciclada
Chawarkero – madera del penco negro reciclado
Aceite de vaselina

Descripción

El migajón es una técnica similar al mazapán tradicional, pero se lo realiza con maicena, brinda un mejor acabado y evita el moho que se puede dar en lugares con poca luz o húmedos.

La pepa de eucalipto se toma directamente del árbol ya que así no posee ningún deterioro, además que conserva intacto su olor.

El color de estas artesanías es más intenso y durable ya que se lo pinta con oleo.

La base de la artesanía se lo realiza con el penco negro, dándole forma dependiendo la artesanía.

La caja de balsa es otro tipo de presentación para la artesanía.

CONTINÚA →

Condiciones de conservación

Soporta temperaturas altas y bajas.

Se lo puede almacenar en lugares húmedos o secos.

Nota: Citación de las características técnicas de un producto elaborado en la CAP.

1.8 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Es la identificación de un producto o artículo determinado, con un código numérico que sustituye o expresa la descripción del producto o artículo en las declaraciones aduaneras de importación o exportación.

Este sistema permite que todas las aduanas del mundo puedan clasificar fácilmente las mercancías y que se puedan comparar los flujos de comercio exterior entre países.

El código está compuesto por seis dígitos, conocidos como partida o código arancelario, a partir de los cuales se clasifican todos los productos en grandes grupos. Lo que significa que todos los países comparten este sistema y clasifican del mismo modo todas las mercancías.

Cada país puede añadir dígitos adicionales, con el fin de fijar aranceles o fines estadísticos. Los dígitos son específicos de cada país.

Es importante que un exportador conozca la partida arancelaria ya que son los responsables legales de clasificar correctamente los productos ante la aduana.

Además a los productos importados por lo general se les aplica un arancel que se determinará en base a la partida arancelaria. El exportador debe tener en cuenta este valor ya que deberá calcular el precio final de sus productos en el país de destino.

Conociendo la partida se puede obtener información sobre cuáles son los principales países importadores, la evolución de las exportaciones y a qué países está siendo exportado ese producto. (González, 2015)

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN


2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento del problema consiste en un proceso de comprensión – interpretación de un objeto de estudio, a través de la investigación. (Herrera E., Medina F., & Naranjo L., 2010, pág. 44)

2.1.1 Identificación del problema

Tabla 6

Identificación del problema

Análisis de Involucrados		Problemas percibidos	Requerimientos
Cámara Artesanal de Pichincha		<p>No existen relaciones concretas con Instituciones Públicas para viabilizar la exportación de las artesanías de sus agremiados.</p> <p>La Cámara no posee un plan concreto de exportación para los productos artesanales.</p>	<p>Identificar qué productos tienen actualmente el potencial para ingresar a mercados internacionales y trabajar en conjunto con varias organizaciones para concretar la exportación.</p> <p>Promover la formación de artesanos afiliados a la CAP en temas de interés para poder exportar sus productos.</p>
Artesanos de Pichincha		<p>No poseen el interés de exportar sus productos ya que no llegan a cumplir los diferentes requerimientos que exigen en mercados internacionales.</p> <p>Falta de recursos económicos y asistencia técnica para poder exportar su producto.</p>	<p>Instituciones públicas y privadas tengan mayor apertura en cuanto a asistencia técnica y de financiamiento para poder invertir en su producción con miras a generar artesanías de exportación.</p>
			CONTINÚA 
		<p>Perciben el mínimo apoyo por parte de las Instituciones Públicas o Privadas para</p>	

	concretar la exportación de sus productos.	
País en general	Falta de conocimiento acerca de la problemática artesanal y los inconvenientes que se presentan para exportar sus productos. Insuficiente asistencia técnica y económica a los artesanos por parte de Instituciones. Falta de apoyo a la producción artesanal.	Se incrementa el desarrollo socio – económico. Se incentiva la producción nacional.

Nota: Puntos importantes para identificar el problema del presente estudio.

2.1.2 Descripción del problema

En la actualidad muchos de los artesanos afiliados o no a la Cámara de Artesanos de Pichincha no poseen un plan de exportación de sus productos, debido a los grandes requerimientos que les imponen para ingresar a otros mercados.

Otro problema es la falta de capital para poder invertir en un lote grande de producción y afinar detalles como empaquetado y etiquetado. El desconocimiento de estos últimos puntos es un factor clave en el que el artesano debe capacitarse, para que pueda captar clientes en el mercado internacional.

En la Cámara aún no existe una correcta difusión de los productos que elaboran sus artesanos, es limitada la información que se brinda en su página web o de Facebook acerca del material o portafolio de productos que poseen.

La gama de artesanías es amplia y la exportación dentro de la Cámara de Artesanos de Pichincha es nula, por ello se seleccionará un producto para el estudio. Identificaremos los principales destinos de exportación que existen actualmente y cuáles se proyectan como puntos principales, así como los principales destinos, además el nivel de apoyo por parte del gobierno actual. Se toma en cuenta también la preferencia del mercado, ya que la competencia es alta; además las exigencias que

actualmente manejan estos países para productos artesanales porque sus estándares muchas veces son inalcanzables para los artesanos.

Actualmente en Ecuador existe programas de apoyo para la pequeña industria y artesanos a través del Ministerio de Industrias y Productividad, se han creado espacios de encuentro y negociación entre artesanos y grandes cadenas comerciales, se desea potenciar la capacidad productiva a través de asistencia técnica, capacitación e innovación que permitan mejorar las técnicas para competir con productos artesanales de otros países y poder crear un portafolio de productos más amplio de los miembros de la Cámara de Artesanos para que puedan ingresar a nuevos mercados, sin embargo no se han concretado planes para que se desarrolle este proceso.

Se ha creado una marca colectiva llamada "Sumag Maki" la cual permite que los artesanos internacionalicen su oferta de una manera más rápida cumpliendo los estándares de cada región, sin embargo, hay que reconocer que falta mucho por hacer, debe existir una mayor concentración tanto de capacitación, asistencia, apoyo económico a artesanos que aún no logran exportar sus productos, sea porque no existe la facilidad para realizarlo como pequeños productores al no poseer todas las herramientas necesarias para competir con grandes industrias, así como la falta de innovación en sus líneas de productos para que se manejen bajo estándares de calidad que exigen otros países, otro factor que detiene este proceso es que se concreten políticas y convenios con otros países para facilitar las exportaciones de estos productos, es por ello que la investigación resaltarán estos puntos desde la perspectiva de los artesanos para dar un mayor enfoque acerca del problema que presentan.

En el estudio que se realizará acerca de las artesanías de exportación de la Cámara de Artesanos de Pichincha, se dará un enfoque más amplio a los artesanos en cuanto a principales destinos de exportación, conflictos que enfrentan, principales compradores; para que artesanos y demás personas puedan tener una visión más clara acerca de la situación que enfrenta el sector artesanal y empezar a buscar nuevas oportunidades para exportar, de esa manera se generará fuentes de empleo y de ingreso para los ecuatorianos, por lo que se contribuirá al desarrollo socio – económico del país.

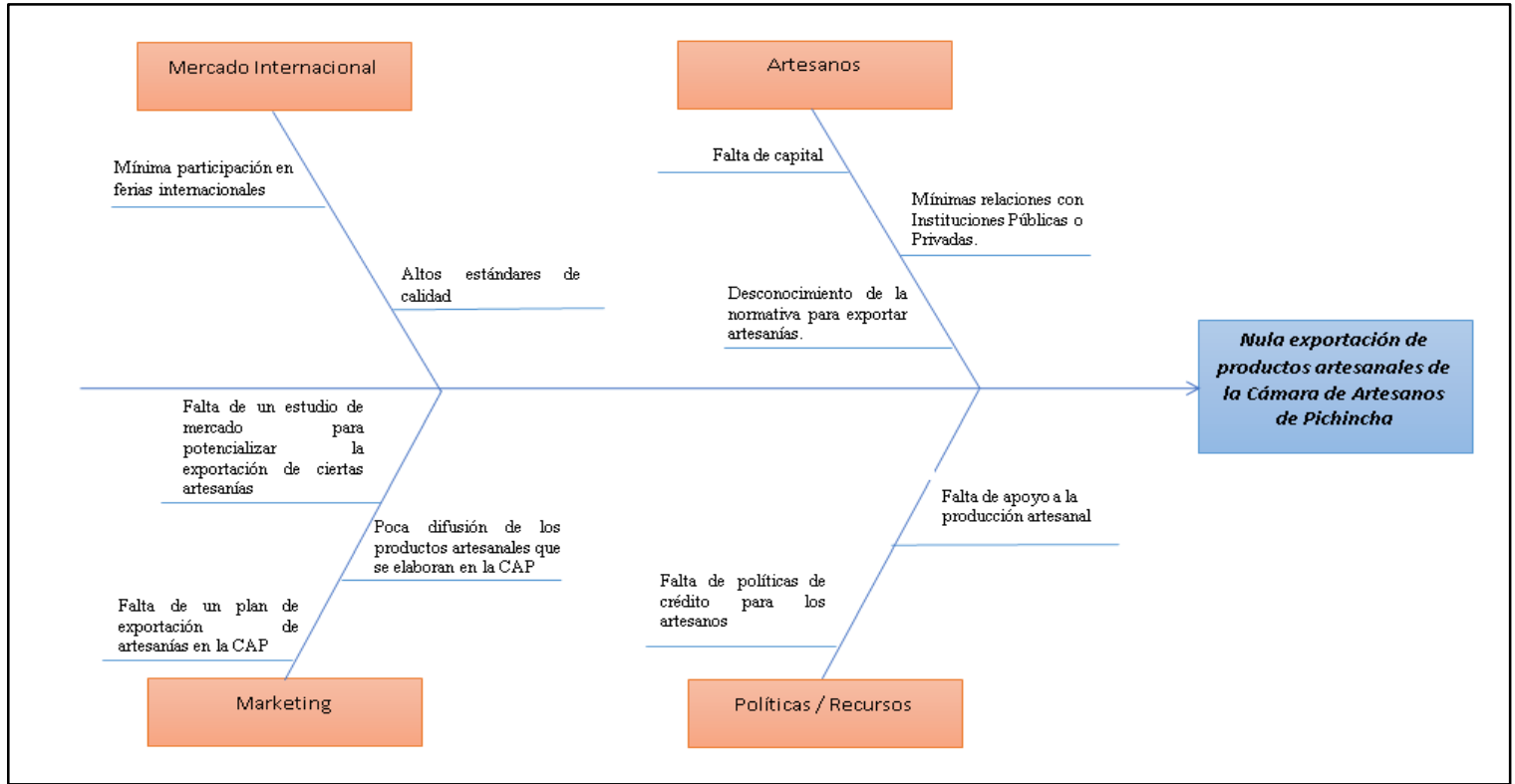


Figura 4. Diagrama de Ishikawa

Elaborado por: Wendy Nieto, marzo 2015

2.1.3 Justificación del problema

Es el porqué de la investigación, son las razones o motivos por los cuales merece que el tema se estudie. Se puede referir al interés por investigar ese tema, la importancia científica o su impacto social, la factibilidad, entre otras. (Herrera E., Medina F., & Naranjo L., 2010, pág. 51)

Hoy en día las exportaciones cumplen un papel fundamental en el desarrollo de la economía del país, así como impulsar la producción nacional que recalque la identidad cultural de un pueblo, es por ello que el artesano se ha vuelto parte imprescindible en el desarrollo sustentable en el factor socio – económico del país.

Se procederá a realizar la presente investigación, delimitando los principales lineamientos que conlleva ingresar a mercados internacionales, además de los problemas que se presentan para los artesanos, con el fin de fomentar las exportaciones de artesanías que realizan los artesanos afiliados a la Cámara de Artesanos de Pichincha.

Primeramente se realizará un análisis del nivel de exportaciones que actualmente maneja la CAP, así como los problemas que se presentan para exportar artesanías, sean técnicos o económicos, políticas y acuerdos; presentando una investigación que aborde los temas de interés para que de ser el caso si se presenta un escenario favorable se deje sentado la posibilidad de una exportación de artesanías, contribuyendo así a la economía de los artesanos y en general del país.

Además nos basaremos en varios principios establecidos en la Constitución, específicamente en el Plan Nacional para el Buen Vivir, ya que el sector artesanal es un actor primordial en el cambio de la matriz productiva, porque añade valor y busca un país en donde se desarrolle el “Buen Vivir”.

Según la disposición constitucional sujeta al Art. 280, el Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir, viene a ser un instrumento al que se basarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinará las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados.

Por ello nos basaremos en varios de sus objetivos para el desarrollo de esta investigación, con el fin de cumplir los siguientes:

Objetivo 8 “Consolidar el sistema económico, social y solidario, de forma sostenible” que establece la concreción de aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico y la justicia e igualdad en las condiciones laborales. A través de renovar el concepto de sistema económico mundial, dando prioridad a la igualdad en las relaciones de poder –tanto entre países como al interior de ellos–, a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (SENPLADES, 2013, págs. 247, 248)

Por lo tanto en el Programa de Gobierno 2013 – 2017 en la propuesta 5 busca promover una economía basada en la solidaridad, con cabida para todas las formas de producción y con empresarios que estén comprometidos con el desarrollo nacional, para ello maneja líneas de acción que se basan en brindar total apertura a los empresarios, en ámbitos como el financiero, tecnológico, simplificando trámites, entre otros. (Constitución de la República del Ecuador, 2008). De esta manera se busca fomentar la producción nacional y brindar total apoyo para que se pueda desarrollar de mejor manera y dar todas las facilidades para que artesanos y productores en general, tengan nuevos emprendimiento con la visión de exportarlos y contribuir al desarrollo económico en el país.

Objetivo 12 “Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana” a través de las alianzas que se desea crear para que la economía y pequeños productores del país se vean beneficiados.

En este punto nos basaremos en el lineamiento del numeral 12.3 que establece “Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país.”

- Literal d. Impulsar la participación de pequeños productos tanto de las MIPYMES, así como del sector de la Economía Popular y Solidaria en las

exportaciones a través de asociatividad o identificando segmentos de mercado mundial para sus productos.

- Literal e. Consolidar los mercados externos existentes, con énfasis en los países de la región e impulsar la promoción de productos no tradicionales, con valor agregado y los pertenecientes a la transformación de matriz productiva.
- Literal g. Fomentar la apertura de nuevos mercados de destino, identificando socios estratégicos, productos y nichos de mercado, aprovechando la estructura arancelaria y económica de los diferentes países.
- Literal k. Reducir los costos de transacción en las exportaciones a través de la mejora de infraestructura para el comercio, logística y optimización de trámites. (SENPLADES, 2013, pág. 347)

Todos estos puntos se despliegan en base al desarrollo de una Economía Popular y Solidaria, y ayudarán a que los resultados de la investigación ayuden a consolidar el rol de un artesano en este caso en la economía, cubriendo aspectos como desempleo, fortaleciendo la imagen y aceptación de artesanías, incentivando a realizar productos artesanales de mejor calidad para que sea factible y de gran utilidad la exportación de productos elaborados por los artesanos afiliados a la Cámara de Artesanos de Pichincha.

2.2 ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

2.2.1 ENFOQUE CUALITATIVO

La investigación cualitativa, apunta a la comprensión, análisis de los hábitos, las costumbres y los modos de actuar de los hombres y mujeres en general. Dentro de esta orientación se hallan estudios sobre el lenguaje, estilos de vida, percepciones, motivaciones y sentimientos. (Guaragna & Fridman, 2013, pág. 41)

.La investigación cualitativa proporciona conocimientos y comprensión del entorno del problema. (Malhotra, 2008, pág. 143).

Entre las características más relevantes están:

1. Se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación.
2. En la plantea el problema, más no sigue un proceso claramente definido. Sus planteamientos no son específicos como en el enfoque cuantitativo

3. Se fundamenta más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010)

Se realizará este tipo de investigación ya que se efectuará un análisis previo del problema, ayudará a identificar características técnicas del producto, percepciones de los artesanos con respecto a la exportación de sus productos.

Para el desarrollo de la investigación se utilizará la siguiente información:

2.2.1.1 Datos primarios

Son los que reúne el investigador con el fin específico de resolver un problema. (Malhotra, 2008, pág. 143)

Para la recolección de datos primarios se utiliza herramientas como la entrevista a expertos, la misma que bajo un enfoque cualitativo ayudará a recabar información y brindará una mejor óptica y comprensión acerca del problema, las entrevistas serán realizadas al presidente de la Cámara de Artesanos de Pichincha, artesanos afiliados a la misma y expertos en el sector.

La información que se requiera se obtendrá después de tener un panorama general acerca del problema, así las entrevistas tratarán puntos específicos para obtener un conocimiento más claro, entre los temas estarán:

- a. Situación de las exportaciones en la Cámara de Artesanos de Pichincha
- b. Predisposición por parte de artesanos para exportar
- c. Características técnicas de la artesanía de la cual se realizará el estudio
- d. Programas e instituciones públicas que brindan apoyo a artesanos.
- e. Nivel de apoyo que perciben los artesanos por parte de las Instituciones.
- f. Puntos de vista acerca de la mínima participación del sector artesanal en las exportaciones del país.

Se buscará información relevante en bases de datos, con respecto a la exportación de productos artesanales, con el fin de elaborar tablas dinámicas que resuman la información sobre la situación de las exportaciones relacionados a temas de compradores, destinos de importación, principales artesanías en base a valores

FOB, kilogramos y cantidad; además se identificará principales ferias en las que puedan participar artesanos ecuatorianos.

2.2.2 ENFOQUE CUANTITATIVO

El enfoque cuantitativo elige una idea, la cual se transforma en una o varias preguntas de investigación relevantes; posteriormente se establecen hipótesis y se define variables; desarrolla un plan para probar dichas hipótesis, es decir diseña la investigación; mide las variables de acuerdo a un contexto; analiza las mediciones obtenidas y establece conclusiones con respecto a las hipótesis planteadas. (Gómez, 2006, págs. 60, 61)

Cada que se realice una investigación se debe tomar en cuenta que la investigación cuantitativa debe estar precedida por una investigación cualitativa bien ejecutada. (Malhotra, 2008, pág. 143)

Se procederá a aplicar este tipo de investigación con el fin de recolectar datos concretos y específicos acerca del escenario en el que se encuentran los artesanos con respecto a la exportación de sus productos.

Para aplicar este enfoque se utilizarán bases de datos que proporcionen la información necesaria para recabar datos que aporten a la investigación.

2.2.2.1 Datos secundarios

Permiten a los investigadores trabajar con datos ya elaborados. (Esteban T. & Molina C., 2014, pág. 37). Por lo tanto para tratar el tema se buscará en una base de datos la siguiente información:

- Obtener registros cuantitativos externos acerca de las exportaciones de artesanías que se dan actualmente en el país.
- Establecimientos que se dedican a la actividad artesanal en el país.
- Destinos de exportación en base a boletines.
- Ingresos generados por exportación de artesanías

Información que se obtendrá principalmente de artículos publicados en:

- PRO ECUADOR
 - Informe mensual de comercio e inversión.

- INEC
 - Base de datos Censo Económico, 2010
- Ministerio de Industrias y Productividad
 - Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES, 2012
- Revista electrónica YURA

2.3 MODELO DE ANÁLISIS

2.3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO METODOLÓGICO

2.3.1.1 Objetivo general

Realizar un estudio sobre las exportaciones de artesanías de la Cámara Artesanal de Pichincha, para conocer la situación actual en la que se encuentra este sector, con el fin de impulsar esta actividad a través de la identificación de ferias internacionales en las que pueden participar para crear relaciones comerciales.

2.3.1.2 Objetivos específicos

- a. Definir el marco teórico que sustente la investigación establecida, tomando en cuenta las variables que se relacionan directamente con el tema a investigar.
- b. Señalar la metodología de investigación a ser aplicada para analizar la demanda internacional existente con respecto a los productos artesanales.
- c. Realizar una investigación acerca de la situación actual de las exportaciones de productos artesanales para crear una línea base de la producción de estas artesanías con perspectivas de exportación.
- d. Identificar los ingresos generados por exportación de artesanías en el país.
- e. Determinar la participación de los principales destinos de exportación, compradores, exportadores, puertos de embarque, aduanas de salida y artesanías en base a valores FOB, kilogramos y cantidad en millones de dólares.
- f. Identificar las principales ferias a nivel mundial en la que artesanos ecuatorianos puedan participar.

- g. Dar a conocer los resultados de la investigación realizada para brindar un panorama general de la situación en la que se encuentra la exportación de artesanías en el país y dejar planteado sublíneas de posibles investigaciones.

2.4 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

2.4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos a emplear en la presente investigación son:

2.4.1.1 Estudio exploratorio

Este tipo de investigación tiene como fin principal brindar información y comprensión acerca del problema a investigar. La investigación exploratoria puede ser utilizada para cualquiera de los siguientes puntos:

- Formular un problema o definirlo de mejor manera
- Desarrollar hipótesis
- Obtener ideas para desarrollar un enfoque del problema
- Establecer prioridades para la investigación posterior (Malhotra, 2008, págs. 79, 80)

Los estudios exploratorios comúnmente se aplican, cuando su objetivo es examinar acerca de un tema o problema de investigación que no ha sido estudiado con anterioridad o existe poca información del mismo. (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010, pág. 79)

Se aplicará este tipo de investigación para recabar información y obtener un análisis previo del tema a estudiar, identificando variables que ayuden a precisar el problema acerca de la nula exportación de artesanías en la Cámara de Artesanos de Pichincha.

2.4.1.2 Estudio descriptivo

Según (Díaz Narváez, 2006) los estudios descriptivos miden de manera independiente los conceptos o variables a los que se refieren. Se centran en medir con la mayor precisión posible.

Además buscan especificar propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o cualquier otro fenómeno que pueda ser sometido a análisis. (pág. 127)

Su intención es medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre conceptos o variables, más su objetivo no es precisamente indicar la relación entre las variables medidas. (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010, pág. 80)

Se empleará este tipo de estudio para recolectar información sobre las artesanías plasmándolo en una ficha técnica, identificando variables que influyen en que se dé o no una exportación con el fin de en un futuro participar en varias ferias internacionales.

2.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En el diseño de la investigación se establece las bases para realizar el proyecto. Se crea un esquema o programa en donde se detalla los procedimientos para obtener la información requerida para estructurar y resolver los problemas planteados en la investigación.

Para realizar el diseño de la investigación se pueden considerar los siguientes aspectos:

- Diseñar las fases exploratoria, descriptiva y/o causal de la investigación.
- Definir la información que se requiera.
- Especificar los procedimientos de medición y escalamiento.
- Construir y hacer la prueba piloto de un cuestionario.
- Especificar el proceso de muestreo y el tamaño de la muestra.
- Desarrollar un plan de análisis de los datos. (Malhotra, 2008, pág. 78)

2.5.1 INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL

La investigación no experimental se da cuando no existe la manipulación de las variables independientes porque ya han sucedido. En un estudio no experimental no se levanta una situación, sino que se observan situaciones ya existentes, que no son provocadas intencionalmente.

Además este tipo de investigación analiza cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado, o bien en cuál se da la relación entre un conjunto de variables en un tiempo específico. (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010, pág. 149)

Los diseños no experimentales se clasifican en transeccionales y longitudinales, para este estudio de investigación se aplicará el diseño transeccional o transversal.

2.5.1.1 Diseño transversal

Los diseños transversales o transeccionales son aquellos en los que se recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. En él se puede abarcar varios grupos o subgrupos sean de personas, objetos o indicadores. (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010, pág. 151)

A su vez, este diseño se divide en tres grupos: exploratorio, descriptivo y correlacionales/causales.

2.5.1.1.1 Diseño transversal exploratorio

Su objetivo es conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, contexto, evento, una situación. Es una exploración inicial en un momento determinado. (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010, pág. 152)

2.5.1.1.2 Diseño transversal descriptivo

Su objetivo es indagar la incidencia y los valores en los que se presentan una o más variables en una población.

El procedimiento se basa en medir a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, fenómenos, contextos, comunidades y de esa forma proporcionar su descripción. (Sampieri H., Collado F., & Lucio B., 2010, pág. 153)

Por lo tanto, se empleará la investigación no experimental ya que no se manipularán las variables independientes, ya que el estudio para determinar el nivel de exportaciones de artesanías que maneja la Cámara de Artesanos de Pichincha, se basará en variables que ya han ocurrido, sin modificación alguna.

Se aplicará un tipo de investigación exploratoria, ya que de esta forma se ayudará a tener una visión más amplia acerca del problema que se está presentando; así mismo posteriormente se empleará una investigación transversal descriptiva ya que se levantará información acerca de situaciones que se están dando en un momento único de tiempo, como los tipos de artesanías que son mayormente exportadas.

2.6 DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO

La población a la cual va dirigido el estudio, corresponde al número de afiliados a la Cámara Artesanal de Pichincha que realizan artesanías en base a migajón y pepa de eucalipto, se toma en cuenta el total de artesanos que han renovado su contrato al presente son 25 socios, y en general al sector de Varios es de 3000 afiliados. Ya que la Cámara en la actualidad no tiene exportaciones, se tomó en cuenta un sector de la misma para realizar el estudio que se lo denomina “varios”, dentro de este sector se elige artesanías realizadas a base de migajón y pepa de eucalipto ya que cumple uno de los principales requisitos que se maneja a nivel mundial, que es no atentar contra la naturaleza, ya que esta artesanía es realizada con productos reciclados.

2.7 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.7.1 Entrevistas con expertos

En el libro de (Heinemann, 2003) indica que las entrevistas cualitativas no son conversaciones improvisadas, sino que parten del planteamiento de la pregunta de la investigación y del marco teórico que se ha desarrollado en el trabajo.

Es importante que los investigadores responsables del proyecto realicen las entrevistas, ya que serán capaces de ir relacionando preguntas y respuestas con las suposiciones que se hayan hecho en la teoría.

El experto se caracteriza por su competencia profesional, experiencia vital o situacional, que es relevante para el tema de estudio. Mediante preguntas dirigidas al

objetivo se estimula al entrevistado a facilitar información desde su conocimiento especializado. Es posible estructurar partes del cuestionario a través de preguntas cerradas, pero siempre tomando en cuenta que la conversación debe permanecer abierta al especial conocimiento de cada uno de los interlocutores. (pág. 127, 129)

Para la investigación se realizó entrevistas a expertos, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 7

Entrevista a expertos

Entrevista 1	Sr. Nieto – Presidente de la Cámara de Artesanos de Pichincha
Entrevista 2	Sr. Enrique Loachamín – Artesano
Entrevista 3	Tlga. Andrea Cisneros – Técnica Pymes del Ministerio de Industrias y Productividad

Nota: Detalle de los expertos a los que se realizará entrevistas.

La información brindada por los entrevistados servirá para tener un conocimiento más claro acerca de la problemática que viven los artesanos en cuanto a exportar los productos, los programas que manejan instituciones Públicas principalmente; además la información ayudará a elaborar la ficha técnica de la artesanía en base a migajón y pepa de eucalipto, la misma que será enviada a varios destinos de exportación para conocer si existe o no aceptación, en caso de no tener respuesta se enlistará varias ferias en las cuales esta artesanía puede participar.

Formato de las entrevistas (Ver Anexo 1)

2.7.2 Bases de datos

- Artesanías de exportación (Ver Anexo 2)



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
ADUANA	DESTINO	EXPORTADOR	COMPRADOR	AJUANA	PUERTO DE EMBARQUE	FOB USD	FOB UNIT USD	CANTIDAD	KG	NELOS	LT	BRUTOS		
1	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	DAVID FETZNER	QUITO	MMI (MA)MMI N	531.40	0.20	2,738.00	100.00	0.00			
3	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	DAVID FETZNER	QUITO	MMI (MA)MMI N	500.00	0.25	2,000.00	100.00	0.00			
4	9602.00.90.00	PANAMA	CAMPO LEMA BLANCA MARINA	BLANCA MARINA CAMPO LEMA	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	50.00	2.00	20.00	50.00	0.00			
5	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	DAVID FETZNER	QUITO	MMI (MA)MMI N	1,989.50	0.50	9,977.00	140.00	0.00			
6	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	DAVID FETZNER	QUITO	MMI (MA)MMI N	1,800.00	1.00	1,800.00	140.00	0.00			
7	9602.00.90.00	FRANCIA	LOPEZ BRAZO MACCALENA ALICER	GONDRINEH	QUITO	FRANKFURT-FRANKFURT	4,489.40	3.02	1,240.00	39.00	0.00			
8	9602.00.90.00	PANAMA	CORTÉZ RAMOS ELVIRA	JOSE RAFAEL SANTILLAN MALES	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	111.00	0.11	972.00	88.00	0.00			
9	9602.00.90.00	PORTUGAL	TORTORELLI REYES TAMARA VANESSA	ARLIS SRL	QUAYAGUILA AEREO	LEIXOES	28,919.06	1.72	17,405.00	3,111.00	0.00			
10	9602.00.90.00	PANAMA	MOROCHO FLORES JOSE SEGUNDO	BYRON WIKO MOROCHO SANTACRUZ	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	3.60	0.20	18.00	1.00	0.00			
11	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	TAPA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	CONNIE COTTRELL	QUITO	PORTLAND INTERNATIONAL	1,964.80	1.80	1,228.00	76.87	0.00			
12	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	TAPA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	CONNIE COTTRELL	QUITO	PORTLAND INTERNATIONAL	360.00	0.50	780.00	14.87	0.00			
13	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	TAPA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	CONNIE COTTRELL	QUITO	PORTLAND INTERNATIONAL	650.00	1.00	650.00	25.42	0.00			
14	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	TAPA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	CONNIE COTTRELL	QUITO	PORTLAND INTERNATIONAL	400.00	0.50	400.00	7.83	0.00			
15	9602.00.90.00	ANTILLAS HOLANDESES	CHUCHUCA CABRERA SEGUNDO MANUEL	ISABEL MORALES	QUAYAGUILA AEREO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	72.00	0.40	180.00	22.00	0.00			
16	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	2,112.00	1.00	2,112.00	10.00	0.00			
17	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	370.00	0.25	1,480.00	10.00	0.00			
18	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	50.00	1.00	50.00	10.00	0.00			
19	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	144.00	1.50	98.00	10.00	0.00			
20	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	302.40	2.10	144.00	10.00	0.00			
21	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	237.12	0.78	312.00	10.00	0.00			
22	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	MINDA FAIR TRADE IMPORTS	QUITO	CHICAGO-CHARE NTER	137.60	0.50	278.00	10.00	0.00			
23	9602.00.90.00	REPUBLICA DOMINICANA	CACHIMIEL GUILUMBA JOSE LUIS	SR BOLIVAR OUALSOLU PERUGACHI	QUITO	PUNTA CANA INTERNATI	547.20	3.80	152.00	98.00	0.00			
24	9602.00.90.00	ESTADOS UNIDOS	FUNDACION PRO PUEBLO	PRO PUEBLO FOUNDATION CORP	QUAYAGUILA AEREO	MMI (MA)MMI N	1,044.80	4.61	218.00	21.20	0.00			
25	9602.00.90.00	PANAMA	CAMUENCO MORALES ANTONIO	ANTONIO CAMUENCO MORALES	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	212.80	3.80	58.00	82.00	0.00			
26	9602.00.90.00	PANAMA	LECHON CAMUENCO ALFONSO	ALFONSO LECHON CAMUENCO	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	48.80	3.60	13.00	88.00	0.00			
27	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	189.80	0.10	1,880.00	58.00	0.00			
28	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	60.80	0.04	1,517.00	49.00	0.00			
29	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	85.27	0.07	1,381.00	41.00	0.00			
30	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	125.38	0.06	2,581.00	77.00	0.00			
31	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	54.00	0.04	1,350.00	40.00	0.00			
32	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	79.36	0.32	248.00	8.00	0.00			
33	9602.00.90.00	COSTA RICA	VINKEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	DISPACIFIC S A	QUAYAGUILA AEREO	SAN JOSE-JUAN SANTAM	770.00	0.22	3,800.00	105.00	0.00			
34	9602.00.90.00	ARUBA	TABANGO MORETA MARIA CECILIA	MR RICHARD GIGI	QUITO	REINA BEATRIX AIRPORT	96.00	1.20	90.00	101.00	0.00			
35	9602.00.90.00	PUERTO RICO	MOROCHO PENAFIEL MYRAN PATRICIA	MIGUEL GELPI Y JOSE G FLORES INC	QUITO	SAN JUAN - LUIS MU'J	49.00	0.50	92.00	10.00	0.00			
36	9602.00.90.00	CURAZAO	TABANGO MORETA MARIA CECILIA	MARIA CARMEN MORETA MALDONADO	QUITO	CURACAO-AEROPUERTO H	12.00	1.20	10.00	33.86	0.00			
37	9602.00.90.00	CURAZAO	TABANGO MORETA MARIA CECILIA	MARIA CARMEN MORETA MALDONADO	QUITO	CURACAO-AEROPUERTO H	400.00	1.00	400.00	33.85	0.00			
38	9602.00.90.00	PANAMA	DE LA TORRE CACERES ALBERTO	ALBERTO DE LA TORRE CACERES	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	89.80	3.10	28.00	84.00	0.00			
39	9602.00.90.00	FINLANDIA	ROMANENKO ALEKSEI ALEXSEY		QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	136.00	0.50	272.00	16.00	0.00			
40	9602.00.90.00	PANAMA	LECHON CAMUENCO ALFONSO	ALFONSO LECHON CAMUENCO	QUITO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	137.85	1.55	89.00	54.00	0.00			
41	9602.00.90.00	ISLAS CAIMAN	FAREZ BENAVDEZ LUIS HUMBERTO	INTERNATIONAL HAND CRAFTS AND MOF	QUAYAGUILA AEREO	TOCUMEN-CIUDAD DE PA	225.00	0.25	900.00	18.00	0.00			

Figura 5. Ilustración de base de datos de artesanías de exportación

Nota: Detalle de información con la que se trabajará para realizar tablas dinámicas con información relevante acerca de la exportación de artesanías.

Información obtenida de: (Revista Electrónica Yura, 2015)

Los campos con los que se trabajará para realizar tablas dinámicas son:

Tabla 8

Información de base de datos de artesanías código arancelario 9602.00.90.00

Fecha
Arancel
Destino
Exportador
Comprador
Aduana
Puerto de Embarque
FOB USD
FOB Unitario USD
Cantidad

CONTINÚA ➡

Kg. Netos
Kg. Brutos
Descripción de la mercadería

Nota: Información que posee la base de datos de artesanías.

La información obtenida de la revista es utilizada para realizar tablas dinámicas, el proceso a seguir se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 9

Proceso de recolección de datos cuantitativos de exportación

1. Identificar la partida arancelaria en la que se encuentra el producto en estudio.
2. Obtener información de Todotrade capacitación y negocios internacionales en la revista electrónica YURA, acerca de exportadores, destinos de exportación, puertos de embarque, compradores, aduanas de salida y artesanías.
3. Diseñar tablas dinámicas en las que se identifique principales destinos de exportación, exportadores, puertos de embarque, aduanas de salida, compradores y artesanías; en base a valores FOB, kilogramos, cantidad en millones de dólares, con su respectiva participación en porcentaje.

Nota: Pasos que se seguirán para el desarrollo de tablas dinámicas.

- Boletines e informes publicados

Este proceso se realiza consultando en boletines, informes y bases de datos publicados por páginas web como MIPRO, PRO ECUADOR y el INEC principalmente.

En los cuales se tomará información relevante acerca de la situación del sector artesanal, información estadística, principales mercados de acuerdo a los registros obtenidos en las páginas mencionadas en el anterior párrafo, para el análisis final de la investigación.

CAPÍTULO 3

INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

3.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 EJECUCIÓN DEL ENFOQUE CUALITATIVO

3.1.1.1 Entrevistas con expertos

- Entrevista 1

	<p>ENTREVISTA A UN ESPECIALISTA DEL SECTOR ARTESANAL</p>
---	---

Datos Generales
Nombre del Entrevistado: Luis Nieto
Formación Académica: Artesano tabacalero
Cargo: Presidente Ejecutivo
Fecha: 07-01-2015
Lugar: Quito

Introducción

La presente entrevista tiene como propósito conocer la situación actual de la Cámara de Artesanos de Pichincha en cuanto al tema de exportación de sus productos, con el fin de tener un mayor acercamiento y mayor óptica acerca de la problemática.

Preguntas
<p>1. ¿Cuál es el número de afiliados a la Cámara de Artesanos de Pichincha?</p> <p>15500 talleres artesanales</p>

2. ¿Se tiene una base de datos de los artesanos afiliados a los distintos sectores que maneja la Cámara?

Si tenemos una base de datos que corresponde a una guía que se lo publica de manera anual y ahora tenemos una guía digital que respalda la información que tenemos debido a los cambios colectivos que sufre el ser humano tenemos ya ahora con correos electrónicos que eso no tenemos desde el anterior año.

3. ¿En la actualidad existe un plan de exportación de las artesanías realizadas por los afiliados a la Cámara?

No, no hemos podido tener la apertura de exportar como institución ni como gremio, lo que estamos preparándonos es básicamente para la exportación tenemos los productos que cumplen una normativa de calidad a través del sello “Sumag Maki” que hemos logrado hacer las diferentes negociaciones con la empresa privada en este caso con las cadenas como es Supermaxi, Tía, Paco entre otras.

4. ¿Se trabaja en conjunto con diferentes instituciones públicas o privadas para incentivar la exportación de las artesanías de la CAP?

No, no tenemos el apoyo en cuanto a una verdadera promoción, lo que hay es una novelería en cuanto a la identificación de posibilidades o los mecanismos que tiene el Estado ecuatoriano como el exporta fácil que todo el mundo lo da pero nadie lo pone en práctica.

CONTINÚA 

5. ¿Existe acercamientos con Instituciones como PRO ECUADOR y el MIPRO?

Tenemos los debidos acercamientos con PRO ECUADOR pero no tiene un programa sostenido en q vayan en una cadena, es decir que el artesano pueda identificar un producto que esté listo para exportar que cumpla las normativas de calidad si, y que este podamos ubicarle en cualquier mercado foráneo como tal, no, no hay ese respaldo como tal, más bien lo que hay son políticas de difusión en cuanto a una exportación y vuelvo a indicar no quisiera utilizar reiteradamente la palabra novelería pero es así, por ejemplo el convenio firmado con Venezuela por la parte del sucre como moneda de cambio, está firmado el convenio como tal, hay la comunicación información pero cuántos artesanos han podido participar en esta formalidad, este es nuestro reclamo es decir están las políticas establecidas y lo que hacen es difundirlas de una manera tampoco política, es una fantasía y un surrealismo que hay en este momento, hay los debidos convenios pero no se encajan en la realidad en la estructura de la parte productiva y peor existe un acompañamiento para llegar allá y exportar, los famosos convenios bilaterales como tal pero al momento de decir haber tenemos esta cantidad de productos yo quiero exportar, tenemos artesanos que tienen tiendas de artesanías en diferentes países de sur y centro américa, entonces ya tenemos una cultura de cómo llevar un producto pero si decimos al estado ecuatoriano haber hemos identificado esta cantidad de productos y yo quiero exportar porque ya estoy preparado, hemos cumplido todas las normativas que en este caso exigen no lo tenemos porque esas políticas son fantasía, son inexistentes, son surrealistas no existen

CONTINÚA 

6. ¿El apoyo que falta por parte de las Instituciones es económico o en capacitación a los artesanos?

El apoyo viene a ser en todo sentido, uno vendría a ser la capacitación que lo podríamos superar como gremio, pero mucho más allá de la capacitación

es que las políticas que se firmen y que existan para el intercambio de productos comerciales con los diferentes países hermanos sean tangibles, sólo queda en la fantasía de los burócratas y en el pensamiento de ellos porque está escrito pero al momento de utilizar las herramientas, los mecanismos que nos permita llevar al producto a diferentes mercados no lo tenemos, no lo hay, no lo podemos hacer debido a las diferentes trabas que existen dentro de todo un proceso burocrático que sufre el estado ecuatoriano como estado y también el país de origen a donde queramos llegar.

7. ¿Cree que un problema también es la falta de cultura de exportación por parte de los artesanos de la Cámara?

La institución está preparándose para la exportación de productos artesanales lo que necesitamos es que esto se acompañe porque el sector artesanal en todos los estados del mundo escúchenme bien lo que les voy a indicar en todos los estados del mundo tiene protecciones porque no podemos competir con la industria porque nuestra realidad es totalmente diferente nosotros lo hacemos de una manera manual, por lo tanto las condiciones de trabajo se multiplican hasta el mil por ciento, mientras unos lo hacen en serie nosotros todavía lo trabajamos manualmente y todo este proceso cultural porque la artesanía es un proceso cultural para poder desarrollar este tipo de expresiones y empoderarnos del mundo como una vitrina cultural del sector ecuatoriano, entonces esto no existe, no lo hay y si lo hay es únicamente en unos papeles vuelvo a indicar burocráticos que al momento de ponerlos en práctica son totalmente ineficientes uno, y lo otro es q no cumple la realidad para lo que fueron diseñados, entonces dicen tenemos el convenio para poder comercializar productos, (n) productos con Colombia, con Perú, con Venezuela, pero al momento de

CONTINÚA 

ponerlo en práctica no lo podemos poner en práctica, entonces una viene a ser la capacitación y por eso es que la institución está tomando como parte

responsable el organizarnos nosotros mismos y poder desarrollar este tipo de estrategias, por ejemplo la entrega a cadenas de supermercados, entonces vimos una necesidad un nicho de mercado que podíamos entregar estos productos hicimos nosotros directamente la negociación, y lo entregamos con la marca “Sumag Maki” es decir el producto está debidamente identificado con todas las normativas que tiene el Estado ecuatoriano y normativas a nivel mundial como no atentar contra la naturaleza no cierto, para citarles una que debe tener un código de barras, debe tener un empaquetado, en fin todas las normativas y nosotros hicimos la negociación pero ya nos toca a nosotros fortalecer los gremios pero también podemos observar que el estado ecuatoriano tiene muchas políticas en contra de los gremios como tal y ustedes pueden observar que desde el año 2008 los gremios han perdido su formalidad ya no sirve el carné artesanal, ya no sirven muchas situaciones que nosotros teníamos como ventajas y beneficios como es la parte de los créditos entonces no tenemos esa relación que vayamos el estado ecuatoriano que debe tener las políticas en favor de los sectores productivos, en este caso del más desprotegido que es el sector artesanal porque nosotros luchamos contra la parte de la academia, la academia me refiero a que los compañeros artesanos no tienen la digitalización que en este caso debe ser universal, entonces esto para nosotros es una herramienta fundamental que lo debemos superar si, entonces no tiene el grado de escolaridad para poder identificar este tipo de accesos, entonces esa es la primaria digital dentro de las luchas que lo tenemos como tal que es el identificar mercados, es decir, el Ecuador no cumple ese rol y los funcionarios que van del estado ecuatoriano a las diferentes ferias que en este caso hay como 200 ferias van ellos y qué representante va del sector artesanal, ellos van hacer sus negocios propios y particulares, si, como empresas que ha habido aquí en

CONTINÚA 

la década del setenta y ochenta como OCEPA que había una red, una infraestructura para poder comercializar nuestros productos artesanales en Estados Unidos en Europa, y los funcionarios tengo que hablar con nombre y apellido, funcionarios de las carteras de estado ahora vemos que ellos son los exportadores, cerraron la empresa del estado le cuento para usted que es joven y para los compañeros que me puedan escuchar esta empresa nos compraba a nosotros el estado ecuatoriano a través de OCEPA nos compraba a nosotros y nos adelantaba para nosotros hacer las artesanías, aquí en Ecuador teníamos seis oficinas, en Europa teníamos dos, en Estados Unidos teníamos dos, todo eso se abrió aquí, eso tenía el Ministerio de Industrias y Productividad al momento está cerrado absolutamente todas las oficinas están finiquitadas, entonces este el principal problema porque el Estado antes teníamos una vitrina y un modelo y en este momento ya no lo tenemos, entonces este viene a ser un referente como tal nefasto para la negociación y la estructura de comercialización que tiene las artesanías como tal.

8. ¿Qué cree que falta en el sector artesanal para llegar a tener una mayor participación en cuanto a exportaciones en el país?

Que los funcionarios cumplan el rol para lo cual fueron indicados que es las competencias que ellos tienen, es decir si tenemos 20 ferias y que me ha pasado con mi producto me han pedido muestras para llevar a Milán a la feria que hay allá y de todos los productos artesanales y con la finalidad de que después de la feria nos entregaban la base de datos, entonces no aparece ni la base de datos y tampoco los productos, entonces nosotros invertimos en entregar los productos como tal pero ellos no nos entregan la información, entonces ellos hacen sus propios negocios particulares y aparte de eso que exista que un representante del sector artesanal para que pueda identificar los negocios que en este caso vamos a tener en nuestro sector productivo como llevan a los compañeros comerciantes, a los industriales a este tipo de negocios, nosotros no lo tenemos como tal, es por eso que tenemos una precarización de nuestro sector productivo como tal porque todo el mundo se beneficia y menos los artesanos que estamos en el día a día.

- Entrevista 2

--	--

 ESPE UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA	ENTREVISTA A UN ESPECIALISTA DEL SECTOR ARTESANAL
--	--

Datos Generales
Nombre del Entrevistado: Enrique Loachamín
Formación Académica: Artesano
Fecha: 26-03-2015
Lugar: Llano Grande - Pichincha

Introducción

La presente entrevista tiene como propósito conocer acerca de la situación actual de un artesano afiliado a la Cámara de Artesanos de Pichincha con respecto a varios puntos importantes como exportación de sus productos, su punto de vista acerca del apoyo que reciben por parte de Instituciones Públicas o Privadas.

Preguntas
<p>1. ¿Actualmente se encuentra exportado sus artesanías?</p> <p>No, en la actualidad no me encuentro exportando ninguna artesanía de las que realizo, algunas veces he enviado vía encomienda pero nada más.</p>
<p>2. ¿Al ser afiliado a la Cámara de Artesanos de Pichincha ha trabajado en conjunto para iniciar la exportación de sus productos?</p> <p>Hemos conversado sobre el tema sin embargo no se ha concretado nada, hay muchas trabas para este proceso, lo que llegamos a cumplir es el entregar ciertos productos a Supermaxi bajo el sello “Sumag – Maki”.</p>

CONTINÚA 

<p>3. ¿Desde su perspectiva existe apoyo por parte de Instituciones Públicas o Privadas para concretar la exportación de artesanías?</p>

Hay la iniciativa, he tenido conversaciones con el Ministerio de Industrias y Productividad principalmente, he asistido a varias capacitaciones, sin embargo al momento de querer exportar aún falta cumplir ciertas normas que ellos nos imponen, y a veces se hace difícil cumplir todo esto, por eso mejor dejo el trámite ahí. En Instituciones Privadas es más complejo porque se quiere acceder a préstamos y muchas veces por ser artesanos, no nos brindan todo el monto que se necesita para la producción y peor para exportar.

4. ¿Ha escuchado sobre el programa Exporta Fácil?

Si, nos han propuesto trabajar bajo ese programa en el Ministerio, me parece interesante pero son muchos papeles, solicitan ciertos parámetros que aún no se han cumplido, aún falta trabajar en ciertos detalles para poder trabajar con este programa.

5. ¿Considera necesario que en las ferias artesanales asista un artesano representante del sector?

Si debería haber una persona que nos represente, muchas veces sólo nos piden las artesanías, o nos quieren llevar pero nos toca pagar todos los gastos a nosotros y no estamos en la posibilidad de afrontar esos gastos.

6. ¿Cuáles son las características técnicas de su producto?

Maicena (harina de maíz)

Cola blanca

Oleo

Pepa de eucalipto reciclada

Aceite de vaselina

Chawarkero - madera del Penco negro (agave) reciclado

Cajas de balsa para el empaque

- Entrevista 3

--	--

	ENTREVISTA A UN ESPECIALISTA DEL SECTOR ARTESANAL
---	--

Datos Generales
Nombre del Entrevistado: Andrea Cisneros
Formación Académica: Tecnóloga
Cargo: Técnico Pymes
Fecha: 13-04-2015
Lugar: Quito

Introducción

La presente entrevista tiene como propósito conocer acerca del apoyo que brinda una Institución Pública a los artesanos del país, además del punto de vista del especialista acerca de qué considera falta en el sector artesanal para un mayor desarrollo a nivel de exportaciones.

Preguntas
<p>1. ¿Cómo ministerio qué enfoque se tiene en cuanto a la exportación de artesanías, para el presente y futuro?</p> <p>Bueno, nosotros como Ministerio de Industrias y Productividad somos los coordinadores en el Ecuador del programa exporta fácil, este es un programa simplificado de exportaciones a través de envíos postales, es decir a través del operador público Correos del Ecuador, mediante el cual nosotros pretendemos que el artesano se convierta en un exportador directo de sus productos para lo cual nosotros hemos trabajado en conjunto</p>

CONTINÚA 

<p>con otras entidades a fin de poder complementar todos los conocimientos que ellos necesitan para que ellos puedan hacer de inmediato sus artesanías.</p>

2. ¿Se da seguimiento post exportación a los artesanos?

Sí, nosotros hacemos una especie de encuesta para evaluar el servicio porque al ser coordinadores de este programa que tenemos que reportarlo no sólo a nivel de Gobierno sino a nivel de IIRSA que es la iniciativa para la integración de la infraestructura regional suramericana, nosotros hacemos una evaluación para determinar los cuellos de botella, los tipos de entrega, qué dificultades porque estamos en un proceso continuo de mejoramiento de este servicio exporta fácil.

3. ¿El programa Exporta Fácil ha tenido aceptación por parte de los artesanos y ha cumplido los objetivos que se propusieron al iniciar el programa?

La verdad es que el exporta fácil previo a ser lanzado teníamos ya la misión del artesano que necesitaba el servicio porque estaba haciendo exportaciones de manera informal, a nivel de encomienda lo cual no podríamos llamar como una exportación, dentro de los países que tienen en Suramérica que estamos hablando de Brasil, Perú, Colombia, Uruguay y el Ecuador nos han tomado como uno de los países con la experiencia más exitosa, de hecho vino un delegado de fuera porque quieren que un delegado de Ecuador vaya a dar esa experiencia y se pueda replicar esta experiencia en los países en vías de desarrollo.

4. ¿Existe algún tipo de relación o convenio con la Cámara de Artesanos de Pichincha para exportar los productos de sus afiliados?

No, no este servicio si bien es cierto está enfocado para que los artesanos, los micro pequeños, medianos empresarios, los actores de la economía popular y solidaria sean quienes principalmente utilicen el servicio, está abierto a todo

CONTINÚA 

público, cualquier persona que tenga un RUC activo puede acceder al servicio, estén registrados o no en el ministerio, estén registrados o no como

artesanos o como microempresarios o no estén afiliados a ninguna cámara no, es un servicio abierto, como Gobierno nosotros estamos cubriendo las exportaciones y damos todas las facilidades para que el que tenga un cliente en el exterior, un producto que tenga perfil postal pueda utilizar este servicio, incluso la actividad puede ser cualquiera que este ejerciendo, puede ser una consultoría, puede ser si tiene una tienda, como artesano, lo importante es que está activo y que tiene el cliente en el exterior.

5. ¿El apoyo que se brinda en el programa exporta fácil al artesano, es tanto en capacitación como financiero?

Bueno el apoyo es integral, nosotros como Ministerio de Industrias a través de la dirección a la cual yo pertenezco previo a la exportación les hacemos una especie de diagnóstico, vemos en qué estado está el artesano porque tenemos aquí en planta diseñador gráfico que les puede ayudar en temas de empaque, del embalaje, de una marca, de un etiquetado, en el acuerdo ministerial que nosotros entregamos a través de la industria artesanal es que el artesano puede acceder incluso a descuentos en el IEPI para que pueda patentar su marca, sus logos, tenemos también capacitaciones permanentes en temas de acceso a mercados, cosas relacionadas en todo el ámbito artesanal no sólo para el tema exportación, tenemos también el apoyo de PRO ECUADOR a través de ellos damos capacitaciones permanentes de todo lo que implique comercio exterior y aquí en la oficina brindamos asistencia técnica personalizada al artesano, le enseñamos cómo utilizar herramienta, les damos el seguimiento completo a todo el proceso cuando va a ser su primera exportación y nos apoyamos con PRO ECUADOR que son las oficinas comerciales para consultar el destino, aranceles, requisitos dependiendo del país, dependiendo de la legislación para que ellos conozcan los documentos de acompañamiento que van a

CONTINÚA 

necesitar en el destino para desaduanizar, porque realmente para exportar aquí es sumamente fácil pero si tenemos que nosotros cerciorarnos que en el

destino no vaya a tener problemas porque sino llega allá la mercadería y se queda atorada en la aduana no podríamos cumplir con el objetivo, nuestro objetivo es darle un buen seguimiento global.

6. ¿Se tiene una base de datos sobre compradores de artesanías en base a migajón y pepa de eucalipto en mercados internacionales?

No, esa no es nuestra competencia, esa competencia es del Instituto de Promoción y Exportaciones que ellos a través de las oficinas comerciales, ellos gestionan no sólo para los artesanos sino para todo el sector productivo, los posibles compradores, la demanda del producto ecuatoriano, incluso el tema de inversiones; entonces por eso es que nosotros nos articulamos con otras entidades del estado porque nosotros no abarcamos todas las competencias, entonces se armó un grupo de trabajo de Ecuador exporta fácil donde integramos nueve entidades que en la parte operativa están solamente tres el MIPRO, Correos del Ecuador y PRO ECUADOR que tenemos oficinas a nivel nacional y que estamos día a día trabajando en este asesoramiento personalizado para el exportador.

7. ¿Qué cree que falta en el sector artesanal para llegar a tener una mayor participación en cuanto a exportaciones en el país?

Una de las deficiencias es el tema del acabado, tenemos artesanías muy buenas pero si hablamos así de forma general si hay detalles que nos hacen falta pulir, mejorar, a veces tenemos un excelente producto pero al momento que vamos a enviar, el embalaje, el etiquetado dejan mucho todavía que desear, por eso es lo que nosotros estamos trabajando en esos aspectos para poderles asesorar, tuvimos una experiencia que llevamos artesanos a una feria en Chile, artesanías muy bonitas pero muy mal embaladas, llegaron

CONTINÚA 

unas despegadas otras destruidas entonces y a pesar de que nosotros previo a eso les explicamos cómo tiene que ser, en primera instancia les devolvimos

nuevamente, no esto están vuélvano hacer, entonces si falta un poco trabajar en el tema de la mentalidad del artesano, explicarle de que no es lo mismo que en el mercado local, porque generalmente en el tema de la exportación el extranjero tiene otra mentalidad y es muy exigente, si usted le dice le voy a mandar 10 productos con estas características, tiene que ser exactamente los 10 con esas características, nuestro artesano dice no este ultimito le voy a poner así no más, no, el extranjero no le va a pagar, el extranjero le va a cancelar, y usted va a perder ese cliente, de hecho tuvimos una experiencia con un artesano que le recomendamos a través de PRO ECUADOR, y el tema era que ya le pagaron y él no enviaba entonces es un problema, tenemos que ser cumplidos con los tiempos, con lo que ofrecemos, con la calidad, el ser totalmente serios y darnos cuenta que realmente el artesano tiene que pensar en grande, no es que porque soy artesano tiene que ayudarme todo el gobierno, sí nosotros estamos con todas las herramientas para ayudarle pero tiene que él hacer su esfuerzo para exportar, en alguna cosa que me comentaba en la otra pregunta en el tema del financiamiento, nosotros como Ministerio de Industrias estamos suscribiendo algunos convenios con la banca pública y privada justamente para poderles dar créditos o líneas de crédito con ciertos parámetros en especial por ser artesanos y microempresarios, estamos trabajando ya se han firmado, es indispensable que estén registrados acá como artesanos, y nosotros les damos el asesoramiento y le guiamos para que ellos puedan acceder a ese tipo de crédito.

3.1.1.2 Tablas dinámicas

Tabla 10

Monto total FOB por destino de exportación

País	Total	Participación
ALEMANIA	8.659,32	1,22%
ANTILLAS HOLANDESAS	3.931,50	0,56%
ARGENTINA	20,50	0,00%
ARUBA	1.555,20	0,22%
AUSTRALIA	404,60	0,06%
AUSTRIA	26.388,66	3,73%
BARBADOS	1.245,11	0,18%
BELGICA	17.181,90	2,43%
BRASIL	3.238,10	0,46%
CANADA	17.162,97	2,43%
CHILE	2.038,00	0,29%
COLOMBIA	925,00	0,13%
COSTA RICA	4.504,11	0,64%
CUBA	44,88	0,01%
CURAZAO	1.478,98	0,21%
ESPANA	6.950,54	0,98%
ESTADOS UNIDOS	330.788,39	46,75%
FINLANDIA	136,00	0,02%
FRANCIA	136.288,11	19,26%
GRECIA	173,40	0,02%
HONDURAS	1.870,80	0,26%
ISLAS CAYMAN	986,50	0,14%
ITALIA	41.648,85	5,89%
JAMAICA	326,00	0,05%

CONTINÚA 

JAPON	240,00	0,03%
-------	---------------	--------------

LUXEMBURGO	90,60	0,01%
MARTINIQUE	165,00	0,02%
NO ESPECIFICADO	1.355,00	0,19%
NORUEGA	11,08	0,00%
PAISES BAJOS	46.258,62	6,54%
PANAMA	3.170,10	0,45%
PERU	51,90	0,01%
PORTUGAL	30.257,71	4,28%
PUERTO RICO	738,00	0,10%
REINO UNIDO	4.626,22	0,65%
REPUBLICA CHECA	539,00	0,08%
REPUBLICA DOMINICANA	907,60	0,13%
RUMANIA	33,60	0,00%
SANTA LUCIA	60,00	0,01%
SUECIA	24,00	0,00%
SUIZA	144,00	0,02%
SURINAME	88,60	0,01%
TRINIDAD Y TOBAGO	524,12	0,07%
URUGUAY	660,00	0,09%
VECO LOGISTICS MIAMI INC	2.346,54	0,33%
VIETNAM	7.200,00	1,02%
VIRGIN ISLANDS (U.S.	125,00	0,02%
Total general	707.564,11	100,00%

Nota:

Identifica a los principales países importadores bajo la perspectiva de los montos transados con los artesanos ecuatorianos. FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 11

Monto unitario FOB por destino de exportación

País	Total unitario	Participación
ALEMANIA	21,52	0,93%
ANTILLAS HOLANDESAS	4,20	0,18%
ARGENTINA	0,45	0,02%
ARUBA	13,83	0,60%
AUSTRALIA	0,96	0,04%
AUSTRIA	10,10	0,44%
BARBADOS	5,09	0,22%
BELGICA	18,43	0,79%
BRASIL	0,50	0,02%
CANADA	226,84	9,78%
CHILE	3,78	0,16%
COLOMBIA	7,05	0,30%
COSTA RICA	8,32	0,36%
CUBA	0,17	0,01%
CURAZAO	10,25	0,44%
ESPANA	378,40	16,32%
ESTADOS UNIDOS	490,78	21,16%
FINLANDIA	0,50	0,02%
FRANCIA	499,58	21,54%
GRECIA	0,60	0,03%
HONDURAS	15,32	0,66%
ISLAS CAYMAN	1,83	0,08%
ITALIA	54,63	2,36%
JAMAICA	1,20	0,05%

CONTINÚA 

JAPON	9,75	0,42%
LUXEMBURGO	3,02	0,13%

MARTINIQUE	0,20	0,01%
NO ESPECIFICADO	21,51	0,93%
NORUEGA	2,68	0,12%
PAISES BAJOS	18,01	0,78%
PANAMA	54,16	2,34%
PERU	1,73	0,07%
PORTUGAL	2,50	0,11%
PUERTO RICO	1,30	0,06%
REINO UNIDO	373,40	16,10%
REPUBLICA CHECA	2,00	0,09%
REPUBLICA DOMINICANA	9,48	0,41%
RUMANIA	0,12	0,01%
SANTA LUCIA	0,20	0,01%
SUECIA	1,60	0,07%
SUIZA	4,00	0,17%
SURINAME	0,20	0,01%
TRINIDAD Y TOBAGO	2,33	0,10%
URUGUAY	1,80	0,08%
VECO LOGISTICS MIAMI INC	16,41	0,71%
VIETNAM	18,00	0,78%
VIRGIN ISLANDS (U.S.	0,25	0,01%
Total general	2.318,98	100,00%

Nota: Identifica a los principales países importadores bajo la perspectiva de los montos unitarios transados con los artesanos ecuatorianos. FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 12

Cantidad total exportada

País	Total	Participación
ALEMANIA	6.071,00	0,62%
ANTILLAS HOLANDESAS	12.780,00	1,32%
ARGENTINA	130,00	0,01%
ARUBA	6.263,00	0,64%
AUSTRALIA	892,00	0,09%
AUSTRIA	6.684,00	0,69%
BARBADOS	4.091,00	0,42%
BELGICA	5.720,00	0,59%
BRASIL	22.124,00	2,28%
CANADA	22.815,00	2,35%
CHILE	11.390,00	1,17%
COLOMBIA	908,00	0,09%
COSTA RICA	33.675,00	3,47%
CUBA	264,00	0,03%
CURAZAO	1.659,00	0,17%
ESPAÑA	19.380,00	2,00%
ESTADOS UNIDOS	406.123,00	41,81%
FINLANDIA	272,00	0,03%
FRANCIA	110.983,00	11,42%
GRECIA	289,00	0,03%
HONDURAS	7.141,00	0,74%
ISLAS CAYMAN	6.510,00	0,67%
ITALIA	20.725,00	2,13%
JAMAICA	1.046,00	0,11%

CONTINÚA 

JAPON	100,00	0,01%
--------------	---------------	--------------

LUXEMBURGO	30,00	0,00%
MARTINIQUE	1.650,00	0,17%
NO ESPECIFICADO	63,00	0,01%
NORUEGA	10,00	0,00%
PAISES BAJOS	206.969,00	21,31%
PANAMA	12.314,00	1,27%
PERU	30,00	0,00%
PORTUGAL	18.139,00	1,87%
PUERTO RICO	3.327,00	0,34%
REINO UNIDO	9.336,20	0,96%
REPUBLICA CHECA	539,00	0,06%
REPUBLICA DOMINICANA	1.091,00	0,11%
RUMANIA	280,00	0,03%
SANTA LUCIA	300,00	0,03%
SUECIA	15,00	0,00%
SUIZA	36,00	0,00%
SURINAME	443,00	0,05%
TRINIDAD Y TOBAGO	450,00	0,05%
URUGUAY	800,00	0,08%
VECO LOGISTICS MIAMI INC	6.256,00	0,64%
VIETNAM	400,00	0,04%
VIRGIN ISLANDS (U.S.	900,00	0,09%
Total general	971.413,20	100,00%

Nota: Identifica la cantidad que cada país ha importado del Ecuador.

Tabla 13

Total kg netos exportados

País	Total	Participación
ALEMANIA	664,09	0,87%
ANTILLAS HOLANDESAS	791,15	1,04%
ARGENTINA	196,50	0,26%
ARUBA	1.022,59	1,34%
AUSTRALIA	14,00	0,02%
AUSTRIA	228,90	0,30%
BARBADOS	186,37	0,24%
BELGICA	137,98	0,18%
BRASIL	224,00	0,29%
CANADA	1.484,91	1,95%
CHILE	1.098,17	1,44%
COLOMBIA	5.740,27	7,55%
COSTA RICA	2.781,00	3,66%
CUBA	6,56	0,01%
CURAZAO	506,35	0,67%
ESPAÑA	434,41	0,57%
ESTADOS UNIDOS	17.073,69	22,44%
FINLANDIA	16,00	0,02%
FRANCIA	3.560,59	4,68%
GRECIA	60,00	0,08%
HONDURAS	181,18	0,24%
ISLAS CAYMAN	220,00	0,29%
ITALIA	3.571,88	4,70%
JAMAICA	22,00	0,03%

CONTINÚA 

JAPON	6,00	0,01%
LUXEMBURGO	30,40	0,04%
MARTINIQUE	82,00	0,11%
NO ESPECIFICADO	0,00	0,00%
NORUEGA	28,00	0,04%
PAISES BAJOS	2.753,28	3,62%
PANAMA	3.059,12	4,02%
PERU	1,00	0,00%
PORTUGAL	3.221,00	4,23%
PUERTO RICO	257,68	0,34%
REINO UNIDO	787,03	1,03%
REPUBLICA CHECA	30,30	0,04%
REPUBLICA DOMINICANA	771,75	1,01%
RUMANIA	22,00	0,03%
SANTA LUCIA	117,14	0,15%
SUECIA	21,00	0,03%
SUIZA	5,84	0,01%
SURINAME	40,00	0,05%
TRINIDAD Y TOBAGO	291,76	0,38%
URUGUAY	99,00	0,13%
VECO LOGISTICS MIAMI INC	181,89	0,24%
VIETNAM	24.000,00	31,55%
VIRGIN ISLANDS (U.S.	42,06	0,06%
Total general	76.070,84	100,00%

Nota: Identifica el total de kg netos importados por país.

Tabla 14*Los 10 principales destinos de exportación de artesanías (FOB)*

País	Total	Participación
ALEMANIA	8.659,32	1,31%
AUSTRIA	26.388,66	3,99%
BELGICA	17.181,90	2,60%
CANADA	17.162,97	2,59%
ESTADOS UNIDOS	330.788,39	49,98%
FRANCIA	136.288,11	20,59%
ITALIA	41.648,85	6,29%
PAISES BAJOS	46.258,62	6,99%
PORTUGAL	30.257,71	4,57%
VIETNAM	7.200,00	1,09%
Total general	661.834,53	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales importadores de artesanías ecuatorianas bajo la perspectiva de total FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 15*Los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas (FOB)*

Exportador	Total	Participación
ARTES SAQUIL S. A.	56.782,85	10,22%
COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	53.718,90	9,67%
ESPIN LOPEZ RICARDO ALBERT	35.736,96	6,43%
FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRES	108.755,07	19,57%
FRY MARIANNE MARGARET	32.023,23	5,76%

CONTINÚA 

FUNDACION MCCH MAQUITA CUSHUNCHIC C	40.167,15	7,23%
FUNDACION PRO PUEBLO	53.119,80	9,56%
KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	44.330,31	7,98%
TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	78.501,49	14,13%
TORTORELLI REYES TAMARA VANESSA	52.559,86	9,46%
Total general	555.695,62	100,00%

Nota: Identifica a los principales exportadores de artesanías ecuatorianas en base al total FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 16

Los 10 principales compradores de artesanías ecuatorianas (FOB)

Comprador	Total	Participación
	88.547,97	20,05%
ARUS SRL	29.919,06	6,77%
DAVID FETZNER	58.710,20	13,29%
GONDRAND	54.917,21	12,43%
HEIDE BERTHA JUSTINA	21.065,87	4,77%
JONA THON BROOKS HALL	23.828,85	5,39%
MINGA FAIR TRADE IMPORTS	37.455,52	8,48%
NAYA NAYON	24.221,64	5,48%
NODOVA / ELODIE GUILLERM	49.942,53	11,31%
TEN THOUSAND VILLAGES	53.097,30	12,02%
Total general	441.706,15	100,00%

Nota: Identifica a los principales compradores de artesanías ecuatorianas en base al total FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 17

Las 10 principales artesanías exportadas (FOB)

Artesanías	Total	Participación
ADORNOS PEQ 035-CAJA	16.572,30	5,12%
ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA	64.732,62	19,99%
ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA	18.383,00	5,68%
ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA	28.298,79	8,74%
ARTICULOS DE TAGUA VARIOS 035-CAJA	23.964,30	7,40%
COLLARES DE TAGUA 035-CAJA	47.621,54	14,70%
FIGURAS DE TAGUA (ANIMELAS) 159- SACOS(UNIDAD JUNAC)	52.559,86	16,23%
PIEZAS DE BISUTERIA DE TAGUA 035- CAJA	23.131,21	7,14%
PULSERAS DE TAGUA 035-CAJA	29.645,33	9,15%
TAGUA 035-CAJA	18.960,24	5,85%
Total general	323.869,19	100,00%

Nota: Identifica a las principales artesanías exportadas bajo la perspectiva del valor FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 18*Aduanas de salida (FOB)*

Aduana	Total	Participación
ESMERALDAS	51,90	0,01%
GUAYAQUIL AEREO	67.454,47	9,53%
GUAYAQUIL MARITIMO	65.776,75	9,30%
QUITO	573.355,99	81,03%
TULCAN	925,00	0,13%
Total general	707.564,11	100,00%

Nota: Identifica a los principales puertos de salida de artesanías en base al valor FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 19***Los 10 principales puertos de embarque***

Puerto embarque	Total FOB	Participación
	118.267,36	20,51%
AMSTERDAM-AMSTERDAM-	25.272,55	4,38%
BRUSSELS-NATIONAL AI	17.181,90	2,98%
CHICAGO-O'HARE INTER	47.050,28	8,16%
FRANKFURT-FRANKFURT	141.290,80	24,50%
LEIXOES	29.919,06	5,19%
MIAMI (MIA)-MIAMI IN	126.247,86	21,89%
NEW YORK-JOHN F. KEN	23.640,86	4,10%
PHILADELPHIA INTERNA	18.383,00	3,19%
SALT LAKE CITY-SALT	29.426,40	5,10%
Total general	576.680,07	100,00%

Nota: Identifica los principales puertos de embarque de artesanías ecuatorianas en base al valor FOB = término de negociación libre a bordo.

Tabla 20***Los 10 principales importadores de artesanías (cantidad)***

País	Total	Participación
ANTILLAS HOLANDESAS	12.780,00	1,46%
BRASIL	22.124,00	2,53%
CANADA	22.815,00	2,61%
COSTA RICA	33.675,00	3,85%
ESPANA	19.380,00	2,22%
ESTADOS UNIDOS	406.123,00	46,48%
FRANCIA	110.983,00	12,70%

CONTINÚA 

ITALIA	20.725,00	2,37%
PAISES BAJOS	206.969,00	23,69%
PORTUGAL	18.139,00	2,08%
Total general	873.713,00	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales importadores de artesanías ecuatorianas en base a la cantidad.

Tabla 21

Los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas (cantidad)

Exportador	Total	Participación
ARTES SAQUIL S. A.	260.703,00	35,93%
CADENA POZO ROSA INES	29.891,00	4,12%
COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	122.432,00	16,87%
DIAS FRANCISCO GUILHERME	27.644,00	3,81%
FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRES	31.239,00	4,31%
KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	51.520,00	7,10%
TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	102.644,00	14,15%
TORTORELLI REYES TAMARA VANESSA	28.265,00	3,90%
VASCONEZ PERUGACHI PATRICIO JOSE	38.192,00	5,26%
VINUEZA GONZALEZ CARLOS EDUARDO	33.059,00	4,56%
Total general	725.589,00	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas refiriéndose a la cantidad.

Tabla 22***Los 10 principales compradores de artesanías (cantidad)***

Comprador	Total	Participación
	111.001,00	17,53%
DAVID FETZNER	128.705,00	20,32%
DISPACIFIC S A	33.033,00	5,22%
GONDRAND	21.568,00	3,41%
MINGA FAIR TRADE IMPORTS	42.892,00	6,77%
NAYA NAYON	127.899,00	20,19%
NAYA NAYON NEDERLAND	46.936,00	7,41%
NODOVA / ELODIE GUILLERM	42.193,00	6,66%
ONE WORLD PROJECTS	32.856,00	5,19%
XSOTICA	46.238,00	7,30%
Total general	633.321,00	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales compradores de artesanías ecuatorianas bajo la perspectiva de cantidad.

Tabla 23***Las 10 principales artesanías exportadas (cantidad)***

Artesanías	Total	Participación
ADORNOS PEQ 035-CAJA	38.671,00	7,76%
ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA	104.392,00	20,96%
ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA	42.040,00	8,44%
ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA	67.612,00	13,58%
FIGURAS DE TAGUA (ANIMELAS) 159- SACOS(UNIDAD JUNAC)	28.265,00	5,68%

CONTINÚA 

FIGURAS DE TAGUA 035-CAJA	32.241,00	6,47%
PIEZAS DE TAGUA 035-CAJA	28.537,00	5,73%
PRENEDORES ANGELES NACIMIENTOS 035-CAJA	27.370,00	5,50%
PULSERAS DE TAGUA 035-CAJA	38.348,00	7,70%
TAGUA 035-CAJA	90.577,00	18,19%
Total general	498.053,00	100,00%

Nota: Identifica las 10 principales artesanías ecuatorianas exportadas en base a la cantidad.

Tabla 24

Los 10 principales puertos de embarque (cantidad)

Puerto embarque	Total	Participación
	132.554,00	17,24%
AMSTERDAM- AMSTERDAM-	106.623,00	13,87%
BUFFALO-BUFFALO NIAG	32.856,00	4,27%
CHICAGO-O'HARE INTER	67.033,00	8,72%
FRANKFURT-FRANKFURT	137.600,00	17,89%
MIAMI (MIA)-MIAMI IN	161.512,00	21,00%
ROTTERDAM	25.940,00	3,37%
SAN FRANCISCO-SFO IN	46.348,00	6,03%
SAN JOSE-JUAN SANTAM	33.536,00	4,36%
TOCUMEN-CIUDAD DE PA	24.987,00	3,25%
Total general	768.989,00	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales puertos de embarque en base a la cantidad.

Tabla 25*Aduanas de salida (cantidad)*

Aduana	Total	Participación
ESMERALDAS	30,00	0,00%
GUAYAQUIL AEREO	63.102,00	6,50%
GUAYAQUIL MARITIMO	58.816,00	6,05%
QUITO	848.557,20	87,35%
TULCAN	908,00	0,09%
Total general	971.413,20	100,00%

Nota: Identifica a los principales puertos de salida de artesanías basándose en la cantidad exportada.

Tabla 26*Los 10 principales importadores de artesanías (kg)*

País	Total	Participación
CANADA	1.484,91	2,21%
COLOMBIA	5.740,27	8,54%
COSTA RICA	2.781,00	4,14%
ESTADOS UNIDOS	17.073,69	25,39%
FRANCIA	3.560,59	5,29%
ITALIA	3.571,88	5,31%
PAISES BAJOS	2.753,28	4,09%
PANAMA	3.059,12	4,55%
PORTUGAL	3.221,00	4,79%
VIETNAM	24.000,00	35,69%
Total general	67.245,74	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales importadores de artesanías en base al peso en kg exportados.

Tabla 27*Los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas (kg)*

Exportador	Total	Participación
ARTES SAQUIL S. A.	2.285,50	4,22%
COVENA RODRIGUEZ RICHARD STALIN	6.048,00	11,16%
F.V - AREA ANDINA S.A.	5.739,27	10,59%
FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRES	1.416,32	2,61%
KEEFE CHRISTOPHER GEORGE	2.069,88	3,82%
LANDETA SAMPEDRO BYRON MARCELO	1.956,50	3,61%
RUIZ VEGA FERMINA DEL CARMEN	1.400,00	2,58%
TAPIA QUINTEROS CHRISTIAN IVAN	3.298,55	6,09%
TORTORELLI REYES TAMARA VANESSA	5.961,00	11,00%
TRADER FOODS S.A.	24.000,00	44,30%
Total general	54.175,02	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales exportadores de artesanías ecuatorianas basándose en el peso en kg.

Tabla 28*Los 10 principales compradores de artesanías (kg)*

Comprador	Total	Participación
	11.534,22	21,55%
ANH QUAN INTERNATIONAL TRADING CO.,	24.000,00	44,84%
ARUS SRL	3.111,00	5,81%
DAVID FETZNER	6.508,00	12,16%
DISPACIFIC S A	1.206,00	2,25%
MINGA FAIR TRADE IMPORTS	1.841,88	3,44%
NAYA NAYON	1.563,00	2,92%
NODOVA / ELODIE GUILLERM	1.014,43	1,90%
PABLO MERLO FLORES	1.350,00	2,52%
SRA FERMINA DEL CARMEN RUIZ VEGA	1.400,00	2,62%
Total general	53.528,53	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales compradores de artesanías ecuatorianas en base a los kg exportados.

Tabla 29*Los 10 principales puertos de embarque (kg)*

Puerto embarque	Total	Participación
	12.313,06	20,25%
CHICAGO-O'HARE INTER	2.421,06	3,98%
FRANKFURT-FRANKFURT	3.083,19	5,07%
HAIPHONG	24.000,00	39,47%
LEIXOES	3.111,00	5,12%
MIAMI (MIA)-MIAMI IN	8.142,93	13,39%
PORTLAND INTERNATIONAL	1.278,57	2,10%
SAN JOSE	1.400,00	2,30%
SAN JOSE-JUAN SANTAM	1.381,00	2,27%
TOCUMEN-CIUDAD DE PA	3.677,59	6,05%
Total general	60.808,40	100,00%

Nota: Identifica los 10 principales puertos de embarque en base a los kg importados.

Tabla 30*Los 5 principales países, productos y compradores (FOB)*

País	Artesanías	Comprador	Total	Participación
ESTADOS UNIDOS	ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA	HEIDE BERTHA JUSTINA	21.065,87	6,84%
		ONE WORLD PROJECTS	7.556,88	2,45%
		PROPUEBLO FOUNDATION CORP	9.311,11	3,02%
		PROPUEBLO FUNDACION CORP	3.154,70	1,02%
		PROPUEBLO FOUNDATION CORP	3.297,54	1,07%
	Total ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA		44.386,10	14,41%
	ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA	TEN THOUSAND VILLAGES	18.383,00	5,97%
	Total ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA		18.383,00	5,97%
	ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA	DAVID FETZNER	17.584,35	5,71%
	Total ARTICULOS DE TAGUA 035-CAJA		17.584,35	5,71%

CONTINÚA →

	ARTICULOS DE TAGUA VARIOS TEN THOUSAND VILLAGES 035-CAJA		23.964,30	7,78%
	Total ARTICULOS DE TAGUA VARIOS 035-CAJA		23.964,30	7,78%
	PULSERAS DE TAGUA 035-CAJA	JONA THON BROOKS HALL	4.715,55	1,53%
		JONATHON BROOKS HALL	751,95	0,24%
		MINGA FAIR TRADE IMPORTS	819,60	0,27%
		MINGA FAIR TRADE IMPORTS	6.369,00	2,07%
		TERRA NATURAL DESIGNS	958,40	0,31%
	Total PULSERAS DE TAGUA 035-CAJA		13.614,50	4,42%
	Total ESTADOS UNIDOS		117.932,25	38,30%
FRANCIA	COLLARES DE TAGUA 035-CAJA		4.458,00	1,45%
		ASPAL	856,80	0,28%
		KA OUANE SAFIA	951,00	0,31%
		NODOVA / ELODIE GUILLERM	12.108,19	3,93%
		REMI PIERNOT CASAYAN	2.007,50	0,65%
	Total COLLARES DE TAGUA 035-CAJA		20.381,49	6,62%
	COLLARES VINCHAS MATERIAL NODOVA / ELODIE GUILLERM DE TAGUA 035-CAJA		12.413,72	4,03%
	Total COLLARES VINCHAS MATERIAL DE TAGUA 035-CAJA		12.413,72	4,03%

CONTINÚA 

	PIEZAS DE BISUTERIA DE TAGUA GONDRAND 035-CAJA		23.131,21	7,51%	
	Total PIEZAS DE BISUTERIA DE TAGUA 035-CAJA		23.131,21	7,51%	
	PIEZAS DE BISUTERIA DE TAGUA GONDRAND 035-CAJA		13.555,75	4,40%	
	Total PIEZAS DE BISUTERIA DE TAGUA 035-CAJA		13.555,75	4,40%	
	PIEZAS Y BISUTERIA DE TAGUA GONDRAND 035-CAJA		15.486,35	5,03%	
	Total PIEZAS Y BISUTERIA DE TAGUA 035-CAJA		15.486,35	5,03%	
Total FRANCIA			84.968,52	27,59%	
ITALIA	ANILLOS DE TAGUA 035-CAJA		1.394,40	0,45%	
	Total ANILLOS DE TAGUA 035-CAJA		1.394,40	0,45%	
	ARETES DE TAGUA 035-CAJA	CONSORZIO ALTROMERCATO	CTM	1.867,60	0,61%
	Total ARETES DE TAGUA 035-CAJA		1.867,60	0,61%	
	COLLAR DE TAGUA DISENO IRREGULAR 035-CAJA		1.742,00	0,57%	
	Total COLLAR DE TAGUA DISENO IRREGULAR 035-CAJA		1.742,00	0,57%	

CONTINÚA →

	COLLARES DE TAGUA 035-CAJA	CONSORZIO	CTM	5.416,32	1,76%
		ALTROMERCATO			
	Total COLLARES DE TAGUA 035-CAJA			5.416,32	1,76%
	FIGURAS DE TAGUA (ANIMELAS)			22.640,80	7,35%
	159-SACOS(UNIDAD JUNAC)				
	Total FIGURAS DE TAGUA (ANIMELAS) 159-SACOS(UNIDAD JUNAC)			22.640,80	7,35%
	Total ITALIA			33.061,12	10,74%
PAISES BAJOS	ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA		NAYA NAYON	14.265,60	4,63%
	Total ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA			14.265,60	4,63%
	ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA		NAYA NAYON	6.583,84	2,14%
	Total ARTESANIAS DE TAGUA 035-CAJA			6.583,84	2,14%
	PIEZAS DE TAGUA 035-CAJA		NAYA NAYON NEDERLAND	4.851,29	1,58%
	Total PIEZAS DE TAGUA 035-CAJA			4.851,29	1,58%
	PRENDEDORES	ANGELES		4.910,00	1,59%
	NACIMIENTOS 035-CAJA				
	Total PRENDEDORES ANGELES NACIMIENTOS 035-CAJA			4.910,00	1,59%

CONTINÚA →

	TAGUA 035-CAJA	NAYA NAYON	3.372,20	1,10%
		NAYA NAYON NEDERLAND	7.727,58	2,51%
	Total TAGUA 035-CAJA		11.099,78	3,60%
Total PAISES BAJOS			41.710,51	13,55%
PORTUGAL	DOCENAS DE LLAVEROS DE MARIO ALBERO MALES		34,65	0,01%
	TAGUA 035-CAJA	SARANSIG		
	Total DOCENAS DE LLAVEROS DE TAGUA 035-CAJA		34,65	0,01%
	FIGURAS DE TAGUA (ANIMELAS) 159-SACOS(UNIDAD JUNAC)	ARUS SRL	29.919,06	9,72%
	Total FIGURAS DE TAGUA (ANIMELAS) 159-SACOS(UNIDAD JUNAC)		29.919,06	9,72%
	PIEZAS DE TAGUA 035-CAJA	EQUANATURA DI JUAN MIGUEL ANDRADE L	304,00	0,10%
	Total PIEZAS DE TAGUA 035-CAJA		304,00	0,10%
Total PORTUGAL			30.257,71	9,83%
Total general			307.930,11	100,00%

Nota: Identifica los 5 principales países, artesanías y compradores en base al valor FOB = término de negociación libre a bordo

3.1.1.3 Ferias internacionales de artesanías

Tabla 31

Información Feria Expoartesanías

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Bogotá – Colombia	Expoartesanías es reconocida como una importante plataforma de comercialización para el sector artesanal hacia mercados nacionales e internacionales. Fundada en mayo de 1964, la integra el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, trabajando en conjunto con el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá - Corferias	Pueden participar los artesanos o personas que demuestren trabajar con el sector artesanal, todo aspirante debe cumplir con el proceso de evaluación y selección que adelanta la entidad. Los precios del stand varían de acuerdo a su ubicación y tamaño en mts ² del mismo.	Del 4 al 17 de diciembre.	Los resultados que se obtuvieron en el año 2014 son: 832 Expositores 74210 Visitantes

Nota: Feria de artesanías desarrollada en Colombia.

Tabla 32

Información Feria Internacional Artesanías Córdoba

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Córdoba - Argentina	Feria organizada por la empresa Modus S.A., con 32 años de experiencia es un lugar donde el público valora y jerarquiza la artesanía de calidad. Una oportunidad única para exhibir las mejores producciones. La Feria Internacional de Artesanías es la cita anual obligada para todos los artesanos de Latinoamérica. Vidriera ineludible para la exposición y venta de las mejores producciones	Están llamados a participar: -Artesanos en forma individual -Talleres artesanales -Microemprendimientos -Entidades oficiales -Mercados artesanales -Instituciones dedicadas a la promoción de las artesanías Previo a su participación debe presentar una muestra de la producción que pretende exponer, para ser valorada y asegurar que cumpla un nivel mínimo de calidad.	Del 1 al 12 de abril.	Se tiene un aproximado de: 1000 visitantes 600 expositores

Nota: Feria internacional organizada por la empresa Modus S.A. en Argentina.

Tabla 33

Información New York International Gift Show

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Nueva York Estados Unidos	– Es una de las ferias más importantes del sector de cuantas se celebran en los Estados Unidos, en esta feria se pueden ver todas las últimas novedades relacionadas con el sector, puesto que en ella se dan cita los mejores profesionales y empresas del sector. Este evento por su importancia, es una feria de casi inexcusable asistencia para los profesionales del sector.	Pueden participar empresas, artesanos previo cumplimiento de ciertos estándares de calidad en sus productos para competir con otros países.	Del 15 al 19 de agosto.	Se presenta un aproximado de: 35.000 asistentes 2800 empresas expositoras

Nota: Importante feria de artesanías desarrollada en Estados Unidos.

Tabla 34

Información Feria Internacional de Artesanía de Viña del Mar (FIAVI)

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Viña del Mar – Chile	Se abre en 1960. En la actualidad, con más de 50 versiones la Feria Internacional de Artesanía convoca artesanos de diversas naciones, como Perú, Bolivia, Argentina, Ecuador, Egipto, China, entre otras, que con el decidido apoyo del y de la Unión de Empleados Municipales de la ciudad (UNEMUS).	Pueden ser partícipes de la feria: -Artesanos naturales -Talleres artesanales -Mercados artesanales	Del 07 de enero al 15 de febrero	Se presenta un aproximado de: 200.000 visitantes

Nota: Feria internacional desarrollada en Chile.

Información Feria Internacional de Artesanías La Rural

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Buenos Aires Argentina	<p>– La X edición de la Feria Internacional de Artesanías, una de las más importantes de América. Se tiene la oportunidad de exhibir y vender sus creaciones en el mayor y más concentrado mercado nacional. Es un singular punto de encuentro donde se unen la cultura y el comercio, generando un espacio donde artesanos y visitantes estrechan lazos que facilitan el intercambio y desarrollo, contribuyendo así a fomentar la producción artesanal.</p>	<p>Participan en la feria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artesanos en forma individual -Talleres artesanales -Microemprendimientos -Mercados artesanales -Entidades artesanales oficiales -Instituciones de promoción de las artesanías -Delegaciones provinciales y del exterior -Representantes Gubernamentales 	Del 03 al 08 de diciembre	Se presenta un aproximado de: 36.430 visitantes 419 expositores

Nota: Información de una de las ferias más importante de Latinoamérica desarrollada en Argentina.

Tabla 36

Información L'ARTIGIANO IN FIERA

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Milán – Italia	<p>La feria es un evento que registra un encuentro para conocer y abrazar la tradición y la cultura del trabajo de más de un centenar de países, en un ambiente de fiesta y positividad en contacto directo con los artesanos. El compromiso es mantener viva la curiosidad hacia el trabajo de todos los artesanos que se encuentran en la feria</p> <p>Se presenta como un evento lleno de novedades, lo que confirma la 'extraña' alianza entre los visitantes, expositores y organizadores.</p>	<p>Participan en la feria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artesanos en forma individual -Talleres artesanales -Microemprendimientos -Mercados artesanales -Entidades artesanales oficiales -Instituciones de promoción de las artesanías - 	Del 05 al 13 de diciembre.	Se tiene un aproximado de: 3.000 puestos de exhibición.

Nota: Información de la feria internacional de artesanías desarrollada en Italia.

Tabla 37**Información Feria Internacional de la Artesanía**

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Lisboa - Portugal	Esta feria anual, que se realiza desde 1.988, es el mayor escenario de Cultura Material e Inmaterial de la Península Ibérica y el segundo a nivel Europeo. Lisboa es un palco abierto a la novedad y a la creación, integrada por una diversidad de productos entre los que se encuentran la artesanía utilitaria, decorativa, de uso personal, artístico y la artesanía de recuerdos y souvenirs. La feria proporciona al expositor el espacio ideal y las condiciones esenciales para la realización de buenos negocios.	Participan en la feria: - Artesanos en forma individual -Talleres artesanales -Mercados artesanales -Instituciones de promoción de las artesanías -Delegaciones provinciales y del exterior -Representantes Gubernamentales	Del 28 de junio al 06 de julio.	Esta feria abarca un aproximado de: 488 expositores directos 99.593 visitantes

Nota: Detalle de la segunda Feria internacional de artesanías más importante de Europa desarrollada en Portugal.

Tabla 38

Información Feria Import Shop Berlín

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
Berlín – Alemania	Desde hace más de 50 años, Bazar Berlín viene presentando con éxito un concepto único: "Mercado Global de Productos Locales". Cada año, artes y oficios de minoristas y fabricantes se reúnen en Berlín con compradores entusiastas de productos étnicos y naturales de alta calidad. Este evento es verdaderamente único en términos de tamaño, experiencia global y éxito.	Los expositores son Importadores, exportadores y fabricantes de Alemania y de todo el mundo.	Del 18 al 22 de noviembre.	Esta feria abarca un aproximado de: 50.000 visitantes

Nota: Feria internacional de artesanías desarrollada en Alemania.

Tabla 39

Información Feria Las Manos del Mundo

País	Información	Expositores	Período	Cobertura
México	Formada por la Unión Nacional de Productores Artesanales de México, es la institución que respalda al Comité Organizador de la Feria Internacional de Artesanías. El evento incluye un intenso programa de encuentros de negocios para facilitar el cierre de operaciones de compra-venta ya que se ha diseñado una fuerte campaña de publicidad para mayoristas y minoristas para atraer a todo público interesado en artesanías.	Participan en la feria: - Artesanos de todo el mundo -Talleres artesanales -Microempresarios -Entidades artesanales oficiales -Instituciones de promoción de las artesanías	Del 30 de abril al 03 de mayo	Se tiene un aproximado de: 100 expositores

Nota: Información de la feria internacional de artesanías desarrollada en México.

3.1.1.4 Ficha técnica del producto

La ficha técnica del producto es realizada con el fin de conocer la demanda internacional, la aceptación y disposición de compra del producto, se identificará estos puntos enviando la ficha a los correos electrónicos de posibles compradores en varios destinos de exportación, en espera de su respuesta, caso contrario se citarán las principales ferias artesanales que son posibles mercados en los que puede ingresar el producto.

El diseño de la ficha se hizo con la información obtenida de las entrevistas realizadas a los expertos artesanos, así como la asesoría para definir detalles del producto, portafolio del mismo. (Ver Anexo 3)

3.1.2 EJECUCIÓN DEL ENFOQUE CUANTITATIVO

3.1.2.1 Bases de datos

- Boletines e Informes

El sector artesanal tiene gran representatividad en Ecuador, aproximadamente son un millón 500 mil personas; 10% de la población ecuatoriana y el 30% de la PEA (Población Económicamente Activa).

El Gobierno tiene el objetivo de promover y apoyar el crecimiento y la competitividad de los artesanos, como actores estratégicos de la economía nacional y beneficiarios directos del Cambio de la Matriz Productiva, cree e invierte en las microempresas como dinamizadoras de la economía, productores con calidad y diversificadores de la oferta exportable que requiere la transformación productiva del país. (Business.Ec, 2015)

Para el año 2014 el sector exportó USD 15.7 millones y un total de 1.9 mil toneladas de artesanías. Entre los principales destinos de exportación se encuentran: Hong Kong, Italia, China, Estados Unidos y Turquía. (PRO ECUADOR, 2015). En la siguiente figura se detallan los destinos con su respectiva participación:

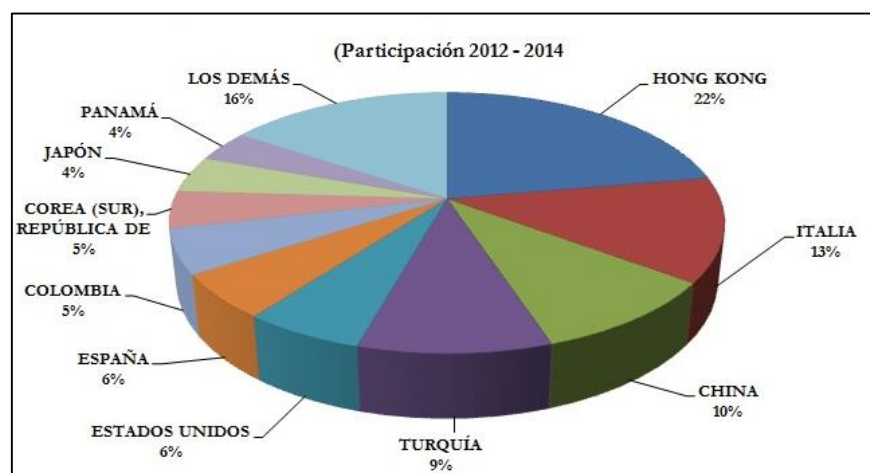


Figura 6: Principales destinos de exportación de artesanías

Nota: Detalle gráfico de los principales destinos de exportación de artesanías con su participación entre el año 2012 -2014. *Información obtenida de:* (PRO ECUADOR, 2015)

Los ingresos generados por la exportación de artesanías en base a valores FOB son positivos, desde el año 2012 al 2014 ha tenido auge de acuerdo al Boletín publicado por PRO ECUADOR.

Tabla 40

Ingresos generados por artesanías en base a valores FOB y Toneladas

Sector	Unidades	Años		
		2012	2013	2014
Artesanal	Fob Miles USD	11,765	13,289	15,701
	Toneladas	2,046	1,836	1,909

Nota: Detalle de los ingresos generados por la actividad artesanal en valores FOB y toneladas del año 2012 al 2014.

Entre las principales artesanías exportadas se encuentran los botones de tagua, bisutería, entre otros, reflejados en la siguiente tabla:

Tabla 41***Principales artesanías exportadas***

Artesanías	Unidades	Años		
		2012	2013	2014
Botones de tagua	Fob Miles USD	7,364	9,549	12,626
	Toneladas	757	1,052	1,200
La demás bisutería	Fob Miles USD	499	910	320
	Toneladas	57	53	13
Gelatina sin endurecer trabajada	Fob Miles USD	1,005	784	663
	Toneladas	119	68	73
Vajilla y demás artículos de uso doméstico de cerámica, excepto porcelana	Fob Miles USD	1,407	714	709
	Toneladas	795	368	287
Bisutería de los demás metales comunes	Fob Miles USD	447	321	62
	Toneladas	13	6	4
Otros productos	Fob Miles USD	1,044	1,011	1,321
	Toneladas	306	289	332
TOTAL	Fob Miles USD	11,765	13,289	15,701
	Toneladas	2,046	1,836	1,909

Nota: Detalle de principales artesanías exportadas de acuerdo a PRO ECUADOR.

Para el año 2010 el número de establecimientos dedicados a la actividad artesanal son de 1.812, los mismos se dividen en varias ramas de acuerdo a su actividad. (FLACSO - MIPRO , 2012, págs. 5, 6) (Censo Económico 2010 (INEC), 2012)

Tabla 42***Ramas del sector artesanal***

Rama de actividad	Número de establecimientos
Artesanías en general	905
Artesanías de madera	758
Artesanías de Cerámica	149
Total artesanías	1.812

Nota: Número de establecimientos que realizan actividades artesanales de acuerdo a su rama.

En cuanto a financiamiento obtenido por parte de instituciones públicas y privadas de 2412 establecimientos encuestados se presenta la siguiente información:

Tabla 43

Principales fuentes de financiamiento

Fuente de financiamiento	Monto de financiamiento	% total
Instituciones públicas	7,292.910	17,78
Instituciones privadas	31,700.000	77,27
Gobierno	71,805	0,18
Otras Inst. no reguladas por la SBS	69,700	0,17
Con garantía	612.200	1,49
Sin garantía	1,278.281	3,11
Total financiamiento	41,024.896	100,00

Nota: Información acerca los montos de financiamiento que brindan instituciones públicas y privadas a artesanos.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES Y SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

4.1 CONCLUSIONES

- El sector artesanal dirigido por la Cámara Artesanal de Pichincha tiene un portafolio orientado al mercado local, ha crecido de una manera cautelosa hasta conseguir productos de distribución pero netamente de connotaciones nacionales por lo que no se logró identificar el apoyo del organismo que regenta y de otros organismos responsables del crecimiento de los sectores de la Economía Popular y Solidaria. Afirmamos dichas proposiciones en vista que al momento de realizar la investigación no se encontró productos de exportación, ni un plan para realizar dicha actividad.
- Es necesario la implementación de un plan de exportación de los productos de la Cámara, con el fin de delinear estrategias y crear relaciones concretas con Instituciones Públicas o Privadas que incentiven esta actividad.
- De acuerdo a expertos en el sector es necesario un cambio de mentalidad en el artesano en puntos como: el acabado de la artesanía, cumplir con tiempos de entrega, normas técnicas para que su participación sea mayor en las exportaciones del país.
- Desde el punto de vista de los artesanos es necesario que Instituciones Privadas y Públicas principalmente den un total y verdadero acompañamiento en cuanto a la exportación de sus productos, las políticas deben ser realizadas de acuerdo a la realidad que vive el artesano para que se pueda concretar este proceso.
- Los ingresos generados en el país por exportación de artesanías de acuerdo a valores FOB para el año 2014 fue de 15,701 millones de dólares.
- Los principales exportadores de artesanías ecuatorianas a nivel general en valores FOB son el Fondo ecuatoriano Populorum Progress con el 19,57%, Christian Tapia con el 14,13%, seguido por Artes Saquil S.A. con el 10,22%.
- Los resultados obtenidos en la investigación detallan que los principales destinos de exportación de artesanías en base a valores FOB son países desarrollados, en donde el principal destino es Estados Unidos con el 49,98% seguido por Francia con el 20,59%.

- De acuerdo a la investigación se obtiene que las principales artesanías exportadas en base a valores FOB son artesanías de tagua que corresponden al 19,99% de los productos que pertenecen a la partida arancelaria estudiada.
- Las principales fuentes de financiamiento con las que cuentan los artesanos al año 2010 son de Instituciones Privadas con un 77,28% y de Instituciones Públicas un 17,78%.
- Las ferias internacionales constituyen una vitrina para los productos de artesanos ecuatorianos, ya que en su mayoría están enfocadas en crear relaciones comerciales, entre las ferias más importantes por su cobertura se encuentra: Feria Internacional de Lisboa con 99.593 visitantes, Expoartesanías con 74210 visitantes.

4.2 SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.

El estudio deja abierto la posibilidad de realizar nuevas investigaciones citadas a continuación:

- Estudio de la oferta exportable del sector de cerámica y conexos de la Cámara Artesanal de Pichincha.
- Estudio de las mejores ferias internacionales de artesanías posicionadas en Latinoamérica.
- Estudio sobre programas que impulsa el Gobierno para incentivar la producción de artesanías y su exportación.
- Estudio del nivel de aceptación de la marca “Sumag Maki” en los artesanos afiliados a la Cámara Artesanal de Pichincha.
- Estudio de la incidencia de los actuales tratados internacionales firmados por Ecuador en la exportación de productos artesanales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador (SENAE). (s/f). *Regímenes Aduaneros*. Recuperado el 02 de marzo de 2015, de http://www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action
- Aguilera Verduzco, M. (1998). *Crecimiento económico y distribución del ingreso*. México: Facultad de Economía, UNAM .
- Artesanías de Llano Grande. (s/f). *Materiales y técnicas utilizadas* . Obtenido de <http://www.artesllanogrande.com/>
- Asociación de Funcionarios de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar. (2014). *AFUMUVI*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://www.afumuvi.cl/>
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). (s/f). *Asociación Latinoamericana de Integración*. Recuperado el 02 de marzo de 2015, de <http://www.aladi.org/nsfweb/sitio/index.htm>
- Ávila y Lugo, J. (2004). *Introducción a la economía*. México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.
- Báez, J., & De Tudela, P. (2009). *Investigación Cualitativa*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Bajo, O. (1991). *Teorías del comercio internacional*. Barcelona: Antoni Bosch S.A.
- Ballesteros Roman, A. J. (2005). *Comercio Exterior teoría y práctica*. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Berumen, S. A. (2006). *Introducción a la economía internacional*. Madrid: ESIC Editorial.
- Botero, J. (2005). *Serie Estudios y Perspectivas*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Business.Ec. (s/f). *Microempresas y Artesanos del Ecuador expondrán productos con calidad en la 1era 'Feria Mipymes 2014*. Recuperado el 02 de abril de 2015, de <http://business.ec/index.php/noticias/43-microempresas-y-artesanos-del-ecuador-expondran-productos-con-calidad-en-la-1era-feria-mipymes-2014>

- Calva, J. L. (2007). *México en el mundo: inserción eficiente*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Canta Izaguirre, A., Casabella, R., Conde, A. C., Rosello Fernández, J., & Torres, G. (2014). *Comercio internacional en el siglo XXI. La puerta de acceso a los negocios globales*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Censo Económico 2010 (INEC). (2012). *Boletín 23 mensual de análisis sectorial de Mipymes*. Quito.
- Churión, J. R. (2001). *Economía al alcance de todos*. Caracas, Venezuela: Alfadil Ediciones.
- Comunidad Andina de Naciones. (s/f). *Objetivos de la CAN*. Recuperado el 02 de Marzo de 2015, de <http://www.comunidadandina.org/index.aspx>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Montecristi.
- Corferias. (2014). *Expoartesanías*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://www.expoartesanias.com>
- Díaz Narváez, V. P. (2006). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. Santiago de Chile: RIL Editores.
- Dobb, M. (1999). *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*. México: Siglo xxi editores, s.a.
- Donolo, C., Donzelli, F., Fenghi, F., & Farolfi, B. (1985). *La cultura del 900*. Siglo veintiuno editores.
- Espinoza, D. (2013). *Teoría del Ciclo de Vida del Producto, Prezi*. Obtenido de https://prezi.com/fjjacs_htgjo/teoria-del-ciclo-de-la-vida-del-producto/
- Esteban T., Á., & Molina C., A. (2014). *Investigación de Mercados*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Feria Internacional de Artesanías. (2014). *Feria Internacional de Artesanías*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de http://artesaniasbue.com.ar/?page_id=32

- FLACSO - MIPRO . (2012). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES*. Quito.
- Freire Rubio, M. T., Alonso Neira, M. Á., Blanco Jiménez, F. J., & González Blanch, M. (s/f). *Cuestiones Básicas de Macroeconomía Aplicada*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gaytán Torres, R. (2005). *Teoría del comercio internacional*. México: Siglo XXI Editores S.A.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- González, S. (s/f). *Asociación Multisectorial de Empresas*. Recuperado el 20 de enero de 2015, de <http://www.amec.es/por-que-debemos-conocer-la-partida-arancelaria-de-nuestros-productos/>
- Guaragna, B., & Fridman, A. (2013). *Investigación de Mercado en el siglo XXI*. Argentina: Dunken.
- Hall, R., & Taylor, J. (1992). *Macroeconomía*. Barcelona: Antoni Bosch, editor, S.A.
- Harnecker, M. (2002). *El capital: conceptos fundamentales*. México: Siglo xxi editores, s.a. de c.v.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la Metodología de la Investigación Empírica*. Barcelona, España: Paidotribo.
- Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2010). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato, Ecuador: Gráficas Corona Quito.
- Hidalgo Capitán, A. L. (1998). *El pensamiento económico sobre desarrollo*. Obtenido de <http://www.uhu.es/antonio.hidalgo/documentos/pesd.pdf>
- Icart Isern, M. T., Fuentelsaz Gallego, C., & Pulpón Segura, A. M. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona, España: EDICIONS UNIVERSITAT BARCELONA.

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (s/f). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 02 de marzo de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>
- L'artigiano In Fiera. (s/f). *L'artigiano In Fiera*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://www.artigianoinfiera.it/web/index.php?lingua=ESP>
- Las Manos del Mundo. (s/f). *Las manos del mundo*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://lasmanosdelmundo.com/index.html>
- Lerma Kirchner, A., & Márquez Castro, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning Editores.
- Lombana Coy, J., Rozas Gutiérrez, S., Corredor Velandia, C., Silva Guerra, H., Castellanos Ramírez, A., & González Ortíz, J. (2011). *Negocios Internacionales*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: PEARSON Educación.
- Maza Zabala, D. (2002). *Fundamentos de Economía*. Caracas, Venezuela: CEC, S.A.
- Messe Berlin. (s/f). *Messe Berlin*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://www.bazaar-berlin.de/en/>
- Ministerio de Economía y Finanzas, Perú. (s.f.). Recuperado el 02 de marzo de 2015, de https://mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=290&Itemid=100856&lang=es
- Ministerio de Industrias y Productividad. (s/f). Recuperado el 02 de marzo de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>
- Modus S.A. (s/f). *Feria Internacional Artesanías*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://www.feria-artesantias.com.ar/>
- Molina, E. (2013). De Pymes a Pymex: la exportación de los productos artesanales. *OKONOMÍA*, 11, 12.
- NY NOW. (s/f). *New York International Gift Show*. Recuperado el 14 de abril de 2015, de <http://nynow.com/Home.aspx>

- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lisboa. (2013). *Informes de Ferias - Feria Internacional de Artesanías*. Lisboa: ICEX.
- Organización Mundial del Comercio. (s/f). *Políticas de la OMC*. Recuperado el 02 de marzo de 2015, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/org6_s.htm
- Padilla Torres, H. (Octubre de 2008). *Zona Económica - La Política Comercial a fondo*. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/politica-comercial>
- Paul, J. R. (2006). *Es realmente libre el libre comercio?* Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- PRO ECUADOR. (s/f). *Sector Artesanías*. Recuperado el 01 de abril de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/>
- Revista Electrónica Yura. (s/f). Recuperado el 09 de marzo de 2015, de http://world_business.espe.edu.ec/yura-revista-electronica/
- Ruiz Molina, K., & Enderica Rodriguez, H. (Julio de 2011). *Análisis de líneas de créditos existentes en el Ecuador para operaciones de Comercio Exterior*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/411/3/TESIS%20KATIA%20RUZ%20MOLINA%20-%20HOLGER%20ENDERICA%20RODRIGUEZ.pdf>
- Sampieri H., R., Collado F., C., & Lucio B., P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Sanz Serrano, J. A. (2005). *Esquemas de Historia del Pensamiento Económico*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017. Ecuador.
- Sierralta Ríos, A. (2005). *Negociaciones comerciales internacionales*. Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Sotelo Navalpotro, J., Julián, U. H., Cáceres Ruiz, J., & Freire Rubio, M. T. (2003). *Toerías y Modelos Macroeconómicos*. Madrid: ESIC Editorial.

Steinberg, F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Madrid: Editorial Akal.

Tobarra Ochoa, P. (1995). *Estudio del Alto Guadalentín desde la perspectiva económica de la gestión del agua subterránea*. Murcia: Caja de Ahorros del Mediterráneo.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte. (s/f). *Disposiciones del TLCAN*. Recuperado el 02 de marzo de 2015, de http://www.tlcanhoy.org/default_es.asp

Unión Europea. (s/f). Recuperado el 02 de marzo de 2015, de http://europa.eu/index_es.htm

Vargas Sánchez, G. (2006). *Introducción a la Teoría Económica un enfoque Latinoamericano*. México: Pearson Educación.

Zapata, O. A. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. México: Pax México.