

**ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**



***BLANCA LILIANA MONTENEGRO OBANDO***

Magister en Diseño Curricular y Evaluación Educativa. Universidad Técnica de Ambato. Ingeniera en Comercio Exterior e Integración. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Diplomado en Currículo por Competencias. Universidad Técnica de Ambato. Certificación de Gestión por Competencias. Escuela Superior de Administración Pública. Actualmente cursando la Maestría en Gestión y Logística del Transporte Multimodal en la Universidad Central del Ecuador, Quito. Docente Titular Agregada TC en la ECEYNCI de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, desde 2009.



***IVÁN ALIRIO REALPE CABRERA***

Ingeniero en Comercio Exterior e Integración Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Tecnólogo en Administración Aduanera. Actualmente cursando Maestría en Gestión y logística del Transporte multimodal en la Universidad Central, Quito. Docente Ocasional TC por contrato en la E.C.E.Y.N.I de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, desde 2010. Coordinador TC de la E.C.E.Y.N.I desde 2013.

**“Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi”**

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)

[liliana.montenegro@upec.edu.ec](mailto:liliana.montenegro@upec.edu.ec)

[ivan.realpe@upec.edu.ec](mailto:ivan.realpe@upec.edu.ec)

**Resumen**

La presente investigación presenta un análisis de la situación y tipificación artesanal a nivel interno de la provincia del Carchi desde el punto de vista asociativo, legal y situacional, identificando asociaciones objeto de estudio a través de aspectos intraorganizacionales y extraorganizacionales, de la misma manera se basa en el análisis externo de 12 países objeto de estudio representados por sus principales indicadores sociales, económicos y comerciales, esquematizados en fichas técnicas las cuales facilitan la visualización y posterior análisis de los principales mercados alternativos para la comercialización de artesanías.

Además se detallan los principales mecanismos de comercialización a nivel nacional e internacional, los cuales brindan una amplia visión de elección de los países que cuentan con mayor estabilidad dado sus condiciones cualitativas y cuantitativas.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

## **ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

La metodología utilizada para el análisis interno del sector artesanal es el FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) el cual brinda un diagnóstico inicial del sector artesanal objeto de estudio con lo cual se pretende minimizar las debilidades y potencializar las oportunidades, además para el análisis externo se elaboraron matrices POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del MedioK) identificando los mercados con mayor estabilidad económica, legal y geográfica, que presenten mayores oportunidades y menores riesgos comerciales de acceso hacia los principales mercados aptos para la comercialización de artesanías la información utilizada tanto para el análisis interno y externo se obtuvo a través de fuentes secundarias como la revisión linkográfica de páginas web oficiales de organismos certificados a nivel nacional e internacional.

Las principales conclusiones definen al sector artesanal de la provincia del Carchi como uno de los mejores en cuanto a calidad y tradicionalismo en especial a las artesanías elaboradas a base de tagua y otros materiales, de igual manera los principales mercados con mayor estabilidad para la comercialización de mercados son Alemania, Francia y Canadá.

**Palabras claves:** artesanías, comercialización, indicadores externos e internos, mecanismos de comercialización, FODA y POAM.

### **Abstract**

This research presents an analysis of artisanal situation internally in the province of Carchi from an associative, legal and situational view, identifying associations under study through extra- and intra-organizational aspects, in the same way is based on external analysis of 12 countries surveyed represented by its main social, economic and trade indicators schematized in data sheets which facilitate visualization and further analysis of the main alternative markets for marketing handicrafts.

Besides the main marketing mechanisms are detailed at national and international levels, which provide a broad overview of choice for countries with greater stability as their qualitative and quantitative terms.

The methodology used for internal analysis of the artisanal sector is the SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats) which provides an initial diagnosis of the artisanal sector under study which aims to minimize threats and empower opportunities, in addition to the external analysis matrices were developed POAM (Listing Middle opportunities and Threats) identifying markets with greater economic, legal and geographic stability, presenting more opportunities and lower business risks suitable access to major markets for handicrafts marketing information used both internal and external analysis was obtained through secondary sources such as linkográfica reviewing official website of certified agencies at national and international level.

**Enero – Diciembre 2014**

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)**

## **ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

The main conclusions define the craft sector in the province of Carchi as one of the best in quality and traditionalism especially handicrafts prepared from tagua and other materials, similarly major markets with greater stability for marketing markets are Germany, France and Canada.

**Keywords:** crafts, marketing, external and internal indicators, trading mechanisms, FODA and POAM.

### **1. Introducción**

Tal como expresa la UNESCO (1997) "Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado" (p. 6)

La presente investigación presenta un análisis de la situación artesanal de la provincia del Carchi desde el punto de vista legal y situacional, identificando asociaciones objeto de estudio a través de aspectos intraorganizacionales como; identificación del sector artesanal, edad, experiencia, canales de distribución, segmento laboral, formación, capacitación organizacional, factores productivos, tecnológicos, comerciales y aspectos extra organizacionales que comprenden fichas técnicas y principales destinos para las artesanías, sintetizando la situación artesanal del Carchi a través de la matriz FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Es necesario detallar la realización del análisis artesanal en el exterior que se realizó en base a fichas técnicas de 12 países objeto de estudio, identificando los principales indicadores sociales, económicos y comerciales tales como; tipificación artesanal, grupo objetivo, población económicamente activa, crecimiento PIB, inflación, riesgo comercial, política comercial e impuestos etc. Además se aplicó la metodología POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio) identificando los mercados con mayor estabilidad, que presenten mayores oportunidades y menores riesgos comerciales de acceso hacia los principales mercados y adicionalmente se presenta información sobre importantes ferias a nivel nacional e internacional.

El presente documento contiene información del entorno artesanal en Europa, tomada del "Estudio de artesanías en Asturias", el cual fue elaborado por el Centro Tecnológico para el Diseño y la Producción Industrial de Asturias PRODINTEC, además se tomó como referencia el estudio de la "Problemática socio-económica del sector artesanal en el Carchi elaborado por la revista SATHIRI"

### **2. Materiales y Métodos**

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

**Interno:** en el análisis interno del sector artesanal de la provincia del Carchi se utilizó el método FODA, el cual diagnostica la situación actual del objeto de estudio con la finalidad de minimizar las debilidades y potencializar las fortalezas.

**Externo:** para el análisis externo se consideró los principales indicadores económicos (PIB, tasa de inflación, riesgo país y la población económicamente activa) de los distintos países objeto de estudio y los mecanismos de comercialización, se han tomado como insumo metodológico fichas técnicas de cada país, en las que se detalla aspectos como: factores socio-económicos, políticos, legales, riesgo país, y perfil del consumidor, para así elaborar una base de datos en SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) la cual contribuyó al análisis estadístico del grupo objetivo de doce países, ya que se realizó análisis comparativos desagregando información mediante indicadores duros y de percepción.

Es así que mediante la información obtenida de la base de datos SPSS se realiza el análisis externo de los países objeto de estudio utilizando el método POAM, el cual permite identificar y valorar los factores externos que ofrece el mercado objeto de estudio, para así aprovechar las oportunidades y evadir las amenazas con la finalidad de elegir a los países que cuenten con mayor estabilidad comercial. La matriz POAM se basó en distintas fichas técnicas de cada país y por tipo de artesanías, con el fin de analizar tres países por cada tipo de artesanía, consiguiendo así elegir al país que cuente con mayor estabilidad comercial, representado por un puntaje alto en oportunidades y bajo en amenazas. La escala de medición que se utilizó es la siguiente:

Tabla No. 1		
<b>Oportunidades</b>	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
<b>Amenazas</b>	Baja	1
	Media	2
	Alta	3
Fuente: Serna, (2010). Gerencia Estrategia		
Elaboración: Proyecto CI-022CITTE-2013		

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

**ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

**3. Resultados y discusión**

<b>Tabla No. 2: Análisis Interno - Matriz FODA Sector Artesanal</b>		
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	Administración regional involucrada activamente en la regulación y promoción de la artesanía.	Imposibilidad dhomogeneizar el nivel de calidad
	Existe organizaciones dispuestas a brindar apoyo a la actividad artesanal	Escasa asociatividad en la producción y comercialización de artesanías
	Artesanos altamente innovadores y emprendedores	Los ingresos solo cubren las necesidades básicas
	Productos hechos a mano lo que brinda diferenciación única	Uso de técnicas poco eficientes en relación al tiempo y facilidad de producción
	Diversidad de productos para segmentos de mercado	Los ingresos solo cubren las necesidades básicas
	No requiere de un proceso complejo	El tiempo de elaboración y la cantidad producida, frente al precio de venta no representa mayor utilidad
	Existencia de tiendas artesanales locales.	Manejo no técnico de la materia prima
	Producción en aumento debido a la demanda	Alto porcentaje de comercialización a través de intermediarios
	Importancia creciente de los valores etnográficos como atractivo turístico	Limitaciones derivadas del volumen de negocio
	Colectivo de empresas que viven intensamente su profesión	Canales de comercialización muy reducidos

Enero – Diciembre 2014

**ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

<b>Análisis Externo- Matriz FODA Sector Artesanal</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Las ventas a través del internet, contribuyen a la expansión de la empresa hacia un mercado global	Importación de materia prima a menor precio que el mercado local
Apoyo gubernamental a los artesanos a través de ferias internacionales	Desconocimiento del marco legal vigente en el exterior
Acuerdos comerciales con distintos países.	Gran cantidad de productos sustitutos existentes en el mercado
Mercados internacionales con alto poder adquisitivo.	Inestabilidad económica del Ecuador
Apoyo de instituciones financieras (públicas y privadas) a emprendimientos productivos artesanales	La mano de obra existente puede dedicarse a otras actividades diferentes a la artesanal
Productos altamente valorados a nivel internacional	Competitividad de la calidad y costos de producción
Apoyo de instituciones financieras (públicas y privadas)	Gran cantidad de requisitos en el mercado exterior
Auge del turismo cultural	Falta de relevo generacional que garantice una continuidad del sector
Amplias posibilidades en la profesionalización de la gestión empresarial del sector	Perdida de eficiencia de las ferias, como canal de comercialización.
<b>Fuente:</b> Comercialización de Artesanías Producidas en las Provincias de Carchi e Imbabura y la Demanda Existente en Canadá, Francia e Italia 2013.	
<b>Elaboración:</b> Proyecto CI-022CITTE-2013	

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

## **ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

### **3.1. Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

1. Colectivo de asociaciones que viven intensamente su profesión, esto conlleva gran capacidad de resistencia en entornos socioeconómicos y tiempos difíciles para la artesanía.
2. Sector formado generalmente por asociaciones por lo que existe flexibilidad y posibilidad de cambio y adaptación rápida.
3. Grupo importante de asociaciones artesanas con productos de calidad y prestigio reconocido a nivel nacional.

#### **Debilidades**

1. Imposibilidad de homogeneizar el nivel de calidad del sector artesanal
2. Canales de comercialización muy reducidos, generando que el producto apenas llegue a los potenciales clientes debido a la presencia de intermediarios
3. Implantación de las TIC (páginas web, email, etc.) a un ritmo desacelerado que en otros sectores productivos lo que limita la migración tecnológica, que es de vital importancia en todo sector productivo.

#### **Oportunidades**

1. Auge del turismo cultural y la asociación de otros sectores de la artesanía con la tradición puede abrir nuevas vías de comercialización.
2. Evolución de las exigencias del mercado hacía productos individualizados o únicos influyendo al aumento a la demanda internacional para sector artesano del Carchi.
3. Considerable nivel de mejora en el diseño artesanal, aumentando la posibilidad de colaboración con diseñadores externos de cara a profesionalizar el diseño de los productos.

#### **Amenaza**

1. Aumento de importaciones de materia prima, a un menor costo que en el mercado local, lo que genera dependencia de proveedores externos.
2. Falta de relevo generacional que garantice una continuidad con fuerza de la actividad, esto afecta directamente en los oficios más tradicionales.
3. Métodos de fabricación obsoletos en actividades de “manualidades” este fenómeno deriva en un deterioro de la imagen de la artesanía.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

**ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

**Tabla No. 3. Análisis Externo - Resumen Indicadores Económicos**

País	% Crecimiento PIB	% Población económicamente activa	% Tasa de inflación	Riesgo país		
Alemania	Menor a 1	Menor a 60	Entre 2-5		Estos países presentan un nivel medio de riesgo comercial debido al crecimiento macroeconómico estable, su economía registra un buen nivel de diversificación y un clima de negocios relativamente favorable lo que genera oportunidades estables al comercio exterior, situación que no beneficia ni perjudica las bases para el intercambio comercial.	
Brasil			Mayor a 5			
Canadá	Entre 1-5		Entre 2-5			
Chile	Mayor a 5					
Colombia	Entre 1-5					Mayor a 5
España						
Estados Unidos						
Francia						
Italia	Menor a 1		Entre 2-5			Este país presenta un nivel alto de riesgo comercial debido a que la economía italiana ha entrado en una recesión, considerando en particular la baja de la demanda interna no compensada por la demanda externa. La economía se encuentra hundida por una deuda pública colosal (más de 125% del PIB) y, lo que genera condiciones dilema para el intercambio comercial en algunos sectores.
Perú	Mayor a 5					
Costa Rica	Menor a 1					
Panamá	Mayor a 5	Mayor a 60	Mayor a 5		Estos países presentan un nivel medio de riesgo comercial debido al crecimiento macroeconómico estable, su economía registra un buen nivel de diversificación y un clima de negocios relativamente favorable lo que genera oportunidades estables al comercio exterior situación que no beneficia ni perjudica las bases para el intercambio comercial.	

**Fuente:** Base de datos SPSS, CIA.Factbook, CESCE. Gestión Integral del Riesgo Comercial.  
**Elaboración:** Proyecto CI-022CITTE-2013

Enero – Diciembre 2014



## **ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

### **3.2. Análisis indicadores económicos países objeto de estudio**

#### **Crecimiento PIB**

En relación al crecimiento del PIB (valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado) se puede identificar que la mayoría de los países objeto de estudio 42% crecen menos del 1% cada año, seguidos de los países que poseen un crecimiento mayor del 5% los que están representados por el 33% y finalmente los países identificados con el 25% que crecen entre el 1-5 % cada año.

#### **Población económicamente activa.**

Al analizar el grupo objetivo se pudo identificar que uno de los principales indicadores económicos es la población económica que se refiere a “la fuerza laboral efectiva de un país, al estar constituida por las personas en edad de trabajar que están laborando o buscan trabajo. En otras palabras, corresponde a los individuos que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no” (Global Rates, 2012, parr.1)

De esta manera se identifica, que el 75% los países analizados cuenta con una población económica activa de menos del 60% del total de la población y el 25% de los países restantes cuenta con una población económicamente activa mayor al 60% del total de sus habitantes.

#### **Tasa de inflación por país.**

Dentro del grupo objetivo analizado se puede identificar que la mayor parte de los países, representados por el 75% cuentan con una tasa de inflación entre 2-5% y el 25% restante cuentan con una tasa de inflación mayor a 5%

#### **Riesgo País**

Esta valoración se expresa de un modo gráfico e intuitivo según CESCE (2014) “Para cada país, el nivel de riesgo se representa a través de una escala de color, que va del verde intenso (riesgo muy bajo, inexistente) al rojo intenso (riesgo muy alto). Se presentan tres escalas de riesgo, con el fin de ofrecer una visión más rica y diferenciada de los distintos factores que pueden comprometer el éxito de una operación de comercio o inversión en un país.” (p.2)

Una vez es realizado el análisis a nivel externo de los principales indicadores, se puede concluir con la identificación de los países con mayor estabilidad en los aspectos socio-económicos y político-legales a través de un resumen POAM.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

**ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

Tabla No. 4 Resumen POAM y países de elección			
Tipificación Artesanal	Puntuación		Mercado de elección
	Oportunidades	Amenazas	
Artesanías de cuero	1.63	0.68	Alemania
Artesanías de pintura en tela.			
Artesanías de totora.			
Artesanías de fibra de plátano	1.71	1.04	Francia
Artesanías de mazapán.			
Artesanías de paja toquilla.			
Artesanías de barro o arcilla.	1.83	0.63	Canadá
Artesanías de piedra.			
Artesanías de paja de paramo.			
Artesanías de tagua.	1.75	0.92	Italia
Artesanías de tela.			
Artesanías de madera.	1.33	0.92	Colombia

**Fuente:** Matriz POAM  
**Elaboración:** Proyecto CI-022CITTE-2013

### 3.3. Análisis POAM

#### Factores políticos-legales

Determinan a los países de mayor estabilidad en indicadores como acuerdos comerciales que benefician al Ecuador como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+) en Europa y los Acuerdos de complementación económica en América lo que permite que las artesanías del Ecuador se liberen del pago de aranceles, gracias al certificado de origen, además otro indicador que brinda estabilidad es el Riesgo País el cual es relativamente bajo en los países objeto de estudio lo que otorga condiciones estables de acceso en cuanto a condiciones políticas, y legales.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

## **ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

### **Factores socioeconómicos**

Estos parámetros representan la estabilidad de los países objeto de estudio en indicadores como el PIB, tasa de inflación, riesgo país, y la población económicamente activa que son determinantes para el acceso al mercado internacional en cada país ya sea de Europa y/o América.

Entre los principales mercados de destino, que brindan estabilidad comercial, para artesanías se pudo identificar a: Alemania para cuero, pintura en tela, totora y fibra de plátano, Francia para mazapán, paja toquilla y fibra de plátano, Canadá para piedra, paja de paramo y tagua, Italia artesanías de tela y Colombia para madera.

### **3.4. Mecanismos de comercialización - análisis**

Los principales resultados de los mecanismos de comercialización se detallan en la siguiente matriz de resumen.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

Tabla No. 5: Resumen Mecanismos Comercialización y situación comercial de países frente al Ecuador

País	Política comercial/Acuerdo	Liberación Ad-Valorem	Liberación (IVA, VAT)	Incoterm utilizado	Feria/Ciudad
Colombia	<b>Estable</b> - Acuerdo de Cartagena, capítulo VI Programa de Liberación.	Total	Sin liberación	FOB CIF	Feria comercial de confección, muebles, artículos de cuero, regalos y accesorios para el hogar/ <b>Berlín</b>
Brasil	<b>Estable</b> - Acuerdo de Complementación Económica (ACE Nº 59) Entre la CAN(Ecuador) y MERCOSUR (Brasil)				Feria internacional del regalo de São Paulo/ <b>São Paulo</b>
Canadá	<b>Estable</b> - Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+) 1971, preferencias arancelarias a países en menor desarrollo.				Feria Expo arte de Ottawa/ <b>Ottawa</b>
Alemania	<b>Estable</b> - Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+) 1971, preferencias arancelarias a países en menor desarrollo. (UE 27)				Expoartesanías – Exposición de artesanía/ <b>Bogotá</b>
España					Asociación Profesional de Artesanos de Madrid/ <b>Madrid</b>
Francia					Maison et Objet – Feria internacional de decoración del hogar, regalos y vajillas/ <b>Paris</b>
Italia					L'Artigiano in Fiera – Muestra internacional de venta de productos de artesanía/ <b>Florenia</b>
Costa Rica	<b>Negativa</b> - Sin Acuerdos	Sin liberación	FOB	Feria de artesanías y Turismo Expotur/ <b>San Jose</b>	
Estados Unidos				New York International Gift Fair/ <b>New York</b>	
Panamá				Feria Nacional de artesanías/ <b>Panamá</b>	
Chile	<b>Estable</b> - Acuerdo de complementación económica Nº 65 entre la república de Chile y la república del Ecuador	Parcial (94%)	Sin liberación	DAT	Feria internacional de artesanía tradicional/ <b>Santiago</b>
Perú	<b>Estable</b> - Acuerdo de Cartagena, capítulo VI Programa de Liberación.	Total	Parcial (60%)		Feria de artesanías "De Nuestras Manos 2012"/ <b>Lima</b>
<b>Fuente:</b> CIA.Factbook, SENA E Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador , SICE Sistema de Información sobre Comercio Exterior. <b>Elaboración:</b> Proyecto CI-022CITTE-2013					

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montenegro Obando / Realpe Iván (UPEC-ECUADOR)

DEMANDA DE PARTES Y PIEZAS PARA LA ELABORACIÓN DE CALZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU COMERCIALIZACIÓN DESDE LAS EMPRESAS DE CALI-COLOMBIA

### **Política comercial frente al Ecuador**

Este indicador está relacionado al comercio exterior y la búsqueda de mercados en el espacio bilateral, multilateral y regional tomando de base los acuerdos o tratados de libre comercio, es así que se analiza la relación comercial entre los distintos países objeto de estudio y el Ecuador, a través de los acuerdos comerciales, definiendo que la mayoría de los países en un 70% mantienen acuerdos comerciales, lo que genera estabilidad comercial para la comercialización de productos hacia estos países, por el contrario el 30% de los países no cuentan con acuerdos comerciales lo que genera una situación negativa en la comercialización de productos.

Es importante detallar el principal acuerdo comercial con el que Ecuador se beneficia de la liberación de aranceles a la importación, por lo que se establece que "El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) europeo concede desde 1971, preferencias arancelarias a los países en desarrollo. El último reglamento del régimen especial del SGP que fue aprobado en el 2001 venció en el 2005, y se reemplazó por otro que extendió las preferencias hasta el 2008 bajo el nombre de Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza (SGPE), conocido como SGP+ o SPG PLUS (Conferencia de Las Naciones Unidas, 2008, p.1)

### **Barreras arancelarias**

Los distintos países establecen tarifas arancelarias a las importaciones, a pesar de esta situación y gracias a que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales con la mayor parte de los países objeto de estudio, se libera casi en su totalidad de esta clase de tributos, es así que se identifica que el 75% de los países ofrecen una liberación total, además el 8% ofrece una liberación parcial y cabe señalar que un 17% de estos no ofrece ninguna clase de liberación, situación que perjudica la comercialización de productos hacia los mismos.

### **Liberación Impuestos**

Los impuestos sobre el valor agregado o sobre el valor añadido son cargas fiscales sobre el consumo financiadas por el consumidor, aplicado en muchos países, y en la Unión Europea, son conocidos también como VAT.

Al analizar la liberación del IVA o VAT en los países objeto de estudio, se puede identificar que el 92% de los países no ofrecen liberación de este impuesto, mientras que el 8% restante ofrecen una liberación parcial de este impuesto.

Enero – Diciembre 2014

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montengro Obando / Realpe Ivan (UPEC-ECUADOR)**

DEMANDA DE PARTES Y PIEZAS PARA LA ELABORACIÓN DE CALZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU COMERCIALIZACIÓN DESDE LAS EMPRESAS DE CALI-COLOMBIA

### Incoterms

Son de gran utilidad a para realizar negociaciones internacionales, es así que mediante la información estipulada en PROECUADOR en el perfil logístico de cada país, en el que se determina que los Incoterms más utilizados por el Ecuador en la realización de exportaciones hacia los principales mercados son: FOB, CIF y DAT

### Ferias artesanales

**Ferias en el Ecuador:** de acuerdo al estudio elaborado por PROECUADOR en su artículo "Análisis del sector artesanías" (2013) en el Ecuador la principal feria del sector artesanal se desarrolla bajo el nombre de: Festival de artesanías de América, Cuenca - Ecuador (p. 33)

**Ferias internacionales:** las ferias son de gran utilidad, bien sea para exponer sus principales productos o para realizar un análisis de las tendencias actuales, en el Carchi este aspecto está en vías de adaptación ya que la asistencia a ferias como colectivo, de forma conjunta es compleja, dada la situación particular de cada asociado. Las ferias internacionales que más aceptación y repercusión tienen dentro del sector artesanal son las ferias organizadas en los países de Europa y América

Tabla No. 6 Ferias Internacionales		
Ferias en Europa		
País	Ciudad	Descripción
Alemania	Berlín	Import Shop Berlin – Feria comercial de confección, muebles, artículos de cuero, regalos y accesorios para el hogar
Francia	París	Maison et Objet – Feria internacional de decoración del hogar, regalos y vajillas
Italia	Florenia	L'Artigiano in Fiera – Muestra internacional de venta de productos de artesanía
España	Madrid	Exposición de los Artesanos Profesional de Madrid – ASPAMA.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montengro Obando / Realpe Ivan (UPEC-ECUADOR)

DEMANDA DE PARTES Y PIEZAS PARA LA ELABORACIÓN DE CALZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU COMERCIALIZACIÓN DESDE LAS EMPRESAS DE CALI-COLOMBIA

Ferias en América		
Estados Unidos	New York	New York International Gift Fair
Canadá	Ottawa	Expo arte de Ottawa Canadá
Brasil	São Paulo	Feria internacional del regalo de São Paulo
Chile	Santiago	Feria internacional de artesanía tradicional
Colombia	Bogotá	Expoartesanías – Exposición de artesanía
Costa Rica	San José	Feria de artesanías y turismo Expotur.
Panamá	Panamá	Feria Nacional de Artesanías
Perú	Lima	La feria de artesanía "De Nuestras Manos 2012"
<b>Fuente:</b> Estudio de las Artesanías Asturias, <b>Elaboración:</b> Proyecto CI-022CITTE-2013		

#### 4. Conclusiones

- La elaboración de las artesanías a mano (no industriales), genera un importante desarrollo a los pequeños artesanos y asociaciones. Además de una producción amigable con el medio ambiente.
- Los materiales utilizados para la elaboración de las artesanías carchenses, son exóticos a niveles internacionales y únicos en el mundo, las que se rigen por las distintas leyes y criterios de clasificación artesanal.
- El principal acuerdo comercial que beneficia la comercialización de artesanías, mediante la liberación de aranceles al Ecuador, es el Sistema Generalizado de Preferencias SGP+ o SPG PLUS y el Acuerdo de Cartagena.
- La producción artesanal incrementa la productividad laboral y fortalece el desarrollo de la economía del país. Ecuador es productor de artesanías de tagua de la mejor calidad a nivel mundial.
- El sector artesanal se caracteriza por ser una industria de baja complejidad tecnológica, diferenciado a cada producto por ser único.

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montengro Obando / Realpe Ivan (UPEC-ECUADOR)

DEMANDA DE PARTES Y PIEZAS PARA LA ELABORACIÓN DE CALZADO EN LA CIUDAD DE AMBATO Y SU COMERCIALIZACIÓN DESDE LAS EMPRESAS DE CALI-COLOMBIA

## 5. Recomendaciones

- Realizar capacitaciones dirigidas a las asociaciones de la provincia del Carchi con el fin de estandarizar la calidad de las artesanías para así homogenizar el sector artesanal con visión a la comercialización hacia el exterior.
- Fomentar la participación de las asociaciones del sector artesanal carchense en ferias nacionales e internacionales para así lograr el conocimiento del producto artesano ecuatoriano en el exterior, con el afán de brindar prestigio a la artesanía del Carchi.
- Incentivar la firma de convenios y acuerdos que beneficien a las asociaciones del Carchi tanto en el ámbito nacional e internacional para así lograr comercializar las artesanías en mercados ya establecidos.
- Replantear la visión y las políticas de las asociaciones artesanales de Carchi para fortalecer los procesos de posicionamiento en los mercados internacionales estables.
- Implementar la tecnología en los procesos de elaboración artesanal para complementarlos, con el objetivo de optimizar la producción artesanal manteniendo el principio de fabricación manual que caracteriza a la artesanía.

## 6. Referencias bibliográficas

- PROECUADOR (2013). *Análisis del Sector Artesanías p. 16*
- PRODINTEC (2010) *Estudio de artesanías en Asturias p. 13,24,35,50*
- CESCE (2014). *Gestión Integral del Riesgo Comercial, Riesgo país*. Hoy en <http://www.cesce.com/web/sp/Riesgo-Pais/index.aspx#>;
- CIA.Factbook (2014). *Personas y Sociedad, Economía*. Hoy en [www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/cs.html](http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/cs.html)
- Global Rates (2012). *Indicadores económicos*. Hoy en [www.globalrates.ec/economicos-pais](http://www.globalrates.ec/economicos-pais)
- Ingeniería Comercial (2013). *Macro y Microeconomía*. Hoy en <http://web/comerciommm/#>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE]. (2011). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]*. Recuperado en: [http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351\\_20101229.pdf](http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf)
- SICE. Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2013). *Examen de la política comercial país*. Hoy en [http://www.sice.oas.org/TPD/AND\\_](http://www.sice.oas.org/TPD/AND_); IXPOS
- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) (1971). *Preferencias arancelarias. p. 20*
- Unesco. International Trade Centre (2001). *Guía Práctica Artesanía: ferias comerciales internacionales*. Hoy en [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=38134&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=38134&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)
- SATHIRI (2014). *Problemática socio-económica del sector artesanal en el Carchi p. 138*

Enero – Diciembre 2014

Estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi. Montengro Obando / Realpe Ivan (UPEC-ECUADOR)