

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTOR(A): Nayla Nathaly Chano Amaguaña

TUTOR(A): Msc. Eddy Santiago Araujo Guerrón

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Chano Amaguaña Nayla Nathaly con el número de cédula 100461742-7 ha elaborado el trabajo de titulación: "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva


.....
Ing. Santiago Guerrón MSc
TUTOR


.....
Ing. Oscar Navarrete MSc
LECTOR

Tulcán, abril de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

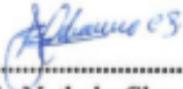
Yo, Nayla Nathaly Chano Amaguaña con cédula de identidad número 100461742-7 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.


.....
Nayla Nathaly Chano Amaguaña
AUTORA

Tulcán, abril de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Nayla Nathaly Chano Amaguaña declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.


f.....
Nayla Nathaly Chano Amaguaña
AUTORA

Tulcán, abril de 2022

AGRADECIMIENTO

Adiós por la fuerza que me brinda todos los días y cumplir al fin con los objetivos propuestos.

A las personas que más amo y estimo de corazón: Mi hija Valentina Adeline Minda, por darme fuerzas y llegar hasta donde he llegado, por describirte muchas hojas que no terminare de agradecerte por formar parte de mi vida, a Juan Carlos Minda padre de mi hija que ha sido un apoyo constante y fiel.

A mi madre María Ermelinda Amaguaña y mi hermana Sayana, porque siempre me apoyo en las buenas y malas decisiones que tome, por dar razones para superarme y apoyarme al 100 por ciento, las amo y estaré siempre agradecida, a mi hermano, cuñada, mi sobrina y mi padre que son mi inspiración para seguir cumpliendo mis metas propuestas.

A mí cuñada Valeria, mis suegros Mirian y Luis por estar siempre apoyándome incondicionalmente y por su cariño.

A mis amigos que he conocido en el transcurso de la vida universitaria, a mi mejor amiga Mariuxi que siempre estaba apoyándome y guiándome con sus consejos, más que una compañera una hermana, a mi grupo de amigas por su constancia y perseverancia.

Agradezco a mi tutor Msc. Santiago Araujo por su valiosa guía y tiempo

A mis docentes por su enseñanza y amistad que han brindado.

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mis familiares, quien ha estado desde siempre dándome apoyo incondicional y dándome todo lo que necesito a mi madre quien estuvo siempre ahí, quien me ha tenido paciencia y ha sido una luchadora padre y madre a la vez por su apoyo total, velando por mi futuro y éxito profesional a mi hermana que confió en mi cuando apenas empecé mi camino en otra ciudad.

Al padre de mi hija por su apoyo y constancia

ÍNDICE

RESUMEN	14
ABSTRACT	16
INTRODUCCIÓN	17
I. PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.3. JUSTIFICACIÓN	20
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	21
1.4.1. Objetivo General.....	21
1.4.2. Objetivos Específicos	21
1.4.3. Preguntas de Investigación	22
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	23
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	23
2.2. MARCO TEÓRICO	27
III. METODOLOGÍA.....	34
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	34
3.1.1. Enfoque.....	34
3.1.2. Tipo de Investigación	35
3.2. HIPÓTESIS O IDEA PARA DEFENDER	36
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	37
MÉTODOS UTILIZADOS	39
3.4.1 MÉTODO DEDUCTIVO	39
3.4.2 MÉTODO INDUCTIVO	39
3.4.1. Análisis Estadístico	39
3.5. RECURSOS	40

3.5.1 Recursos Humanos	40
3.5.2 Recursos Materiales.....	41
3.6 Estudio mercados alternativos	41
3.6.1 EMPRESA.....	41
3.6.2 HISTORIA	41
3.7 Descripción del producto.....	42
3.7.1 Variedades del producto	42
3.8 FICHA ARANCELARIA	43
3.9 Elección de un producto meta	47
3.9.1 PRODUCTO 1.....	47
3.9.2 PRODUCTO 2.....	48
3.9.3 PRODUCTO 3.....	50
3.9.4 Elección del producto mediante matriz Boston Consulting Group (BCG)	51
3.9.4 Producto apto a comercializar en mercados internacionales	55
3.10 Principales países a investigar	56
3.10.1 Exportaciones desde Ecuador de camisas para hombres hacia mercados internacionales 2016-2020.....	56
6.10.1 Principales países que importan productos de la partida 6105.10.....	57
3.10.2 Interpretación de datos de los países seleccionados	58
3.10.3 Indicadores sociales.....	59
3.10.4 Valores Promedio	63
3.10.5 Indicadores políticos.....	65
3.10.6 Balanza Comercial.....	65
3.10.6 Estabilidad Política	69
3.10.7 Estabilidad sistema financiero	71
3.10.8 Barreras arancelarias y no arancelarias	72
3.10.9 Indicadores económicos	73

3.10.10 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM	76
3.11 Proyección del estudio.....	80
3.11.1 <i>Ficha técnica del producto</i>	80
3.11.1 Exportaciones de Camisas de Hombre	80
3.12 Perfil Consumidor Alemán.....	93
3.12.2 Característica del mercado Alemán.....	93
3.13 Proyección de la población.....	95
3.13.1 Hamburgo	95
3.4 Estudio financiero.....	102
RESULTADO Y DISCUSIÓN	109
RESULTADO	109
3.6.3 Asociación FODA	109
DISCUSIÓN.....	114
V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
5.1. CONCLUSIONES	117
5.2. RECOMENDACIONES.....	119
IV REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	120
V. ANEXOS	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variable independiente: Oportunidad de mercado.....	29
Figura 2 Variable Dependiente: Fomento a las exportaciones	31
Figura 3 Oferta de Camisas para Hombre (6105).....	47
Figura 4 Demanda de Camisas para Hombres (6105).....	48
Figura 5 Oferta de Vestidos largos (6204)	49
Figura 6 Demanda de Vestidos largos (6204)	49
Figura 7 Oferta de ropas de mesa (6302)	50
Figura 8 Demanda de ropa de mesa (6302).....	51
Figura 9 Crecimiento del mercado cuyos tres productos analizados.....	55
Figura 10 Valores Promedio de la PIB PPA y SMI	63
Figura 11 Balanza comercial Ecuador y Alemania	66
Figura 12 Balanza comercial Ecuador y EEUU	67
Figura 13 Balanza comercial Ecuador y Francia.....	68
Figura 14 Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la partida 6105, valor expresado en Dólares Americanos	84
Figura 15 Exportaciones desde Ecuador hacia Alemania de la partida 6105, valor expresado en Dólares Americanos	85
Figura 16 Comparación del precio KG del mercado internacional vs precio de Alemania	86
Figura 17 Exportaciones de la partida 6105 desde Ecuador hacia mercados mundial, valor expresado en Dólares Americanos	89
Figura 18 Proyección de población en crecimiento.....	96
Figura 19 Tipo de empaque.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Independiente Oportunidad de mercados internacionales	37
Tabla 2 Variable Dependiente Fomento a las exportaciones	38
Tabla 3 Análisis estadísticos de instrumentos utilizados	40
Tabla 4 Productos que ofrece la asociación.....	43
Tabla 5 Clasificación Arancelaria de Camisas de punto para Hombre	43
Tabla 6 Clasificación Arancelaria del vestido largo.....	44
Tabla 7 Clasificación Arancelaria de Manteles o adornos de mesa	45
Tabla 8 Clasificación Arancelaria de servilletas o Adornos de mesa.....	46
Tabla 9 Elección del producto para la elaboración del Estudio de mercado.....	47
Tabla 10 Elección del producto mediante matriz Boston Consulting Group (BCG)	52
Tabla 11 Principales países exportadores de partida arancelaria 6204	52
Tabla 12 Principales países exportadores de partida arancelaria 6302	53
Tabla 13 Matriz BCG	53
Tabla 14 Cálculo del crecimiento del mercado	54
Tabla 15 Exportaciones desde Ecuador de Camisas para hombre a mercados internacionales	56
Tabla 16 Principales países importadores de Camisas para hombre	57
Tabla 17 Interpretación de datos de países seleccionados.....	58
Tabla 18 Distribución por edad de países en investigación.....	60
Tabla 19 Población Total de los países en investigación	60
Tabla 20 Perfil consumidor de Alemania	61
Tabla 21 Perfil consumidor Estados Unidos	61
Tabla 22 Perfil consumidor Francia	62
Tabla 23 Valores Promedio de la PIB PPA y SMI 2016 – 2020.....	63
Tabla 24 Empleo por sector.....	64
Tabla 25 Acuerdos Comerciales.....	65
Tabla 26 Balanza Comercial Ecuador - Alemania en miles USD.....	66
Tabla 27 Balanza Comercial Ecuador-EEUU miles USD.....	67
Tabla 28 Balanza Comercial Ecuador- Francia miles USD	68
Tabla 29 Estabilidad Política Alemania	69
Tabla 30 Estabilidad Política EEUU	70
Tabla 31 Estabilidad Política Francia.....	70
Tabla 32 Estabilidad sistema financiero de los países en estudio	71

Tabla 33 Barreras Arancelarias de los países en estudio.....	72
Tabla 34 Barreras no arancelarias	73
Tabla 35 Indicadores económicos Alemania.....	74
Tabla 36 Indicadores económicos EEUU.....	74
Tabla 37 Indicadores económicos Francia	75
Tabla 38 Matriz POAM.....	77
Tabla 39 Resultados de la matriz POAM	79
Tabla 40 Exportaciones de Camisas de Hombre a nivel mundial	80
Tabla 41 Exportaciones de la partida 6105 expresado en dólares.....	82
Tabla 42 Exportación de la partida 6105 bajo regímenes aduaneros expresado en dólares.....	82
Tabla 43 Exportaciones por distrito de Aduana	83
Tabla 44 Precio internacional de la partida 6105	84
Tabla 45 Comparación de Precios Nivel Internacional vs Alemania.....	86
Tabla 46 Exportaciones de partida 6105 desde Ecuador hacia el mercado mundial, valor expresado en Dólares Americanos	88
Tabla 47 Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de partida 6105	89
Tabla 48 Exportación de la partida arancelaria 6105 por provincia, valor expresado en USD	90
Tabla 49 Exportación de empresas por provincia, valor expresado en número de empresas ..	91
Tabla 50 Lista de empresas exportadoras de partida 6105.10 por provincias.....	91
Tabla 51 Canales de distribución en el mercado Alemán	93
Tabla 52 Proyección población de Hamburgo	95
Tabla 53 Proyección de la Población de Hamburgo.....	96
Tabla 54 Consumo Nacional Aparente.....	97
Tabla 55 Duración del bordado en producción	99
Tabla 56 Producción total en unidades anual	99
Tabla 57 Costos por Incoterms.....	102
Tabla 58 Inversión Inicial.....	104
Tabla 59 Estado de Resultado	104
Tabla 60 Flujo Neto.....	105
Tabla 61 Estructura con Financiamiento	106
Tabla 62 Cálculo de TIR y VAN con financiamiento.....	106
Tabla 63 Costo Capital sin Financiamiento.....	107
Tabla 64 Cálculo de TIR y VAN sin financiamiento	107
Tabla 65 FODA de la Asociación Zuleta	109

Tabla 66 Matriz EFI	110
Tabla 67 Matriz EFE	112
Tabla 68 Matriz resultante del FODA	113
Tabla 69 Matriz cuadrantes	113

RESUMEN

La presente investigación pretende buscar oportunidades de mercados internacionales para la exportación de los bordados artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura del cantón Ibarra, el objetivo es analizar los mercados internacionales para los productos artesanales de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones. La resolución del tema se realiza mediante un estudio de mercado con el fin de identificar el país meta, el que contenga mayor oportunidad para la exportación de los bordados, además se tomó en cuenta el número de población de la ciudad más idónea para la exportación del bordado, se tomó en cuenta también la operacionalización de la matriz POAM , el cual busca calificar los indicadores políticos sociales y económicos de cada país en estudio, los países de estudio presentados son Estados Unidos, Alemania y Francia, países que fueron seleccionados por tener una tasa de variación alta y tener un salario mínimo interprofesional bueno, y por estar entre los principales mercados destinos de exportación de bordados artesanales , dando los resultados de la matriz realizada se elige a Alemania como país con mayor oportunidad para la exportación de las camisas para hombre. Para el desarrollo metodológico se emplea el enfoque mixto en donde se analizó datos estadísticos de las exportaciones realizadas en valor FOB, las exportaciones del bordado artesanal hacia mercados internacional, cantidad en kilogramos ,subpartidas arancelarias, distritos de aduana, provincias que se dedican a la elaboración del bordado artesanal, en cuanto a aspectos cualitativos se aplica entrevistas para identificar características de producción de las camisas para hombre y en el estado externo e interno en la que se encuentra la asociación, dichos factores es analizado con la matriz FODA para identificar que existe oportunidades de mercados internacionales superiores a las amenazas del mismo , sim embargo, se detectó que la asociación tiene debilidades en la cual no cuenta con la producción suficiente, empaquetado y etiquetado del bordado. Los principales resultados de la investigación identifican que el precio del mercado de Alemania tiene un valor referencial de 109,86 USD por cada kilogramo, mientras que el precio del producto determinado en el estudio está en 103,21 USD valor EXW, indicando que es competitivo en el mercado óptimo. Finalmente, el estudio financiero refleja que con una inversión inicial de 184.316,65 USD el cual servirá para mejorar la producción de la asociación Zuleta dio como resultado una TIR del 34% un VAN de 182.974,09 y un índice de rentabilidad de 1,60 USD por lo tanto el proyecto es factible debido a que la asociación acude a un préstamo bancario y no cuenta con el capital correspondiente, estableciendo las ganancias en el análisis que por cada dólar de inversión se tendrá una

recuperación óptima, lo cual podría ayudar al fomento de las exportaciones de la Asociación Zuleta ubicado en la provincia de Imbabura. Palabras clave: Oportunidad de mercados internacionales, fomento a las exportaciones

ABSTRACT

The present investigation aims to look for opportunities of international markets for the export of the handmade embroideries of the Zuleta Association of the province of Imbabura of the canton Ibarra, the objective is to analyze the international markets for the artisanal products of the province of Imbabura and the promotion of exports. The resolution of the topic is carried out through a market study in order to identify the target country, which contains the greatest opportunity for the export of embroidery, in addition to the number of population of the city best suited for the export of embroidery, also took into account the operationalization of the POAM matrix , which seeks to qualify the political social and economic indicators of each country under study, the countries of study presented are the United States, Germany and France, countries that were selected for having a high rate of variation and having a good interprofessional minimum wage, and for being among the main export markets for handmade embroidery , giving the results of the realized matrix Germany is chosen as the country with the greatest opportunity for the export of the shirts for man. For the methodological development the mixed approach is used where statistical data were analyzed on exports made in FOB value, exports of artisanal embroidery to international markets, quantity in kilograms ,sub tariff items, customs districts, provinces engaged in the production of artisanal embroidery, as regards qualitative aspects interviews are applied to identify production characteristics of men's shirts and in the external and internal state in which the association is located, such factors is analyzed with the SWOT matrix to identify that there are opportunities of international markets superior to the threats of the same , however, it was detected that the association has weaknesses in which it does not have sufficient production, embroidery packaging and labelling. The main results of the investigation identify that the German market price has a reference value of 109,86 USD per kilogram, while the price of the product determined in the study is 103,21 USD EXW value, indicating that it is competitive in the optimal market. Finally, the financial study shows that with an initial investment of 184,316.65 USD which will serve to improve the production of the Zuleta association resulted in a IRR of 34% a NPV of 182,974.09 and a rate of return of 1.USD 60 therefore the project is feasible because the association goes to a bank loan and does not have the corresponding capital, establishing the profits in the analysis that for each dollar of investment will have an optimal recovery, which could help the promotion of exports of the Zuleta Association located in the province of Imbabura.

Keywords: International market opportunity, export promotion

INTRODUCCIÓN

Las camisas para hombre es uno de los principales textiles que se caracteriza por ser de calidad y original de la asociación Zuleta, la cual es bastante aceptado en el mercado internacional, su demanda se debe al alto consumo textil, además de ser original y de creaciones originarias, la camisa para hombre es realizado a mano, ideal para personas que les gusta la fauna y flora de un país, ya que, se caracteriza por ser colorida y de diseños únicos.

La presente investigación pretende analizar las posibilidades de exportar camisas para hombres de la Asociación Zuleta, la cual está ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, además medir el fomento a las exportaciones de la zona 1 del Ecuador, por lo cual la investigación se divide en 5 capítulos de los cuales se analizará lo siguiente:

En el primer capítulo se desarrolló y determinó el problema, formulación de objetivos como general y específicos para el desarrollo de la investigación, donde se busca analizar las oportunidades de mercados internacionales para los productos artesanales de la asociación Zuleta y el fomento a sus exportaciones.

En el segundo capítulo se determina los antecedentes investigativos y fuentes teóricas que ayudan a la sustentación de la idea a defender.

En el tercer capítulo se determina los diferentes métodos de investigación de fuentes primaria y secundaria para la debida recolección de información

En el cuarto capítulo se detalla los resultados de la investigación realizada y la discusión de los datos obtenidos a través de la entrevista y fuentes bibliográficas relacionadas con el tema tratado.

En el quinto capítulo se coloca las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente la globalización es uno de los principales fenómenos que ha generado impacto tanto positivo como negativo a nivel internacional. Es por esto que según el Fondo Monetario Internacional (2020) “Algunos consideran que la globalización es un proceso beneficioso -- clave para el desarrollo económico--, a la vez que inevitable e irreversible. Otros la ven con hostilidad, debido a que consideran que suscita una mayor desigualdad”. Al momento de darse un mayor desarrollo de los países considerados como potencia existe un número de países los cuales son denominados como menos desarrollados a quienes les afecta debido que sus economías son dependientes de otros países además producción no se realiza a gran escala por lo cual no son competitivos y esto genera desigualdad las cuales con el pasar de los años se notan en mayor medida.

Ecuador dentro de sus acuerdos comerciales limita sus negociaciones internacionales debido a que las artesanías ecuatorianas no son conocidas en el mercado global además de al no ser fabricadas a escala o tener un proceso de producción artesanal tienen costos altos a diferencia de productos convencionales que son realizados en menor tiempo y a bajos precios por lo cual son altamente competitivos en los mercados internacionales.

El sector artesanal de la provincia Imbabura presenta ciertas dificultades a nivel del Ecuador ya que, su producción es escasa y existe mucha competencia a nivel internacional, otro factor es el desconocimiento de la demanda de mercados internacionales, publicidad carente de los productos debido a la falta de estudios de mercados y la diversidad de los productos artesanales en el mercado global permitiendo una buena comercialización mundial, por otro lado, en el Ecuador existen varias asociaciones potenciales que se dedican a las artesanías de diferentes modelos y calidad, esto permite que sean competitivos a nivel mundial permitiendo así un mérito internacional en donde se identifique el producto original y no replicas como en la actualidad. (Martínez, 2015).

Ecuador es un país pluricultural donde existen habitantes de diferentes etnias y se dedican a diferentes actividades, la mayor parte de la población rural se caracteriza por la elaboración de artesanías a mano denominados como bordados mismos que son elaborados por las mujeres de las comunidades que tienen habilidades para poder confeccionar el bordado y de esa manera sacar una variedad de productos en diferentes colores, modelos que representan la naturaleza

de su población. Estas personas no cuentan con información necesaria para comercializar de forma internacional, por ende, es un problema el cual se presenta al momento de realizar una actividad comercial, ya que las trabajadoras de la elaboración de artesanías mantienen negociaciones a base de intermediarios para poder expandir sus productos en ventas nacionales e internacionales. (Tenorio, 2017)

“Esta tradición ecuatoriana tiene trayectoria nacional e internacional, por lo que es necesario que permanezca presente como una tradición ecuatoriana propia de bordados artesanales elaborados a mano” (Chuga, 2015) . Los productos artesanales son un factor importante para la Asociación Zuleta, ya que, al posicionarse en el mercado global tendrá su valor real ganando reconocimientos de calidad en mercados meta, y así poder fomentar las exportaciones artesanales con el fin de dar a conocer los productos que han perdido puestos en el mercado internacional como un valor agregado, otra de las causas es la pérdida de tradición debido que el Ecuador es un país exportador de materias primas y productos agrícolas.

Cabe destacar que un factor limitante en estas comunas o asociaciones es el escaso financiamiento que tienen, ya que no realizan producciones en grandes cantidades y brindan poca confiabilidad al momento de realizar préstamos bancarios para las asociaciones o personas que se dedican a la elaboración del bordado, las cooperativas o bancos que brindan financiamiento a este sector son pocas, ya que, no creen en sus capacidades ni en la variedad de productos que pueden producir, por otro lado las asociaciones se limitan a realizar los bordados en diferentes parroquias como: Angochagua, Zuleta, y la Esperanza del cantón Ibarra estas parroquias anteriormente mencionadas trabajan de forma grupal o individual dependiendo de la necesidad que se presenta.

Los bordados de la provincia de Imbabura ha generado atracción a turistas nacionales e internacionales, que ha sido trascendido año tras año hasta la época actual, en los últimos años tras la pandemia COVID-19 se ha perdido la costumbre de realizar y comercializar el bordado, lo cual, se está perdiendo debido a la falta de capacitaciones continuas por parte de la Asociación en temas referentes a mercados internacionales, además se ha perdido su valor real y existen replicas que esto hace que exista mayor competencia dentro del mercado internacional.

El estudio de mercados internacionales permitirá expandirse y posicionarse en el mercado global como productos artesanales de alta calidad y diversos modelos con el fin de fomentar sus exportaciones, además de conocer los principales países competidores y demandantes sobre los productos artesanales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Las oportunidades de mercados internacionales permitirán fomentar las exportaciones de los productos artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Según Navarro S.F menciona que las artesanías son una parte fundamental de las culturas indígenas, donde representan un factor importante para las economías actuales; ya que contribuyen con varios aspectos dentro del país como:

Empleo e ingresos, además ayuda a transmitir y mantener las raíces culturales e identidad de las naciones. La artesanía está resurgiendo paralelamente al declive de la artesanía folclórica, el mundo del diseño está redescubriendo, desde diferentes perspectivas, los valores emocionales, sensoriales y sociales contenidos en el saber artesanal. Ello está provocando la diversificación de demanda artesanal en diferentes mercados, utilizando diferentes canales comerciales y estrategias de comunicación diferenciadas. (Navarro, S.F)

La artesanía a nivel nacional es considerada una oportunidad de crecimiento económico, permitiendo así generar fuentes de empleo, crecimiento económico a todos los miembros que se dedican a la artesanía de diversas comunidades a nivel nacional para que puedan dar a conocer sus destrezas y habilidades en la elaboración de sus productos.

“En la comunidad de Zuleta, el bordado es una manifestación cultural que se ha ido desarrollando por años, llegando a ser la principal actividad económica de esta comunidad” (TUTILLO, 2014)

Como aporte se puede mencionar que el producto artesanal de Imbabura de la ciudad de Ibarra parroquia Zuleta ha sido transcendental desde hace varios años debido a que las artesanías que elaboran la asociación Zuleta es la característica de las mujeres que viven en Zuleta, por otro lado, muchas de las personas especialmente las mujeres se dedican a la producción de bordados que es una fuente principal de ingresos de la actividad económica.

La investigación es realizada con el objetivo de centrar productos elaborados por la asociación Zuleta y así fomentar las exportaciones a los mercados metas, estos bordados realizados a mano son una identidad única de dicho pueblo indígena que ha ido trascendiendo día a día, una de las ventajas que cuenta como asociación es de ser originales en las creaciones de los dibujos, colores y modelos que ofrecen, dichos colores son características del pueblo y de mujer comuna, existen diversos modelos en donde les permite integrarse dentro de los mercados globales ya que con su originalidad en los dibujos y modelos ayuda al fomento de sus exportaciones mejorando la economía de la provincia generando beneficios a la comuna perteneciente.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar los mercados internacionales para los productos artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los procesos de comercialización de los bordados artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura hacia el mercado internacional
- Identificar las oportunidades de mercados internacionales para el fomento de las exportaciones de los bordados artesanales.
- Desarrollar un estudio de factibilidad para el fomento de las exportaciones de los productos artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo ayuda a la economía local con el fomento de las exportaciones?
- ¿Cuenta la asociación con capacidad de producción para satisfacer demandas internacionales?
- ¿Cuáles son los pasos a seguir para que una asociación fomente las exportaciones?
- ¿Cuáles son los mercados óptimos para la comercialización internacional del producto?
- ¿Cuáles son los primeros obstáculos que se presentan la asociación?
- ¿Cuáles son las certificaciones y requisitos para el ingreso a mercados internacionales?
- ¿Cómo ayuda las exportaciones de los bordados a la provincia?
- ¿Cómo identificó los mercados internacionales para el fomento de las exportaciones?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el análisis del presente trabajo se tomará en cuenta algunas características de los trabajos de investigación que se detallan a continuación:

En el año 2018 Cabascango publicó el trabajo “*Plan de exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina, hacia el mercado español*”. El cual tuvo el propósito de:

Incentivar la producción de prendas de vestir bordadas a mano para su futura exportación. Además, el proyecto se enfoca en dos situaciones importantes; por un lado, la comercialización de sus productos hacia el mercado español para de esta forma encontrar una alternativa de negocio rentable que ayude a incrementar los ingresos económicos de la empresa; y por otro lado rescatar los valores culturales tradicionales reflejados en cada prenda elaborada. (Cabascango, 2018)

Se tomó en cuenta este plan de exportación debido a que se trata de los bordados artesanales que son exportados al mercado Europeo, este proyecto realizado trata de incentivar a la producción dentro de la asociación Zuleta, el proyecto se enfoca en estudios de mercado y la comercialización de las prendas, por ende es importante conocer y buscar las oportunidades comerciales que se presente para el producto artesanal de la asociación Zuleta.

Los mercados analizados de la investigación fortalecen y aporta de una forma diversa para lo correcta comercialización e internacionalización del producto artesanal de la asociación de bordados de Imbabura, ayuda a reflejar el conocimiento de cómo y qué requisitos necesita para poder entrar a mercados internacionales

En el año 2019 Díaz publicó el trabajo cuyo tema es “*La fotografía publicitaria como mecanismo para promover el uso de ropa bordada a mano 2018-2019*” el cual tuvo el objetivo de:

Tiene por objetivo plantear una propuesta basada en la fotografía publicitaria (moda), de la mano con el uso de la tecnología, con la finalidad de fortalecer la identidad cultural y promover el uso de ropa bordada a mano (conocimiento ancestral aplicado a la moda actual). (Díaz, 2019)

Esta información ayuda a mejorar la presentación de los diversos productos artesanales que son llamativos a mercados internacionales, mediante la fotografía se puede subir a plataformas que conviertan así una revista en donde se beneficiarían la asociación ya que los productos artesanales serían conocidos por todas las personas y atraerían más ventas.

En el año 2017 Seguros publicó un artículo con el tema de *Exportaciones en Ecuador*” donde explica la importancia sobre las exportaciones realizadas por Ecuador las políticas a las que se reflejan en cada sector, la importancia de esta es que da a conocer cómo surge la fuente de ingresos, razón por la que el país busca fomentar las fabricaciones de productos manufacturados donde pueden ser exportadas de una manera legal y llamativa con el objetivo de tener:

Aspectos legales y los programas de apoyo y promoción. En nuestro país, estos programas están a cargo de Pro-Ecuador y el Ministerio de Comercio Exterior (Seguros, 2017)

Ecuador maneja distintos programas que ayudan a fortalecer habilidades de las empresas exportadoras, una de ellas es “Pro-Ecuador” entidad cuya finalidad es realizar promociones acerca de productos que van a exportar por medio de las negociaciones internacionales.

Escola Johana en el año 2018, en un artículo publicado hace referencia *“Fomento y promoción de exportaciones”* donde hace mención a diferentes programas para fomentar las exportaciones a nivel mundial con el objetivo de que:

Las exportaciones sean más altas que las importaciones ya que en los últimos años se ha visto afectada la balanza comercial, generando un déficit; uno de los programas son de PROECUADOR que ayuda a la capacitación de pequeños exportadores a ofertar sus productos en el mercado internacional, pero además el Código Orgánico de Producción e Inversión también estipula algunos mecanismos para incrementar las exportaciones; hay diferentes mecanismos como son las preferencias arancelarias, suspensión de pagos de tributos y que se refiera a materias primas para productos que se vayan a exportar. (Escola, 2018)

El gobierno hace mención que Ecuador tiene varios programas de preferencias arancelarias con el objetivo de fomentar exportaciones del país, por otro lado también hace mención al “Pro Ecuador” que es un beneficio y a la vez también una ventaja competitiva que algunos acojan a este programa, estos programas buscan un beneficio para poder incrementar

exportaciones y así se beneficien las empresas o las personas que se dedican a actividades en este caso sería la asociación de productos artesanales de la provincia de Imbabura cantón Zuleta.

Casanova & Ceniceros en el 2020 en su artículo cuyo tema es de “*Hacia una estrategia de internacionalización de la economía ecuatoriana 2020-2030*” menciona que:

El objetivo de este artículo es proponer la elaboración de una estrategia de internacionalización de la economía ecuatoriana para el periodo 2020-2030. Para elaborar la propuesta se ha utilizado como metodología el análisis de las características del sector externo ecuatoriano y de su economía, así como la revisión de la práctica internacional en materia de estrategias de internacionalización. (Ceniceros, 2020)

El artículo presentado se trata acerca de las estrategias de internacionalización en el estado ecuatoriano, que ayuda a que sea una característica de todos los sectores como, por ejemplo, en el sector artesanal que viene hacer de suma importancia para los bordados en el mercado internacional donde tenga un reconocimiento de calidad hacia los consumidores de esta ganando así los mercados más principales en todo el mundo.

“*Zuleta, el poblado de los bordados y los artesanos*” este lugar se acoge a la naturaleza y aventura de esta comunidad en medio de ella las artesanías realizadas a mano es una característica a la mujer de dicha comunidad y como no caracterizadas por diversos productos que ofrecen. (LaHora, 2018)

La Asociación Zuleta es muy llamativo ya que ofrece productos de diversos colores y dibujos, los productos son una atracción para las personas extranjeras y residentes en aquel lugar, la asociación tiene muchas oportunidades que ayudan a acoger a ciertos productos a nivel internacional ya sea por su originalidad y calidad de diversos productos.

“Según Pérez Giovanni menciona que los “*Bordados Zuleta*” muestran una multiplicidad de materiales colores y diseños al momento de realizar los bordados a mano, los diseños que presentan esta comunidad caracterizan la flora de la región y a las mujeres en su forma de vestir la decoración que hace que haga atractivo la vestimenta”. (Pérez, 2019)

Este artículo ayuda a reflejar de cómo son las vestimentas de la comunidad ayuda a ver diversos dibujos que representan a la mujer indígena además es muy novedoso y es una práctica que

realizan en trascendencia y ayudaría mucho siendo una de las principales exportaciones a nivel internacional.

Según Marczak, Lemarie y Wong (2016) con tema “*Perspectivas comerciales del Ecuador con los países de Europa del Este: Bulgaria, Eslovaquia, Hungría, Polonia, República Checa y Rumania, miembros de la Unión Europea*” El artículo trata de analizar los productos ecuatorianos que pueden ser productos estrella en el mercado internacional donde:

El periodo 2007-2014, investigación en la que participó activamente la Ing. María Belén Wong Flores con las perspectivas comerciales de Ecuador que fue una Investigación intitulada: El “Fomento de las exportaciones ecuatorianas de productos de emprendimientos populares y solidarios hacia países de Europa del Este, integrantes de la Unión Europea”, el proyecto de investigación que fue financiado por la PUCE –Convocatoria 2015– y fue realizado por los mismos miembros.

Los mercados que se ha estudiado en este artículo es de suma importancia ya que el objetivo de Ecuador es alcanzar las perspectivas comerciales con diversos países y así poder potenciar un producto artesanal ecuatoriano en altos mercados internacionales, las exportaciones del Ecuador se basan más en productos de materia prima y los productos industrializados que ayudan a fomentar las exportaciones debido a la cantidad de consumismo por diversos países.

Yepes en el año 2018 presenta su artículo cuyo tema es acerca de “*La internacionalización: un acercamiento al crecimiento empresarial*” menciona que las estrategias para expandir las empresas a nivel nacional e internacional es un factor clave para:

Avanzar hacia el crecimiento empresarial en los mercados internacionales. Con el paso de los años se han evidenciado los cambios presentados en la economía mundial, de ahí surge la necesidad de pequeñas y grandes empresas establecer vínculos con el exterior, con el fin de buscar su crecimiento y permanencia en el mercado (Yepes, 2018)

Se tomó en cuenta este artículo ya que presenta estrategias de expansión de empresas a mercados internacionales con el objetivo de tener un crecimiento interno y permanencia en el mercado y es necesario para la asociación tener diversas estrategias con el producto artesanal

para ingresar a los mercados teniendo beneficios como el reconocimiento e ingresos para un mejoramiento.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1.1 Teoría de la Negociación

“Consiste en un conjunto de conceptos que permiten describir, explicar y predecir el comportamiento de las partes y los resultados de un proceso de negociación; característicamente las teorías sobre negociación están orientadas hacia obtener mejores resultados y son de naturaleza normativa, es decir, implican el procedimiento que debe seguirse para obtener los resultados esperados. Orientada a la acción, una teoría sobre la negociación requiere conocer la manera como se comportan los negociadores y los resultados que obtienen con ese comportamiento” (Paz, 2004)

La presente teoría se relaciona en cuanto a las negociaciones que se realizan a diario además de tener un mayor conocimiento sobre las diferentes técnicas de negociación que se deben usar y de esta manera evitar cometer errores comunes por falta de conocimiento. En comparación con la asociación la teoría de la negociación es una parte fundamental ya que, implica conocer todos los aspectos legales del producto y de la asociación y así poder tener un procedimiento aduanero que permita exportar el bordado artesanal.

2.1.1.2 Teoría del Comercio Internacional

La “Nueva teoría del comercio internacional”, expresa la sustentabilidad sobre la competencia imperfecta, abarca los modelos de Paul Krugman, en donde analiza la competencia (EALDE, 2018)

Al relacionarla con la presente investigación, se puede obtener una diferenciación llevando a la competitividad el bordado artesanal de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y su fomento a sus exportaciones con diferentes asociaciones que se dedican a dicha actividad por ello se debe tomar en cuenta los diversos productos que pueden entrar a mercados internacionales con una gran calidad y atracción para los clientes.

2.1.1.3. Teoría de la ventaja competitiva

Según David Ricardo (1817) menciona que una de las ventajas competitivas de una empresa es generar las capacidades de la producción es donde exista compradores que estén en disponibilidad de pagar con el objetivo de tener un:

Crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad que ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (Marisol Torres, 2016)

La Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura debe centrarse en sus productos estrella y de esta manera acapara en mayor medida el mercado demandante debido que tendrá ventajas sobre otros productos en relación a calidad y costos. De esta manera se estaría poniendo énfasis en los productos que se tiene una ventaja en relación a los competidores.

2.1.1.3. Teoría de la demanda recíproca

Según Stuart Mill en el año 1806 en su teoría “Demanda recíproca” menciona que al determinar una relación de intercambio se encuentra un punto medio en la cual determinan:

La relación real de intercambio entre los países que realizan comercio internacional. 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 pagar el total de las importaciones. Esta ley de valores internacionales es una ampliación de la ecuación de la oferta y la demanda. (Ramos, 2013)

La demanda recíproca es de gran relevancia debido que éxito un flujo constante de mercancía en relación a la oferta y demanda, además que los productos de la Asociación Zuleta conforme se den a conocer en mercados internacional su demanda iría en auge y la producción se debe aumentar, además se debe tomar en cuenta que el Ecuador es un país exportador de materia prima e importador de productos elaborados, pero con la transformación de la materia prima a productos terminados se tiene un plus el cual se puede incluir componentes que sean importados de otras partes para de esta manera tener mayor calidad y mantener una demanda recíproca.

2.2.2 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

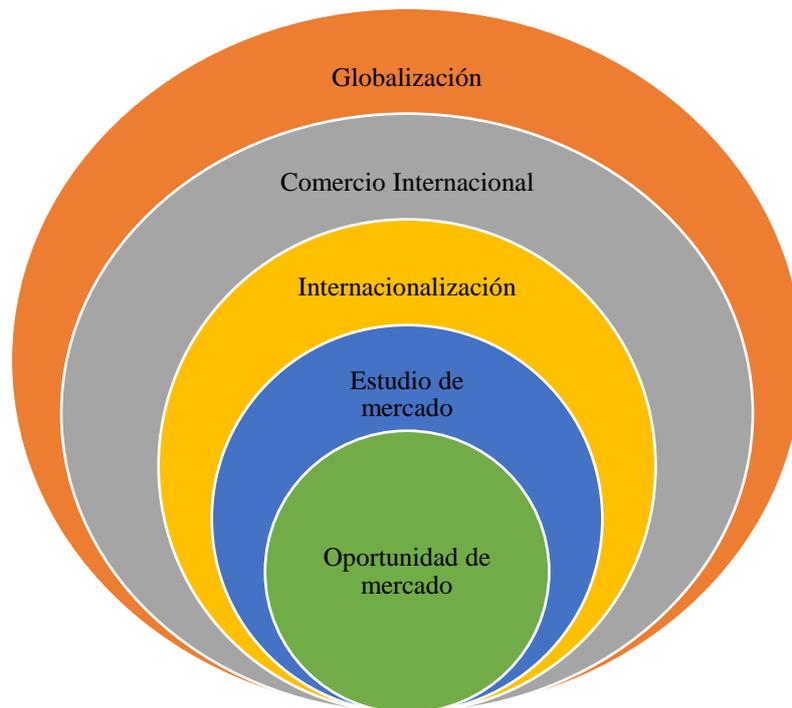


Figura 1 Variable independiente: Oportunidad de mercado

Fuente: Elaboración propia

Globalización

“La globalización se refiere al cambio hacia una economía mundial más integrada e interdependiente” (Hill, 2011, p.6.)

La globalización hace referencia a una integración mundial de diferentes países en donde intervienen diversos procesos como económicos, tecnológicos, sociales, políticos, económicos y culturales, donde las economías se desarrollan a través de la globalización, ya que consiste en una integración de diversos países a nivel mundial y así poder formar una economía única lo cual facilita una buena relación comercial.

Comercio internacional

“El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo” (López, 2020).

El comercio internacional es un factor importante dentro del ámbito económico ya que, surgen nuevos conocimientos y diferentes culturas formando así países con un comercio internacional

teniendo en cuenta las necesidades de las personas en la compra y venta de bienes y servicios en diferentes países con diferentes formas de pago, su desarrollo implica en la economía mundial ya que se caracteriza por destacar unos productos que no surgen en el país.

La internacionalización

“La internacionalización es un proceso por el cual una empresa crea las condiciones precisas para desembarcar en otro mercado internacional. Las compañías opten cada vez más por la deslocalización y a dirigir sus ventas hacia el extranjero.” (García, 2017)

Es una fase en donde cada empresa requiere ser trasladada y ser conocida por sus méritos de manera nacional e internacional, la asociación Zuleta se enfoca en la internacionalización por el bordado artesanal o producto estrella que se está llevando a cabo para la comercialización en diferentes países del mundo.

Estudio de mercado

“Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.” (Debitoor, S.F)

Un estudio de mercado es de gran importancia para la investigación ya que, aporta recolección y análisis de todos los mercados óptimos para la comercialización del producto estrella de la asociación, por ende, es necesario realizar un estudio de todos los factores sociales, políticos y económicos para poder llegar a un mercado meta.

2.2.2.1 Oportunidad de mercados

“Se considera una oportunidad de mercado a una persona que tiene un interés por una empresa por un producto seleccionado y que sea rentable en los próximos años”. (PLANDEMERCADOTECNIA, S.F)

Una oportunidad de mercado es un proceso que lleva a cabo una empresa donde su situación se encuentra de manera ventajosa o que presenta desventaja al momento de ingresar en el mercado exterior y llegar al consumidor, las ventajas que representan son de forma natural u originaria de la empresa o sector determinando ciertas características como:

- Publicidad internacional
- Reacción del producto dependiendo del mercado
- Un producto será promocionado mientras sea rentable y genere ganancias

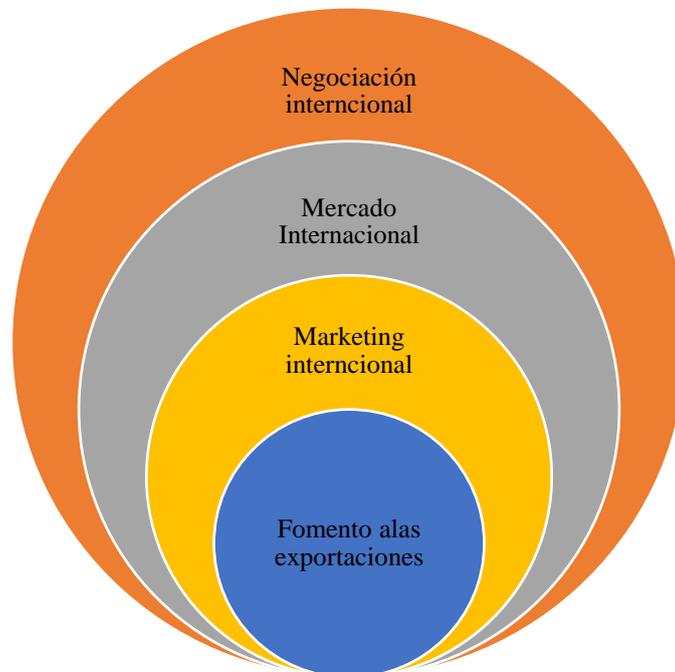


Figura 2 Variable Dependiente: Fomento a las exportaciones

Fuente: Elaboración Propia

Negociación internacional

“Busca acuerdos de comercialización de bienes y servicios de un país a otro con una alianza estratégica o un acuerdo con un intermediario”. (Mones, 2021)

Se puede añadir que el bordado artesanal de la asociación Zuleta es factible debido a que juega un papel fundamental dentro de una negociación internacional ya que, busca expandirse y trata de conocer diversos factores del país entrante para poder comercializar los bienes a base de un acuerdo entre ambos países interesados y así generar ingresos a la asociación.

Marketing internacional

“El marketing internacional es la adaptación de la estrategia de marketing de la empresa a mercados de otros países, identificando las necesidades específicas en cada región.” (Maratum, 2022)

Es una estrategia que se utiliza para un producto con fines de comercialización identificado las necesidades de cada país consumistas, el marketing internacional es de gran relevancia dentro del tema en estudio ya que la Asociación Zuleta busca promocionar y fomentar la camisas para hombres en el mercado internacional teniendo en cuenta factores internos como el precio y la calidad del bordado.

Es importante considerar el precio del bordado artesanal a la hora de la compra de un bien ya que emplean diferente medios de comercialización en diferentes puntos del mercado y accediendo al cliente se tendría un plan de marketing para poder alcanzar los objetivos determinados en un mercado.

2.2.2.5 Fomento a las exportaciones

Según negocios en el año 2010 menciona que el fomento a las exportaciones es realizado para promover el proceso de calidad y producción de las empresas generando competitividad en el mercado internacional con el objetivo de:

Reducir cargas arancelarias para los insumos, partes y componentes que se incorporarán en el producto de exportación y la simplificación de trámites administrativos por parte del gobierno federal. (Negocios, 2010)

El Gobierno ecuatoriano a través de los años ha desarrollado diferentes programas para el fomento de las exportaciones, con el objetivo de buscar que las importaciones sean bajas, mientras que las exportaciones sean de alta competitividad lo que reflejaría una balanza comercial positiva para el país ; uno de los programas que se ha desarrollado es PROECUADOR que tiene como objetivo ayudar a empresas pequeñas a realizar exportaciones y ofertar sus productos de manera global, pero además el Código Orgánico de Producción e Inversión también cuenta con diversos mecanismos para poder incrementar las exportaciones las cuales son: Preferencias arancelarias, suspensión de pagos de tributos respecto a materias primas de productos exportables. (Exterior, 2022)

El Programa de Fomento para la internacionalización de exportaciones: Incluye el diseño, la promoción e implementación de auditorías de exportación, apoyo individual, asistencia financiera para poder lograr una internacionalización (Exterior, 2022)

Dentro de nuestro país se están considerando muchos puntos sobre el fomento a las exportaciones mismas que benefician tanto a productores industrializados como artesanales, brindándoles beneficios para la exportación de sus productos. El fomento a las exportaciones en comparación con la Asociación es un beneficio ya que, promueve la calidad del producto generando competitividad en el mercado internacional, el objetivo de la asociación en cuanto al fomento a las exportaciones es tener calidad del producto y diseños diferentes, lo cual sea un producto original ante otros productos competitivos.

2.2.2.3 Productos artesanales

Los productos artesanales son realizados por personas que se dedican a la elaboración de bordados a mano, son finalizadas con máquinas especializadas para poder comercializar, el artesano es la parte fundamental para la elaboración del producto ya que se encarga de realizar el molde y escoger los colores dependiendo del pedido.(Domecq, 2019)

Los productos artesanales de la asociación Zuleta cuentan con un plus, que es la originalidad y calidad de diseños exclusivos que son realizados a mano cuya característica es resaltado con colores llamativos hacia el cliente.

2.2.2.4 Asociación

Es un grupo de personas que tiene como objetivo lograr satisfacer necesidades de los consumidores mediante necesidades morales que puede ofrecer el grupo y así generar ganancias con fines permanentes en el mercado. (Significados, 2022)

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Considerando los diferentes tipos de enfoque se han tomado en cuenta y se ha realizado un análisis de cada enfoque utilizado en la presente investigación:

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1 Enfoque Mixto

Para el análisis de información se empleará la investigación mixta que analiza datos cualitativos como cuantitativos, según Hernández (2015) “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recepción y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos” (p.546). Complementando este tipo de método de investigación. Según (Quezada, 2017) afirma “La investigación de métodos mixtos (investigación mixta es un sinónimo) es el complemento natural de la investigación tradicional cualitativa y cuantitativa”. La investigación mixta ofrece varias prácticas de investigación con el objetivo de identificar datos sistemáticos.

El método mixto es definido cuando el investigador mezcla métodos cuantitativos y cualitativos, creando así una tercera ola. Utilizando este tipo de investigación, permitirá obtener la información necesaria para conocer el fomento a las exportaciones. En la investigación es necesario el identificar variables cualitativas como: gustos, preferencias, formas de presentación del producto, canales de comercialización; de los posibles consumidores de los productos artesanales de la Asociación de Zuleta-Imbabura, permitiendo identificar el grado de aceptabilidad que tienen dichos productos en el mercado.

3.1.1.2 Enfoque Cuantitativo

Es un proceso probatorio que representa cada etapa secuencial donde se puede verificar mediante métodos estadísticos, el orden es riguroso que se acomoda dependiendo a la idea donde derivan las preguntas de investigación y objetivos hasta poder determinar un marco teórico y una hipótesis que determinan las variables del contexto realizado y así poder determinar las conclusiones de la investigación. (Hernández, 2017, pp.98-99)

El enfoque cuantitativo es un método lo cual ayuda a determinar los mercados factibles para el fomento a las exportaciones del bordado artesanal de la asociación, busca determinar los países que acogen este producto y así satisfacer los gustos y preferencias que poseen cada país meta, lo cual aporta con datos importantes que ayudan a buscar estrategias para ser reconocidos nivel internacional.

3.1.1.3 Enfoque Cualitativo

Esta se guía por temas significativos de investigación, el enfoque cualitativo se centra en la claridad de las preguntas de investigación que procede a recolectar y analizar datos cualitativos, donde pueda surgir una hipótesis, el objetivo principal del enfoque cualitativo es descubrir las preguntas de investigación más importantes para así responder. (Hernández, 2017, pp.114-115)

Este enfoque es fundamental dentro de una investigación realizada ya que se centra en estudios realizados, tesis, datos reales, y análisis que aportan de manera positiva para el fomento de las exportaciones de los productos artesanales e identifican mercados meta que ayudan a tener una mejor oportunidad para una buena comercialización de dicho producto.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1 Investigación Descriptiva

Esta consiste en describir situaciones, sucesos ya realizados anteriormente; se manifiestan y detallan cada característica de personas, animales, objetos, comunidades, fases entre otros que entren en descripción. Es decir, pretende medir información de manera independiente sobre variables que pretende describir. (Hernández, 2017, p. 76)

La investigación que se utiliza para la presente investigación es descriptiva ya que se enfoca en describir y analizar los mercados internacionales y los tipos de mercados que pueden abarcar dentro del ámbito textilero y así tener el fomento de las exportaciones de los bordados artesanales de la asociación Zuleta-Imbabura.

3.1.2.2 Investigación documental

Es un proceso que se caracteriza por búsqueda, análisis, actualización y crítica de datos secundarios, que ya están obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes

documentales como: impresas o electrónicas, el objetivo de este diseño es el aporte y ampliación de nuevos conocimientos. (Arias, 2012, p.27)

Se tomará en cuenta esta investigación ya que es necesario obtener los resultados obtenidos a través de investigaciones anteriores, como fuente principal es la descriptiva ya que al momento de buscar mercados internacionales se encontraría los gustos y preferencias de los países consumidores y así fomentar las exportaciones de la asociación de los productos artesanales.

3.1.2.3 Investigación a campo

Según Santa Paella y Filiberto Martins (2010) define que la investigación a campo consiste en recolectar datos en el campo ocurrido, sin manipular hechos o variables ocurridos en el campo de estudio. Analiza los fenómenos sociales en su ambiente natural y original. (Moran y Ortega, 2015)

La investigación a campo es una de las herramientas que se ha utilizado dentro del tema investigado ya que se centra en recolectar información de manera presencial y analiza el estado de situación de la asociación y del producto que se está ofertando en el mercado nacional e internacional.

3.2. HIPÓTESIS O IDEA PARA DEFENDER

Los mercados internacionales son una oportunidad para los productos artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1 Variable Independiente Oportunidad de mercados internacionales

Variable independiente	Definición conceptual de la variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES	Es un proceso sistemático en la cual interviene la oferta y de la demanda de un producto analizado desde años atrás al actual que pretende estimar el comportamiento futuro y así poder tomar una decisión positiva para poder comercializar de forma exitosa en el mercado internacional. (Cabello D, 2015)	Entorno	Factores socioeconómicos Factores políticos Factores legales	Fichaje Entrevista Análisis documental	Fichas Cuestionarios
		Mercados	Perfil del consumidor Oferta Demanda	Entrevista Análisis documental	Cuestionarios
		Producto	Importaciones Exportaciones Mano de obra Materia prima Requisitos Legales Comercialización	Entrevista Análisis documental	Cuestionarios
		Precio	Precio del producto Estrategias de promoción Comunicación Nivel de utilidad	Entrevista Análisis documental	Cuestionarios
		Competencia	Potenciales competidores	Entrevista Análisis documental	Cuestionarios

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Variable Dependiente Fomento a las exportaciones

Variable Dependiente	Definición conceptual de la variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
FOMENTO A LAS EXPORTACIONES	El estado tiene la obligación de fomentar la producción orientada a las exportaciones y de promover la misma a través de la utilización de mecanismos estipulados es este código. (CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES [COPCI],2010/2018)	Acuerdos Comerciales	Acceso a los programas de preferencias arancelarias	Análisis Documental	Internet: Archivos pdf, sitios web, artículos.
		Incentivos a la inversión productiva	Derecho a la devolución condicionada o parcial de impuestos pagados por la importación.	Entrevista Encuestas	Acuerdos Encuestas Cuestionarios
		Programas fortalecimiento productivo.	de Acogerse a los regímenes especiales aduaneros	Entrevistas Encuestas	Datos secundarios Cuestionarios
		Entorno	Análisis Oferta y Demanda	Entrevista Encuestas	Libros Revistas catálogos, periódicos Tesis Proyectos
		Mercados internacionales	Capacitaciones sobre mercados internacionales, valor agregado a productos, derechos de regímenes aduaneros	Entrevista Encuestas Análisis documental	Planes de Capacitación es Encuestas Fichas Cuestionarios

Fuente: Elaboración propia

MÉTODOS UTILIZADOS

La investigación realizada de los bordados artesanales de la asociación Zuleta-Imbabura se basa en métodos diferentes que se detallaran a continuación:

3.4.1 MÉTODO DEDUCTIVO

Descubre fórmulas que permite calcular la rapidez de un avión es un método en la cual ayuda a obtener una conclusión directa de los hechos ocurridos en un campo de acción, estas conclusiones son extraídas de manera directa y sin intermediarios que hace que sea una ventaja para presentar un resultado. (Behar, 2008, p. 39)

Este método aporta en la investigación ya que en el capítulo uno y dos hace referencia a la información de la asociación y también los conceptos de las variables que se estudiara, en este método recolectamos toda información necesaria del producto y de la asociación y como serían sus producciones para el fomento de sus exportaciones a mercados internacionales.

3.4.2 MÉTODO INDUCTIVO

Crea leyes de anticipación de hecho ya ocurridos mediante la observación del comportamiento de las personas o cosas que están dentro del campo de estudio, lo que realiza es una especie de generalizada de tener una lógica para conseguir una demostración de las leyes citadas o realizadas con anticipación de las conclusiones. (Behar, 2008, p. 40)

Este método emplea el primer y segundo capítulo ya se analiza las características del producto y de la asociación donde ayuda a buscar mercados internacionales para su fomento a las exportaciones y ser reconocidos a nivel internacional.

3.4.1. Análisis Estadístico

En el análisis estadístico se determinará los mercados meta que serán importadores de los productos artesanales de la asociación Zuleta, al realizar un estudio de mercados enfocados a países consumidores de tal producto, se tomara en cuenta distintos factores como; político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal lo cual detallarán la población, muestra, el

PIB, gustos y preferencias de cada país meta. Por otro lado, en esta investigación se analizará como la asociación puede fomentar las exportaciones a mercados meta, la investigación realizada será a través de fuentes bibliográficas, libros, entrevistas entre otros.

Tabla 3 Análisis estadísticos de instrumentos utilizados

Análisis estadísticos	
Técnicas o instrumentos	Características
Entrevista	La entrevista se aplica al presidente de la asociación Zuleta, con el fin de recolectar información acerca de los productos artesanales, producción y comercialización.
Fichas bibliográficas	Las fichas ayudan a recolectar información de tesis, investigaciones, artículos científicos que tenga estrecha relación con el tema, donde nos permita identificar problemas de comercialización.
Ficha de observación	Se aplica la ficha de observación en el campo de estudio de la asociación Zuleta, con el objetivo de verificar todos los campos en buen estado y el proceso de comercialización y producción de los bordados
Datos secundarios	Se utiliza sitios web para el desarrollo de la investigación, las más utilizadas para el estudio de mercados internacionales es trademap, Cobus Group y Global Economy entre otros.

Elaborado por: Nayla Chano

3.5. RECURSOS

Los recursos empleados en la presente investigación son:

3.5.1 Recursos Humanos

En la investigación realizada participaron personas expertas en los temas tratados las cuales fueron entrevistas que son de gran importancia para la investigación realizada, por otra parte, se utilizó las encuestas y fichajes que aportan al desarrollo de la investigación con aportes u opiniones que hacen referencia la asociación acerca de los productos artesanales.

3.5.2 Recursos Materiales

Se utiliza diversos materiales tanto tecnológicos como herramientas digitales o plataformas para realizar encuestas, entrevistas y fichaje de esta manera facilitando información acerca de la asociación. Por otro lado, de tomo en cuenta también las fuentes bibliográficas, tesis, libros, artículos y computador lo cual ayuda buscar información acerca de la Asociación.

3.6 Estudio mercados alternativos

3.6.1 EMPRESA

La Asociación de Bordadoras y Artesanos de Zuleta se constituyó hace 23 años. Sin embargo, los bordados tienen varios años de trayectoria entre 100 y 120 años. La asociación empezó con bordados de camisas y elaboración de productos de cuero como: carteras y correas que ha pasado de generación en generación sin perder su esencia natural. También fueron perfeccionando, mejorando e innovando sus productos dependiendo de la situación en la que se encuentran.

Actualmente, bordan blusas, toallas, paneras, caminos de mesa, tapetes, manteles, individuales, camisas, vestidos y también ofrecen productos personalizados, como el cliente lo desee. Las bordadoras se demoran entre 10 y 15 días en realizar sus diseños, los cuales los plasman en sus bordados elaborados a mano. (GoRaymi, 2018)

3.6.2 HISTORIA

El pueblo llamado Zuleta es un lugar mágico en donde nacen los bordados artesanales y como tradición y cultura quieren expandirse con todos los diseños a nivel nacional e internacional.

Por sus misteriosas pirámides preincaicas, sus raíces coloniales españolas y por ser el hogar de dos ex presidentes del Ecuador, Zuleta es el entorno perfecto para conocer la cultura ecuatoriana y sus tradiciones.

Sus pirámides Caranquis, que son las segundas mejor preservadas del Ecuador, fueron ocupadas por los Incas y colonizadas por los españoles. Son un reflejo viviente de la historia de esta región que fue un refugio de la actividad volcánica, un lugar ceremonial para los caciques Caranquis y un emplazamiento agrícola privilegiado para Incas y

españoles. Hoy en día, la hacienda mantiene vivo el legado del expresidente Galo Plaza Lasso y su familia, que combinó los ideales liberales con avances económicos para construir una comunidad que, sin perder el orgullo de sus tradiciones indígenas, integre la innovación con una visión de futuro”. (Zuleta, 2018)

Una de las historias destacadas que cuenta el bordado artesanal es en donde el expresidente Rafael Correa utilizó una de las camisas bordadas en el día que se posesionó como presidente, la cual fue un inicio en donde dejó huellas a nivel mundial con los bordados caracterizados en la población.

3.7 Descripción del producto

Se puede mencionar que el producto artesanal realizado a mano es originario de las mujeres zuleteñas, que cuidan y conservan la cultura indígena ancestral que inició desde años atrás con la ex esposa del presidente Galo Plaza Lasso dueño de la hacienda Zuleta desde aquel entonces surgió los bordados artesanales hasta la actualidad.

El bordado artesanal consta de tres etapas en donde el primero se basa en la elaboración de diseños exclusivos para el producto, esta se caracteriza por tener las características de la fauna de Zuleta es decir diseños como: flores, animales, vestimenta entre otros, como segundo paso está el diseño de la elaboración del tipo de producto como: decoraciones, manteles, camisas, paneras etc. Como último paso es el pre hilar o coser el producto detallando los colores que más atraen al consumidor.

3.7.1 Variedades del producto

En la actualidad la asociación Zuleta ha sacado diversas ideas acerca de los productos en la cual cuenta con: manteles, toallas, servilletas, adornos de cocina, prendas de vestir, bolsos y como producto que surgió en este año ante la pandemia fue la mascarilla que fue de gran acogida en la localidad, otro de los productos que surgió ante la pandemia cojines perfumados de hierbas naturales para el guardarropa, como se puede observar la asociación cuenta con diversidad de diseños de calidad y que día a día están actualizando ante el problema que se presente.

Tabla 4 Productos que ofrece la asociación

Producto
Manteles
Paneras
Toallas
Blusas de niña
Blusas grandes
Camisas
Vestidos
Mascarillas
Caminos de mesa
Tapetes
Carteras
Mascarillas
Productos personalizados: Adornos de refrigeradora, Adornos de licuadora.

Fuente: Entrevista realizado al presidente de la Asociación Jaime Sarzosa

3.8 FICHA ARANCELARIA

Elección de los productos principales que se comercializan dentro de la Asociación Zuleta

Se eligió 4 productos principales que son comercializados a grandes cantidades dentro de la Asociación entre ellas esta Camisas, vestidos, mantel y servilletas en donde cada uno se clasificara con diferente partida que son las siguientes:

Tabla 5 Clasificación Arancelaria de Camisas de punto para Hombre

PARTIDA ARANCELARIA DE CAMISAS PARA HOMBRES		
Sección	XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo	61	Prendas y complementos (Accesorios), de vestir, de punto
Partida	6.105	Camisas de punto para hombres o niños.
Nombre de la Empresa	Asociación Zuleta	
Dirección	Comunidad Zuleta	
Ciudad	Ibarra	
Contacto	Sr. Jaime Sarzosa	
Teléfono	979770909	
Nombre del producto	Camisas de hombre	



Posición Arancelaria	6105.10.00 Los demás, para hombres
Talla	Adultos: S,M,L ,XL,XXL Niños: 0-14
Otras características	Bordado realizado a mano

Fuente: Entrevista aplicada al presidente de la Asociación, Nomenclatura de designación y Codificación de mercancías del Ecuador.

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Los bordados a mano de la asociación Zuleta se clasificó en las sección XI “ *materiales textiles y sus manufactura* ”), capítulo 61 “ *prendas y complementos de vestir* ” ,partida 6105 “Camisas de punto para hombres o niños “ en la siguiente Subpartida 6105.10.00 (Los demás, para hombres) debido a que presentaba características comunes entre diversos textiles, se eligió esta prenda ya que en la entrevista aplicada al presidente de la Asociación Actual ,menciono que es uno de los productos más comercializados y cuenta con tallas distintas para adultos y niños.

Tabla 6 Clasificación Arancelaria del vestido largo

PARTIDA ARANCELARIA VESTIDOS PARA MUJERES		
Sección	XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo	62	Prendas y complementos (Accesorios), de vestir, de punto
Partida	6.204	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" (excepto de baño), para mujeres o niñas.
Nombre de la Empresa	Asociación Zuleta	
Dirección	Comunidad Zuleta	
Ciudad	Ibarra	
Contacto	Sr. Jaime Sarzosa	
Teléfono	979.770.909	
E-mail		
Nombre del producto	Vestidos largos	
Posición Arancelaria	6204.42.00	



Talla	Adultos: Talla única
	Niñas:0-14 años
Otras características	Bordado a mano más el tejido alrededor de la blusa

Fuente: Entrevista aplicada al presidente de la Asociación, Nomenclatura de designación y Codificación de mercancías del Ecuador.

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Los bordados a mano de la asociación Zuleta se clasifico en las sección XI “ materiales textiles y sus manufactura”, capítulo 62 “prendas y complementos de vestir “, partida 6204 “Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos para mujeres y niñas “ en la siguiente Subpartida 6204.42.00 (de algodón), debido a que presentaba características comunes entre diversos textiles, se eligió esta prenda de vestir ya que en la entrevista aplicada al presidente de la Asociación Actual ,menciono que es otro de los productos más comercializados y cuenta con talla única para adultos y niñas.

Tabla 7 Clasificación Arancelaria de Manteles o adornos de mesa

PARTIDA ARANCELARIA MANTELES		
Sección	XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo	63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos
Partida	6.302	Ropa de mesa, de punto
Nombre de la Empresa	Asociación Zuleta	
Dirección	Comunidad Zuleta	
Ciudad	Ibarra	
Contacto	Sr. Jaime Sarzosa	
Teléfono	979.770.909	
Nombre del producto	Manteles o adornos de mesa	
Posición Arancelaria	6302.40	
Subpartida	6302.40.90.00 La demás ropa de mesa	
Talla	Adultos: Talla única	



Niñas:0-14 años

Otras características

Bordado a mano más el tejido al gusto del consumidor

Fuente: Entrevista aplicada al presidente de la Asociación, Nomenclatura de designación y Codificación de mercancías del Ecuador.

Elaborado por: Nayla Chano

Tabla 8 Clasificación Arancelaria de servilletas o Adornos de mesa

PARTIDA ARANCELARIA SERVILLETAS		
Sección	XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo	63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos
Partida	6.302	Ropa de mesa, de punto
Nombre de la Empresa	Asociación Zuleta	
Dirección	Comunidad Zuleta	
Ciudad	Ibarra	
Contacto	Sr. Jaime Sarzosa	
Teléfono	979770909	
Nombre del producto	Adornos de mesa o servilleta	
Posición Arancelaria	6302.40.00	
Subpartida	6302.40.90.00 La demás ropa de mesa	
Talla	Talla única	
Otras características	Bordado a mano	



Fuente: Entrevista aplicada al presidente de la Asociación, Nomenclatura de designación y Codificación de mercancías del Ecuador.

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Los bordados a mano de la asociación Zuleta se clasifico en las sección XI “*materiales textiles y sus manufactura*”, capítulo 63 “los demás artículos textiles confeccionado, juegos, prendería y trapos”, partida 6302 (Ropa de mesa, de punto) en la siguiente Subpartida 6302.40.90.00 (los demás ropa de mesa), debido a que presentaba características comunes entre diversos textiles,

se eligió esta prenda de vestir ya que en la entrevista aplicada al presidente de la Asociación Actual ,menciono que uno de los productos más comercializados en ferias realizadas en la comunidad.

3.9 Elección de un producto meta

Tabla 9 Elección del producto para la elaboración del Estudio de mercado

Elección del producto para el estudio de mercado	
Partida	Descripción del producto
6105.10.00	Los demás, para hombres
6204.42.00	Vestidos largos de algodón
6302.40.90	los de más ropa de mesa

Elaborado por: Nayla Chano

3.9.1 PRODUCTO 1

6105.10.00 (Los demás, para hombres)

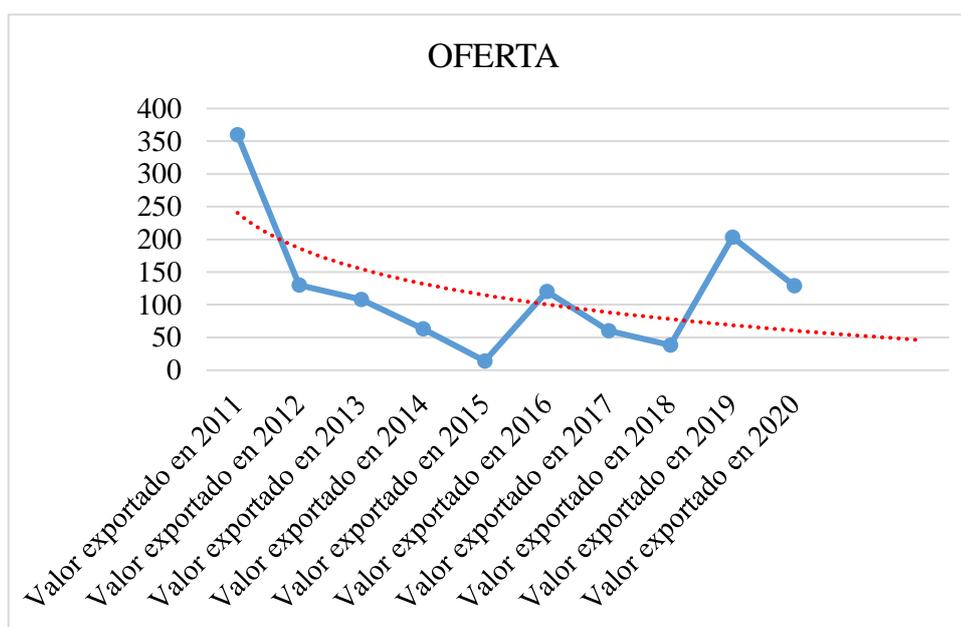


Figura 3 Oferta de Camisas para Hombre (6105)

Análisis

En la gráfica de la oferta del producto número 1 cuya partida es: 6105.10.00 (Los demás, para hombres) se ha tomado en cuenta exportaciones desde el año 2011, lo cual determina que existió una excelente oferta de productos para hombres, al mismo tiempo en el año 2012 existió una

caída de los productos como resultado de un declive en el año 2015, las ofertas han tratado de crecer hasta determinar en una rango estimado para poder calificar como un estado bueno pero no han logrado establecerse ,en el 2020 se determinó que las exportaciones desde Ecuador hacia el mundo son regulares.

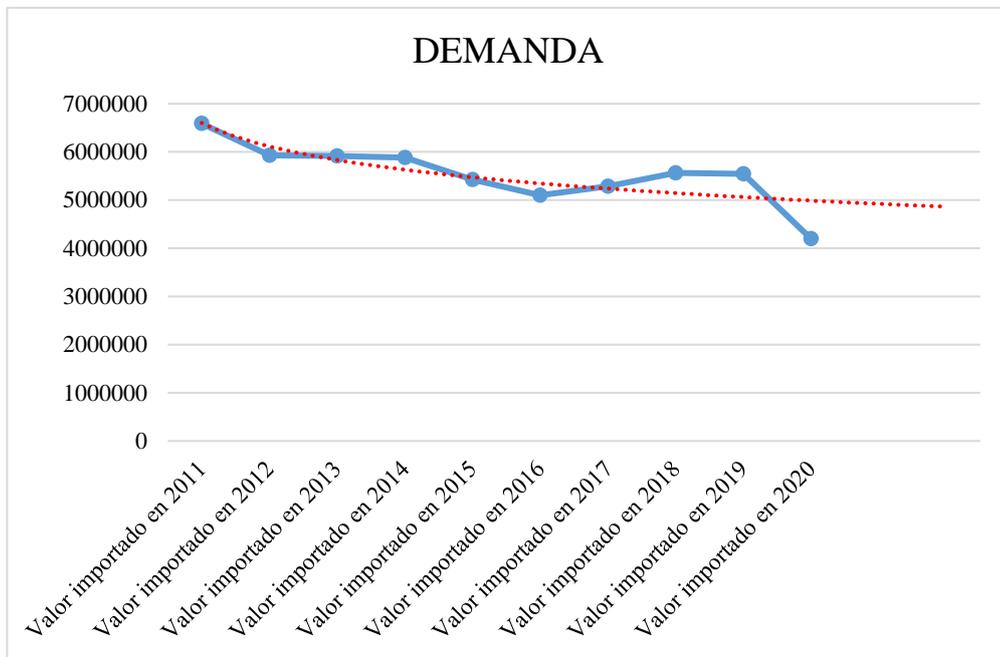


Figura 4 Demanda de Camisas para Hombres (6105)

Análisis

En la gráfica de la demanda acerca del producto ropa para hombres hace mención a una categoría de importaciones de cada año, lo cual se ha realizado desde el 2011 en donde el producto de partida 6105.10.00 (Los demás, para hombres, consta en un estado estable hasta el año 2019, en el año 2020 las importaciones a nivel mundial entran en un declive.

La línea de tendencia de color rojo gráfica la demanda de las exportaciones de la partida 6105.10 indica que el crecimiento y disminución del consumo se mantiene en un equilibrio constante entre disminución y crecimiento.

3.9.2 PRODUCTO 2

6204.42.00 (Vestidos largos de algodón)

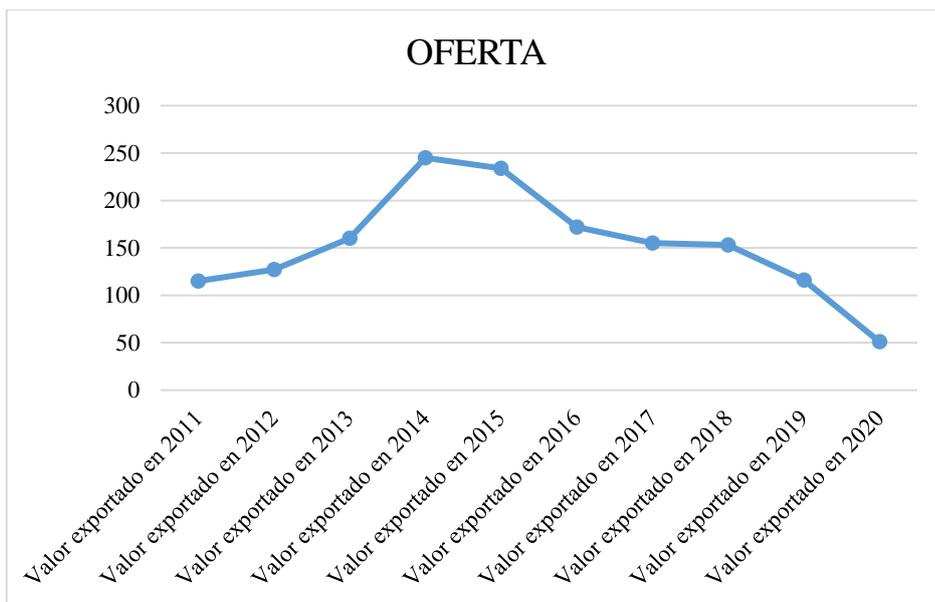


Figura 5 Oferta de Vestidos largos (6204)

Análisis

En la figura Nro.5 de la oferta del producto número 3 perteneciente a la partida 6204.42.00 (Vestidos largos de algodón) se tomó en cuenta las exportaciones de diez años atrás, a nivel mundial, cuyo origen es de Ecuador, ha existido exportaciones en bajas cantidades en cuanto a vestidos, año tras año se ha registrado un crecimiento de las exportaciones hasta el 2015, a partir de ese año existen disminuciones que hacen que las exportaciones entren en un declive en el año 2020.

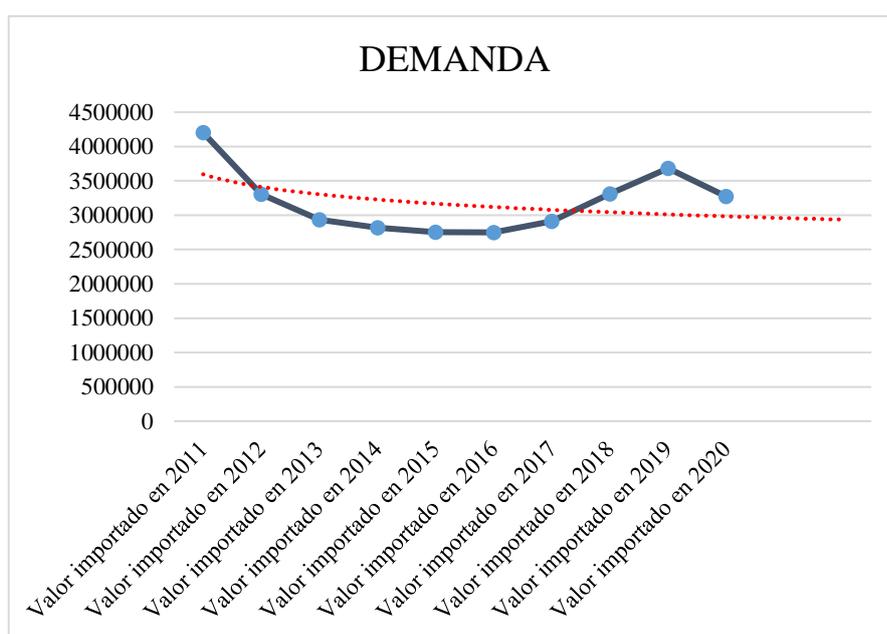


Figura 6 Demanda de Vestidos largos (6204)

Análisis

En la gráfica de la demanda de vestido para niñas se tomó en cuenta las importaciones de diez años a tras a nivel mundial, lo cual ayuda a determinar en qué estado se encuentra el producto demandado, en el año 2011 existe importaciones a nivel mundial en un estado excelente, año tras años ha disminuido y ha subido, pero manteniendo un estado bueno, en al año 2019 existe un crecimiento en comparación al año 2018, en el 2020 existe una disminución, pero no baja del rango de estado bueno.

La línea de tendencia de color rojo que gráfica en la demanda de las exportaciones de la partida 6204.42 indica que el crecimiento y disminución del consumo que tiene el producto en los próximos años, en este caso los vestidos realizados para mujeres estarán disminuyendo en los próximos años entrantes.

3.9.3 PRODUCTO 3

6302.40.90 (los de más ropa de mesa)

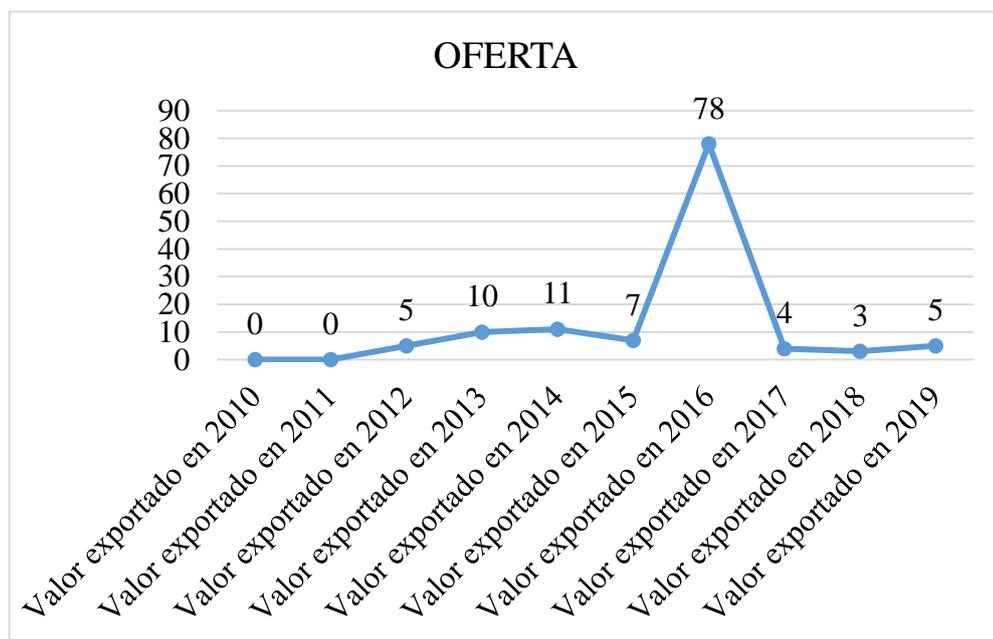


Figura 7 Oferta de ropas de mesa (6302)

Análisis

En la gráfica de la oferta del producto número 3 cuya partida es: 6302.40.90 (los de más ropa de mesa), se tomó en cuenta las exportaciones de diez años a tras a nivel mundial, cuyo origen

es de Ecuador, estas exportaciones, ha tenido un declive en el año 2010, tras transcurrir el tiempo ha existido un crecimiento un poco lento, sin embargo, en el año 2016 existió un crecimiento de exportación a grandes cantidades y en 2017 hasta el año presente se encuentra en declive.

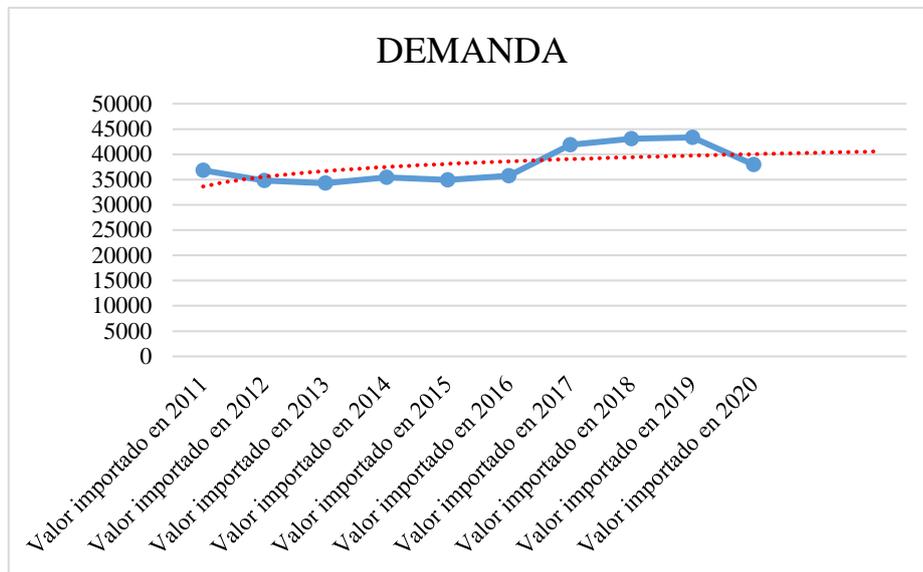


Figura 8 Demanda de ropa de mesa (6302)

Análisis

En la gráfica de la demanda de ropa de mesa se tomó en cuenta las importaciones de diez años a tras a nivel mundial, lo cual ayuda a determinar en qué estado se encuentra el producto demandado, en el año 2011 existe importaciones a nivel mundial en un estado bueno, después de cinco años en el 2017 existe un crecimiento en las importaciones mundiales, mientras que en el año 2020 ha disminuido las importaciones, pero consta en un estado bueno.

La línea de tendencia de color roja que gráfica en la demanda de las exportaciones de la partida 6302.40.90 indica que el crecimiento del consumo que tiene el producto en los próximos años o también se mantendrá en un equilibrio.

3.9.4 Elección del producto mediante matriz Boston Consulting Group (BCG)

Tabla 10 Elección del producto mediante matriz Boston Consulting Group (BCG)

Partida Arancelaria 6105.10.00	
Principales países exportadores	Cantidad exportada
Bangladesh	783338
China	360774
India	355395

Fuente: Trademap

Elaborado: Nayla Chano

Análisis

Según trademap, dentro de las exportaciones mundiales de partida 610510 (Camisas para hombres), esta como principales países Bangladesch con una cantidad de 783.338 exportada en el año 2020, como segundo lugar se encuentra China con la cantidad de 360.774 y como tercer lugar esta India con una cantidad de 355395, dichos datos que se utilizará para el cálculo de la matriz BCG.

Tabla 11 Principales países exportadores de partida arancelaria 6204

Partida Arancelaria 6204.42.00	
Principales países exportadores	Cantidad exportada
China	1044836
India	461810
Italia	221520

Fuente: Trademap

Elaborado: Nayla Chano

Análisis

Según trademap, dentro de las exportaciones mundiales de partida 620442 (Vestidos para mujeres), esta como principales países exportadores China con una cantidad de 1.044.836 exportada en el año 2020, como segundo lugar se encuentra India con la cantidad de 461.810y como tercer lugar esta Italia con una cantidad de 221.520, dichos datos que se utilizará para el cálculo de la matriz BCG.

Tabla 12 Principales países exportadores de partida arancelaria 6302

Partida Arancelaria 6302.40.90	
Principales países exportadores	Cantidad exportada
India	53067
China	14078
Pakistán	8728

Fuente: Trademap

Elaborado: Nayla Chano

Análisis

Dentro de las exportaciones mundiales de partida 6302.40.90 (Ropa de mesa), esta como principales países exportadores India con una cantidad de 53.067 exportada en el año 2020, como segundo lugar se encuentra China con la cantidad de 14.078 y como tercer lugar esta Pakistán con una cantidad de 8.728, dichos datos que se utilizará para el cálculo de la matriz BCG.

Tabla 13 Matriz BCG

MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)								
Cartera de productos	Ventas de la empresa	Participación del producto	Ventas de los tres principales competidores			Principal competidor	Crec. del mercado	Crec. relativo
6105.10.00	129	25%	783338	360774	355395	783338	1	0,0002
6204.42.00	51	10%	1044836	461810	221520	1044836	-22	0,0000
6302.40.90	327	64%	53067	14078	8728	53067	-19	0,0062
	507	100%						

Fuente: Trademap

Elaborado: Nayla Chano

Análisis

Para la realización de la matriz BCG se utilizó datos de trademap en donde se realizó los debidos cálculos con la primera columna consta de partidas arancelarias de los productos que ofrece la asociación Zuleta, en la segunda columna se encuentra las ventas que se ha realizado en el 2020 dentro de Ecuador, dentro de la participación del producto se ha seleccionado el porcentaje que representa cada producto dentro de las exportaciones realizadas, sumando las tres, se obtiene el 100%.

En la cuarta columna se trabajó con tres países la cual se trabajó las exportaciones realizadas en el 2020, en donde se realizó una comparación y se utilizó la fórmula del = Max que ayuda a determinar el país competidor con cantidades grandes en comparación a las otras dos.

Tabla 14 Cálculo del crecimiento del mercado

Cálculo de tasa de Crecimiento						
PARTIDA	AÑOS					Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	
6105.10.00	120	60	38	203	129	1%
6204.42.00	172	155	153	116	51	-22%
6302.40.90	7	78	4	3	0	-19%

Fuente: Trademap

Elaborado: Nayla Chano

Análisis

Para el debido cálculo de tasa de crecimiento se trabajó con las exportaciones de los últimos 5 años atrás, de los tres productos con su partida específica, se utilizó la siguiente fórmula para calcular la tasa de crecimiento.

$$TVA = \left(\left(\frac{\text{Periodo } n}{\text{Periodo base}} \right)^{1/n} - 1 \right) \times 100$$

Donde:

Periodo n = los años seleccionados (2016-2020)

Periodo base= 5 años

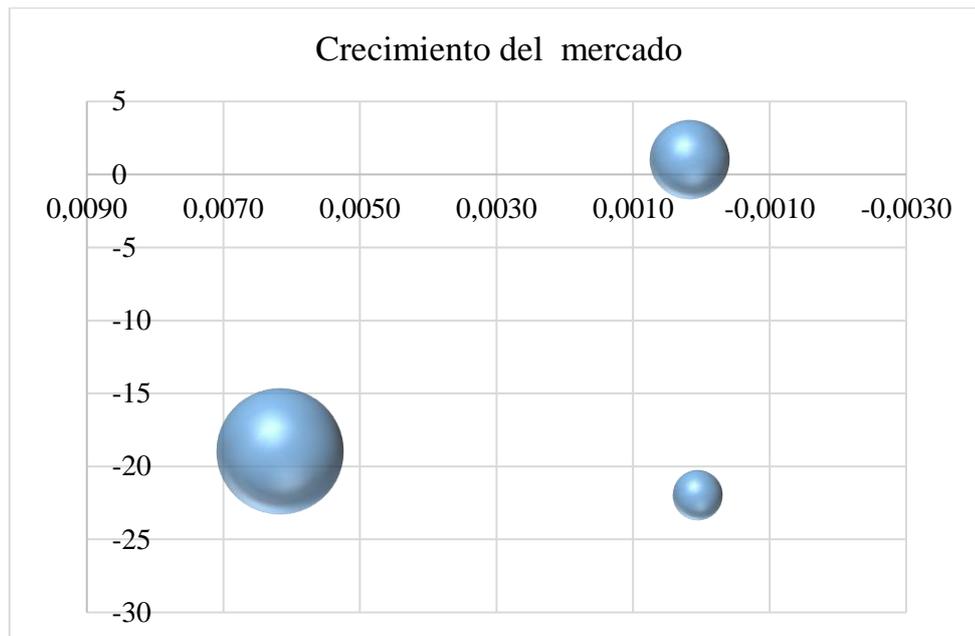


Figura 9 Crecimiento del mercado cuyos tres productos analizados

Análisis

En la figura Nro. 9 crecimiento del mercado se muestra en forma de presentación 3D como un producto estrella, ya que su condición es 1 de manera positiva en comparación a las otras dos partidas que son negativas, mediante el crecimiento anual y cálculos realizado el producto apto para poder comercializar es el: 6105.10.00 Camisas para hombres.

3.9.4 Producto apto a comercializar en mercados internacionales

6105.10.00 (Los demás, para hombres)

El producto apto para la comercialización ha sido el de la partida 6105.10 ya que su oferta es más constante y no entra en un declive de menor rango en comparación a las otras partidas, dichas razones se ha seleccionado tal producto para el debido estudio de mercado ya que además cuenta con una demanda con estimaciones grandes en cuanto a los 10 años investigados.

3.10 Principales países a investigar

3.10.1 Exportaciones desde Ecuador de camisas para hombres hacia mercados internacionales 2016-2020

En el siguiente cuadro se realiza un diagnóstico de las exportaciones existentes desde Ecuador a mercados globales, con el fin de buscar mercados aptos para el producto artesanal, para ello se analiza la partida arancelaria del producto cuyo producto es Camisas para hombres de partida 6105.10 según la OMC, la información permite recolectar desde sitio web de Trade Map, con los siguientes datos:

Tabla 15 Exportaciones desde Ecuador de Camisas para hombre a mercados internacionales

País	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Tasa de crecimiento	Tasa de participación %
Alemania	8	7	32	145	76	1	10,9
Suiza	0	1	3	9	28	8	2
Chile	0	0	0	0	13	-7	0,3
Bolivia, Estado Plurinacional	0	0	0	0	7	-15	0
Colombia	0	0	1	38	4	-11	0,3
Islas Caimanes	1	0	0	0	0	17	0
Rancho de naves y aeronaves	1	0	0	0	0	-12	0
República Dominicana	0	0	0	0	0	-39	0,06
Guatemala	0	1	0	0	0	-8	0,05
Panamá	0	0	0	1	0	-15	0,2
Total	10	9	36	193	128		

Fuente: Trademap

Elaborado: Nayla Chano

Análisis

En la tabla 15 de las exportaciones de Ecuador hacia mercados internacionales se analiza el top 10 de países principales que importan productos artesanales cuyo origen es de Ecuador, tomando en cuenta la partida arancelaria en la cual se posee el producto (camisas para hombres), los datos obtenidos en Trade Map reflejan como Alemania país principal de importaciones de la partida 6105.10, sin embargo su tasa de crecimiento es bajo de 1 por

ciento, se analizó 5 años atrás en el periodo de 2016 a 2020 y su participación en el mercado es del 10,9 por ciento, lo que significa que vuelve hacer un país apto para exportar.

6.10.1 Principales países que importan productos de la partida 6105.10

En la siguiente tabla se analiza el top 10 de los principales países consumidores de productos artesanales cuya partida es 6105.10, los resultados son los siguientes:

Tabla 16 Principales países importadores de Camisas para hombre

No.	País	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Tasa de crecimiento	Tasa de participación
1	Estados Unidos de América	1167999	1131669	1121231	1105150	738243	6%	16%
2	Alemania	450387	483711	519896	542874	457104	-33%	17,6%
3	Francia	341286	346818	370548	370679	296193	-16%	10,9%
4	Reino Unido	405372	391544	406523	396683	280854	-20%	7,1%
5	Italia	305293	308982	349651	318912	238668	-29%	6,7%
6	España	261267	273751	304854	295940	197564	-25%	5,7%
7	Países Bajos	135545	170656	180637	208005	182075	-33%	4,7%
8	China	93716	98422	125954	141392	149275	-12%	4,3%
9	Japón	182059	139263	160171	168585	142189	6%	3,6%
10	China	228936	229024	243007	213366	139459	-16%	2,0%
Total		3571860	3573840	3782472	3761586	2821624		

Fuente: Trade Map (2020)

Análisis

Los resultados obtenidos de los principales países que importan el bordado artesanal de partida 6105.10 del sistema armonizado de la OMC, Estados Unidos es el principal país en cuanto a la importación del producto, cuenta con una tasa de crecimiento de 6 por ciento y con una tasa de participación del 16 por ciento, en resumen, a nivel mundial Estados Unidos crece 6 por ciento en el mercado con calificación favorables para un posible exportación de los bordados de la Asociación Zuleta desde la provincia de Imbabura.

3.10.2 Interpretación de datos de los países seleccionados

Tabla 17 Interpretación de datos de países seleccionados

Interpretación de datos de los países seleccionados.						
No.	Países importadores de Camisas	Tasa de crecimiento %	Porcentaje de participación a nivel mundial	Países que exporta Ecuador	Tasa de crecimiento %	Porcentaje de participación a nivel de Ecuador
1	Estados Unidos de América	6%	16%	Alemania	1%	10,9%
2	Alemania	-33%	17,6%	Suiza	8%	2%
3	Francia	-16%	10,9%	Chile	-7%	0,3%
4	Reino Unido	-20%	7,1%	Bolivia, Estado Plurinacional	-15%	0%
5	Italia	-29%	6,7%	Colombia	-11%	0,3%
6	España	-25%	5,7%	Islas Caimanes	17%	0%
7	Países Bajos	-33%	4,7%	Rancho de naves y aeronaves	-12%	0%
8	China	-12%	4,3%	República Dominicana	-39%	0,06%
9	Japón	6%	3,6%	Guatemala	-8%	0,05%
10	Hong Kong, China	-16%	2,0%	Panamá	-15%	0,2%
*Se pinta de color Rosa los países que se repiten en la lista de importadores a nivel mundial y en Ecuador						
*Se pinta de color celeste los países que contengan superior o igual a 5% en la tasa de crecimiento y en la participación.						

Fuente: Trademap

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

En la tabla de interpretación de datos seleccionados se refleja los resultados obtenidos acerca de los mercados internacionales, tomando en cuenta las tasas de crecimiento y porcentaje de participación, en donde se consideró los valores superiores o igual que 5% de color celeste, además se tomó en cuenta, los países que se repiten en importaciones a nivel mundial y Ecuador, motivo por el cual se seleccionará tres países, que se realizará el estudio de mercado que son: Alemania, Estados Unidos de América y Francia.

Se ha seleccionado Alemania porque es el país que más importa las camisas bordadas a nivel mundial, cuenta con una tasa de crecimiento negativo -33% y una participación de 17,6 por ciento, por otro lado, los destinos de exportación de Ecuador este país, ocupa el primer lugar, con una tasa de crecimiento de 1 por ciento y una participación de 10,9 por ciento.

Sea seleccionado Estados Unidos de América, debido a que es un país importador de Camisas bordadas a nivel mundial, que cuenta con una tasa de crecimiento bueno 6 por ciento y una participación del 16 por ciento, una de las razones que se tomó en cuenta como país apto para poder realizar un estudio de mercado.

3.10.2.1 Diagnóstico de oportunidades de mercados internacionales

Luego de analizar los indicadores que se realizó en la selección de los países consumidores de camisas bordadas, se trabajara con: Alemania, Estados Unidos de América y Francia, se utiliza la matriz POAM (oportunidad y amenazas), para seleccionar el país apto para la exportación de bordados artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura.

Para el presente estudio de mercado se analizará fuentes secundarias las cuales son de gran relevancia para el desarrollo de la investigación, las fuentes secundarias que se va a utilizar son plataformas web que nos permiten investigar mercados internacionales en diferentes aspectos culturales, sociales, tecnológicos y políticos como son: trademap, Pro-Ecuador, FLOCERT, Santander TRADE, indexmundi y datos macro entre otros. A continuación, los siguientes indicadores:

3.10.3 Indicadores sociales.

Para el análisis de la matriz POAM, se requiere analizar los indicadores sociales de los tres países principales que importan productos de partida 6105.10 con el objetivo de encontrar la población económica activa, distribución de edad y la tasa de desempleo, a continuación, se detallará los resultados encontrados.

Tabla 18 Distribución por edad de países en investigación

Distribución por Edad	Alemania	Estados Unidos de América	Francia
0-14 Años	12,89%	18,46%	18,36%
15 - 24 Años	9,81%	12,91%	11,88%
25 - 54 Años	38,58%	38,92%	36,83%
55 - 64 Años	15,74%	12,86%	12,47%
65 años y más	22,99%	16,85%	20,46%
Población masculina (en %)	48,90%	49,20%	48,70%
Población femenina (en %)	50,60%	50,50%	51,60%
Población Económicamente Activa PEA	79,903,481 (2021)	33,4998,398 (2021)	68,084,217 (2021)
Tasa de desempleo	4,31% (2020)	8,31% (2020)	8,62% (2020)

Fuente: The World Factbook (El libro mundial de los hechos), Santander Trade y Banco Mundial

Análisis

La información obtenida en la investigación , refleja que las personas de 25 años a 54 años representan un mayor porcentaje de 35% de población correspondiente a los tres países de estudio, además la población económicamente activa son grandes en comparación al mercado ecuatoriano, por otro lado, es preocupante la tasa desempleo en el 2020 ya que existen un numero alto de desempleados a nivel mundial, debido a que existe la pandemia global del covid-19 pese al virus se estima que puede crecer la tasa de desempleo de muchos países generando así consecuencias en el futuro.

Tabla 19 Población Total de los países en investigación

Población Total	Alemania	Estados Unidos de América	Francia
2016	82.34 millones	323.07 millones	66.72 millones
2017	82.65 millones	325.12 millones	66.91 millones
2018	82.90 millones	326.83 millones	67.10 millones
2019	83.09 millones	328.32 millones	67.24 millones
2020	83.24 millones	339.48 millones	67.39 millones
Tasa de crecimiento 2016 – 2020	0-21%	0,70%	0.33%

Fuente: The World Factbook (El libro mundial de los hechos), Banco Mundial

Análisis

La población total de los tres países en estudio es extremadamente grande, ya que Estados Unidos es la primera potencia mundial con más de 339 millones de habitantes, siendo superior a Francia y Alemania, por lo cual Estados Unidos sería un país electo para poder comercializar el producto artesanal de la asociación Zuleta.

Tabla 20 Perfil consumidor de Alemania

Perfil de consumidor	Alemania				
	2016	2017	2018	2019	2020
Poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,73	0,73	0,74	0,74	0,74
Consumo de los hogares (Millones de USD)	-	-	2.114.183	2.147.221	2.016.874
Consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	-	1,50%	1,60%	-6,10%
Consumo de los hogares per cápita (USD)	-	-	25.501	25.841	24.229
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1.444	1.506	1.506	1.561	1.544

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Análisis

El perfil de consumo de Alemania es un poco atractivo, debido a que en el último año decreció con un valor de -6.10% aproximadamente en gastos de consumo, a pesar de contar con un per cápita alto 24.229 dólares anuales, que podría decrecer en los próximos años, además su salario mínimo interprofesional es de 1.506 dólares aproximadamente, esto demuestra el nivel de vida del país, por tanto se define que este mercado no sería apto para la exportación de los bordados artesanales de la asociación Zuleta.

Tabla 21 Perfil consumidor Estados Unidos

Perfil de consumidor	EEUU				
	2016	2017	2018	2019	2020
Poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Consumo de los hogares (Millones de USD)	-	12.046.505	12.372.842	12.671.539	-
Consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2,6%	2,7%	2,4%	-

Consumo de los hogares per cápita (USD)	-	37.052	37.856	38.594	-
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1.257	1.257	1.257	1.257	1.257

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Análisis

El perfil de consumo de Estados Unidos es muy interesante debido a que su crecimiento en cuanto al gasto de consumo de hogares refleja en un promedio de 2,4 %, en cuanto a su valor en dólares representa en 38.594 dólares anuales, lo que quiere decir que el gasto en hogares es alto, teniendo como un salario mínimo interprofesional de 1.257 dólares aproximadamente, un saldo inferior al gasto de hogar , en resumen , se demuestra que el nivel de vida de Estados Unidos es costosa por su valor de consumo investigado en comparación a otros países en estudio.

Tabla 22 Perfil consumidor Francia

Perfil de consumidor	Francia				
	2016	2017	2018	2019	2020
Poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	-	-	0,76	0,75	0,76
Consumo de los hogares (Millones de USD)	-	-	1.572.231	1.595.932	1.480.685
Consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	-	0,9%	1,5%	-7,2%
Consumo de los hogares per cápita (USD)	-	-	23.430	23.732	21.971
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1.467	1.480	1.499	1.521	1.539

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Análisis

El perfil de consumo de Francia es un poco atractivo, debido a que en el último año decreció con un valor de -7.10% aproximadamente en gastos de consumo ,a pesar de contar con un per cápita alto 21.971 dólares anuales, que podría decrecer en los próximos años, además su salario mínimo interprofesional es de 1.539 dólares aproximadamente, esto demuestra el nivel de vida del país es inferior a los gastos de consumo que perciben ,por tanto se define que este mercado no sería apto para la exportación de los bordados artesanales de la asociación Zuleta.

3.10.4 Valores Promedio

Los tres países en investigación cuentan con la moneda local propia, por lo cual cada país tiene un cambio diferente, uno de los cambios que se conoce es el Euro la moneda que está más fuerte que el dólar estado Unidense, por lo cual los tres países en investigación tienen diferentes niveles de vida en comparación al poder adquisitivo de cada país por ende es necesario la siguiente tabla:

Tabla 23 Valores Promedio de la PIB PPA y SMI 2016 – 2020

PAÍS	PIB PPA (Valor Promedio)	SMI (Valor Promedio)
Alemania	0,74	1544 USD
Estados Unidos de América	1	1257 USD
Francia	0,76	1539 USD

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Análisis

En la tabla Nro.23 del promedio PIB PPA se compara las monedas de los tres países donde: Alemania en comparación con otros países en investigación es inferior a Estados Unidos, como también Francia tiene un valor inferior a la de Estados Unidos, lo que quiere decir que la vida de Alemania y Francia es menor su costo de vida, por otro lado, dentro del salario mínimo interprofesional es superior en Alemania en comparación de los dos países.

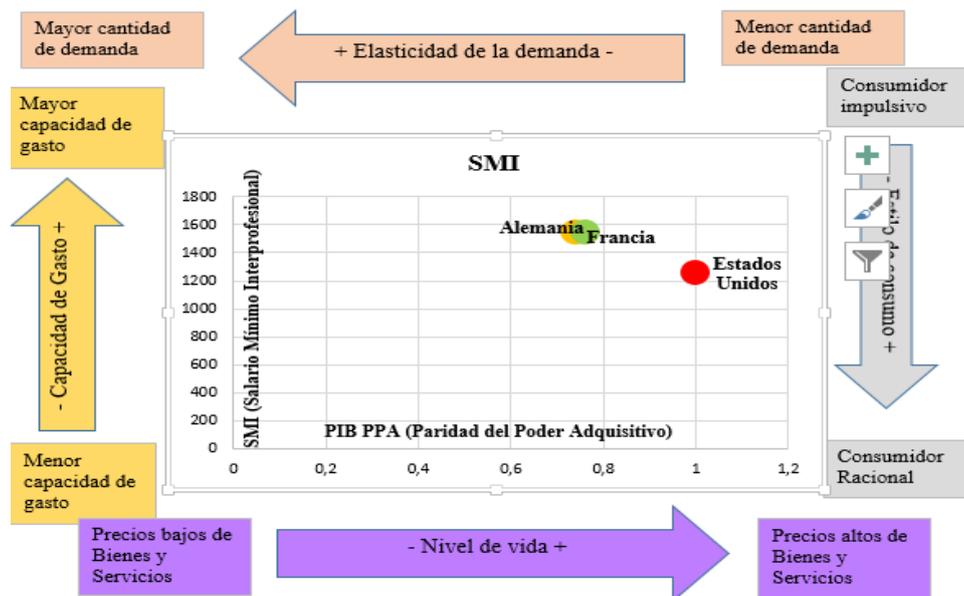


Figura 10 Valores Promedio de la PIB PPA y SMI
Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

La figura 10 hace mención a un comparativo de 4 ejes fundamentales de los países en estudio los cuales son: nivel de vida, estilo de consumo, elasticidad de la demanda y la capacidad de gastos de cada país, dichos ejes se determinan con un valor seleccionado de cada país en cuanto a gasto se ha tomado en cuenta el PIB per cápita y el Salario mínimo interprofesional, después de haber analizado, Alemania es un país apto para la exportación de los bordados artesanales ya que su ingreso salarial es atractivo y su nivel de vida de bienes y servicios es bajo en comparación a Francia y Estados Unidos, sin embargo Alemania tiene una mayor cantidad de demanda de los bordados y posiblemente con los años ser consumidores impulsivos por su alto ingreso salarial que perciben, por otro lado Francia está casi al mismo nivel de vida y Salario Mínimo profesional de Alemania razón por la cual Francia no es apta ya que presentan características muy exigentes en cuanto al bordado, para terminar Estados Unidos tiene un nivel de ingresos más bajo en comparación a Francia y Alemania y tiene un nivel de vida más alto lo cual es un poco atractivo para la exportación.

Tabla 24 Empleo por sector

Actividad económica por sector	Empleo por sector (en % del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	0,90%	19,10%	80,00%
Alemania	0,70%	30,70%	68,60%
China	1,70%	19,50%	78,80%

Fuente: The World Factbook (El libro mundial de los hechos)}

Análisis

Los países en estudio cuentan con tres sectores de empleo donde el resultado de estudio es lo siguiente: el sector de Agricultura es muy escasa la producción, en el sector de industrias Estados Unidos y China cuentan con un 19% aproximadamente en comparación a Alemania que cuenta con el 30,70% lo cual refleja como una amenaza ya que posiblemente no tenga un déficit en su abastecimiento de los bordados artesanales y no requiera de la importación de la misma, en resumen existe oportunidad de exportar en Estados Unidos y China ya que cuentan con menor porcentaje.

3.10.5 Indicadores políticos

En el siguiente estudio se enfoca diversos análisis de los tres países en investigación teniendo temas como: acuerdos comerciales, estabilidad política, balanza comercial, barreras arancelarias y no arancelarias, estabilidad del sistema bancario, por lo cual se presenta los resultados obtenidos:

Tabla 25 Acuerdos Comerciales

PAÍSES	ACUERDO COMERCIAL O RÉGIMEN PREFERENCIAL	NORMATIVA EN MATERIA DE ORIGEN, SEGÚN ACUERDO O RÉGIMEN PREFERENCIAL	SISTEMA DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN	CRITERIO DE ORIGEN	ACCESO A MERCADOS
Alemania	Acuerdo Comercial Multi partes	Unión Europea	Entidades Públicas	Cámara de Comercio Alemana	<u>Reglas de Origen</u> Requisitos Específicos de Origen
Estados Unidos de América	Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Manual sobre el esquema de Estados Unidos	Entidades Públicas	Departamento de Comercio (USTR)	Departamento de Comercio (USTR)
Francia	Comercio bilateral	Comercio bilateral entre Ecuador y Francia	Entidades Públicas	Dirección General para competitividad Industrias y Servicios.	Licencias de exportación textil

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración, Ministerio DE Relaciones Exteriores y Movilidad Humana.

3.10.6 Balanza Comercial

En la siguiente tabla se observa los resultados que tiene la relación comercial de Alemania y Ecuador durante el periodo de 2015-2019, donde reflejan resultados negativos con un déficit en el saldo comercial, teniendo en cuenta las exportaciones e importaciones en miles de dólares, donde constan de una tasa de crecimiento de 3% en ambas partes lo que significa que no es muy favorable para Ecuador ya que podría seguir disminuyendo o creciendo.

Tabla 26 Balanza Comercial Ecuador - Alemania en miles USD

Balanza Comercial Ecuador y Alemania Miles USD						Tasa de Crecimiento 2016-2020
Año	2016	2017	2018	2019	2020	
Exportaciones	530.652	502.228	494.352	331.664	398.928	3%
Importaciones	398.246	530.476	597.830	461.005	485.163	3%
Balanza Comercial	132.406	-28.248	-	-	-86.235	

Fuente: Trade map

Análisis

Dado los resultados del año 2016 hasta el 2020 se puede observar en la gráfica de barras, que en el año 2016 tuvo mayor valor económico en cuanto a las exportaciones realizadas, y un superávit en la balanza comercial, sin embargo se observa una disminución dentro de las exportaciones y un crecimiento alto en cuanto a las importaciones, teniendo como resultados negativos en la saldo comercial desde el año 2017 hasta el 2020, por lo tanto se prevé que para los próximos años se mejore el saldo comercial a favor de Ecuador.



Figura 11 Balanza comercial Ecuador y Alemania

Fuente: Trade map

Análisis

En la siguiente tabla se observa la relación comercial entre Ecuador y Estados Unidos de América en el periodo de 2016-2020, se observa los resultados de valores positivo con un superávit en el saldo comercial, favorable en estado positivo para Ecuador, sin embargo las exportaciones de Ecuador se encuentra en un estado del -1 por ciento de tasa de crecimiento lo

cual no es muy favorable para el país, ya que si disminuye afectaría a la competitividad que tiene los productos nacionales en el mercado internacional, en cuanto a las importaciones se encuentra con una tasa de crecimiento de 0 por ciento lo que significa que se ha mantenido las importaciones.

Tabla 27 Balanza Comercial Ecuador-EEUU miles USD

Balanza Comercial Ecuador y EEUU Miles USD						Tasa de Crecimiento 2016-2020
Año	2016	2017	2018	2019	2020	
Exportaciones	5.436.083	6.056.904	6.671.509	6.732.893	4.786.401	-1%
Importaciones	4.116.538	3.960.209	5.010.621	4.390.602	3.977.717	0%
Balanza Comercial	1.319.545	2.096.695	1.660.888	2.342.291	808.684	

Fuente: Trade map

Análisis

Las exportaciones de Ecuador hacia el mercado de Estados Unidos ha tenido un crecimiento bajo entre los años 2016 y 2019, como se muestra en la gráfica en el 2020 existe una disminución en cuanto a las exportaciones, sin embargo en las importaciones se mantienen en un valor aproximado que posiblemente podría disminuir o tener un crecimiento en los próximos años, por otro lado se observa que el saldo comercial se encuentra en un estado decreciente y creciente lo que significa que podría tener un déficit comercial.

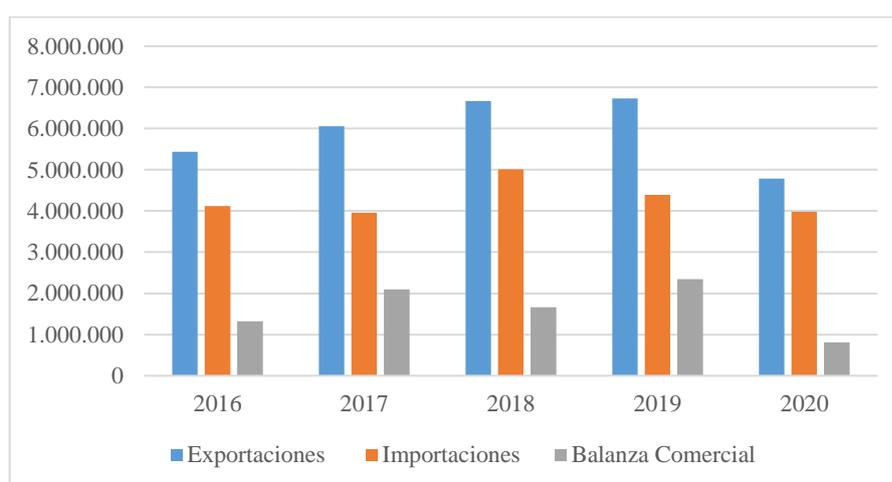


Figura 12 Balanza comercial Ecuador y EEUU

Fuente: Trade map

Análisis

En la siguiente tabla se observa la relación comercial entre Ecuador y Francia durante el periodo de 2016-2020, con resultados de valores positivos con un superávit en saldo comercial lo que beneficia a Ecuador, sin embargo dentro de las exportaciones e importaciones cuenta con una tasa de crecimiento de valor negativo que sería el 1 por ciento de las exportaciones y de las importaciones con el 7% positivo, a pesar de su crecimiento sigue siendo desfavorables para el saldo comercial de Ecuador.

Tabla 28 Balanza Comercial Ecuador- Francia miles USD

Balanza Comercial Ecuador y Francia Miles USD						Tasa de Crecimiento
Año	2016	2017	2018	2019	2020	2016-2020
Exportaciones	282.079	279.221	268.514	280.659	273.485	-1%
Importaciones	132.761	159.487	228.033	204.530	167.610	7%
Balanza Comercial	149.318	119.734	40.481	76.129	105.875	

Fuente: Trade map

Análisis

En la gráfica se refleja que en el año 2016 al 2020 el saldo comercial decrece y crece según la variación de años lo que significa que se encuentra en un estado de déficit para Ecuador, el crecimiento de cada operación en cuanto a las exportaciones e importaciones de Ecuador y Francia llevan a un crecimiento rápido dentro importaciones con un valor económico estable en comparación a los otros años.

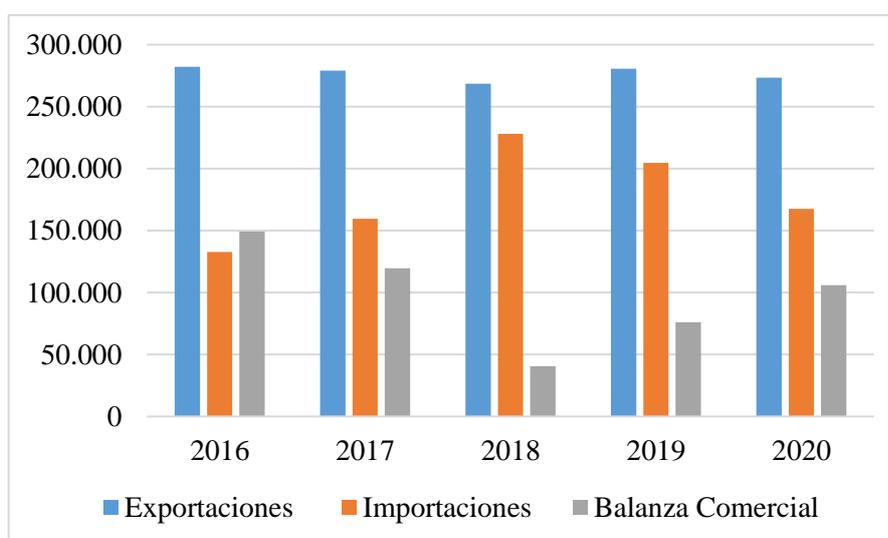


Figura 13 Balanza comercial Ecuador y Francia

Fuente: Trade map

3.10.6 Estabilidad Política

Para el análisis de la matriz POAM es necesario conocer e investigar de manera profunda a los países aptos para la exportación de los bordados artesanales, ya que presentan ciertas características de consumo aptos en los tres países de investigación, dentro de la estabilidad política se busca analizar la fortaleza o debilidad de indicadores de la percepción comercial o política de cada país, con los siguientes resultados:

Tabla 29 Estabilidad Política Alemania

Alemania						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
	(-2.5 débil; 2.5 fuerte)					
2016	1,62	1,73	1,84	1,82	1,36	81
2017	1,61	1,72	1,84	1,78	1,39	81
2018	1,63	1,62	1,95	1,76	1,4	80
2019	1,62	1,59	1,9	1,72	1,34	80
2020	–	–	–	–	–	80
Promedio	1,62	1,67	1,88	1,77	1,37	80,4

Fuente: The Global Economy

Análisis

La tabla Nro. 29 refleja los resultados obtenidos de la estabilidad política de Alemania tomando en cuenta los últimos cinco años atrás, donde los valores promedio de cada indicador muestran una puntuación calificada de estabilidad política de 1,37 lo que significa que tiene estabilidad política y -2,5 no tiene estabilidad política, por otro lado el índice de percepción de Alemania consta de 80,4 sobre los 100 puntos, lo que significa que Alemania es un país con poca corrupción, sin embargo en el indicador de control de corrupción cuenta con 1,88 que es bastante alto el indicador, en resumen del análisis de la estabilidad política Alemana es un país con excelentes oportunidades comerciales.

Tabla 30 Estabilidad Política EEUU

Estados Unidos						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
	(-2.5 débil; 2.5 fuerte)					
2016	1,62	1,48	1,37	1,5	1,11	74
2017	1,64	1,55	1,38	1,63	1,05	75
2018	1,51	1,58	1,33	1,62	1,05	71
2019	1,46	1,49	1,22	1,35	0,97	69
2020	–	–	–	–	–	67
Promedio	1,56	1,53	1,33	1,53	1,05	71,2

Fuente: The Global Economy

Análisis

En la tabla Nro. 30 de la estabilidad política de Estados Unidos muestra los resultados de valores promedio de cada indicador tomado en cuenta desde hace 5 años atrás, se puede analizar que Estados Unidos cuenta con 1,05 de estabilidad política lo que quiere decir que si tiene estabilidad ya que al pasar el -2,05 no tendría estabilidad política, sin embargo en el índice de corrupción cuenta con el 71,2 sobre 100 puntos, lo que quiere decir que es un país con poca corrupción, por otro lado dentro de su indicador de control de corrupción cuenta con 1,33 que es un valor alto que indica que si tiene control de corrupción, en comparación con Alemania se refleja valores superior en los índices de corrupción a Estados Unidos, lo que significa que ambos países optan por ser uno de los países que tiene oportunidades de realizar la exportación de bordados artesanales de la asociación Zuleta.

Tabla 31 Estabilidad Política Francia

Francia						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
	(-2.5 débil; 2.5 fuerte)					

2016	1,41	1,41	1,4	1,07	1,14	69
2017	1,44	1,35	1,26	1,16	1,15	70
2018	1,44	1,48	1,32	1,16	1,18	72
2019	1,41	1,38	1,3	1,44	1,14	69
2020	–	–	–	–	–	69
Promedio	1,43	1,41	1,32	1,21	1,2	69,8

Fuente: The Global Economy

Análisis

La tabla Nro. 31 de la estabilidad política de Francia cuenta con resultados e indicadores de valores promedios de los cinco años atrás donde la estabilidad política es de 1,2 donde indica que si está dentro del rango de estabilidad política, además Francia cuenta con un índice de percepción de la corrupción de 69,8 sobre 100 puntos, lo que significa que es un país con poca corrupción, sin embargo dentro de control de la corrupción cuenta con 1,32 lo que resalta dentro del rango de 2,5 que tiene control contra la corrupción, en conclusión los tres países en estudio Francia es la que se encuentra con un índice de corrupción más alto entre Alemania y Estados Unidos lo que significa que los dos países serían aptos para la exportaciones.

3.10.7 Estabilidad sistema financiero

Tabla 32 Estabilidad sistema financiero de los países en estudio

País	Puntuaciones z de sistemas bancarios	Tipos de interés del crédito bancario al sector privado	Índice de rotación del mercado bursátil	Número de empresas que cotizan en Bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
	Escala de 1 a 100	Porcentaje	Porcentaje	Compañías	
Alemania	26.4	6	79.42	438	22.42
Estados Unidos	29.8	5.28	108.51	4,266	16.75
Francia	25.52	4	56.02	457	17.15

Fuente: The Global Economy

Análisis

En la tabla Nro. 32 se puede observar que tan importante es realizar el análisis del sistema financiero de los tres países en estudio ya que se comprende diferentes porcentajes que permiten

que el comercio a nivel mundial se sostengan de transferencias bancarias, por ende se ha realizado el análisis respectivo en donde Estados Unidos tiene una mayor puntuación en el sistema bancario en comparación a Francia y Alemania, en el indicador de intereses del banco Alemania cuenta con un porcentaje más alto , en la rotación del mercado Estados Unidos es quien tiene un porcentaje más alto, en el número de empresas que cotizan en bolsa Estados Unidos tiene mayor cantidad y como último indicador que es la rentabilidad del mercado Alemania tiene un mayor porcentaje en comparación a los dos países en estudio, por lo cual los tres países de análisis tienen oportunidades comerciales ya que presentan diversos porcentajes altos que varían entre actividad, lo cual sería beneficio para la exportación de bordados artesanales de la asociación Zuleta.

3.10.8 Barreras arancelarias y no arancelarias

Tabla 33 Barreras Arancelarias de los países en estudio

Partida arancelaria	Tributos		
	Ad-valoren	Liberación	IVA
Alemania	17,30%	Varía de acuerdo al producto	19%(Estándar) 7%(Reducido)
Estados Unidos de América	3,50%	Varía de acuerdo al producto	0% – 11.7%
Francia	17,30%	Varía de acuerdo al producto	20% (General) 10%;5,50%;2,10% (Reducido)

* Su valor depende del estado

Fuente: SIICEX, IVAEUROPA, MAROSA

Análisis

En la tabla Nro.33 de los países en estudio se puede observar que el país con mayores oportunidades o apto para la exportación de bordados artesanales es Estados Unidos ya que cuenta con un Advalorem de 3,5% siendo inferior a Alemania y Francia, mientras que en el sistema de preferencias arancelarias se puede ser de acuerdo al producto a exportar y se centra en un porcentaje de 0% a 11-7%.

Tabla 34 Barreras no arancelarias

Subpartida Arancelaria	BARRERAS NO ARANCELARIAS	Total
610510		
	Licencia de importación	
Alemania	Requisito de certificación (CE) considerado como un requisito de certificación	4
	Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto	
	Requisito de prueba y de inspección	
	Obstáculos técnicos al comercio	
Estados Unidos de América	Requisitos de etiquetado	
	Requisito de prueba	
	Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto	
	Requisitos de trazabilidad	
Francia	Licencia de importación	4
	Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto	
	Requisito de certificación	
	Requisito de prueba	

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración, Centro de Comercio Internacional

Análisis

En la tabla Nro. 34 se muestran que los tres países en estudio presentan diversas oportunidades de mercado para la exportación de bordados artesanales, debido a que las barreras no arancelarias son escasas y la mayor parte cuenta con solo el obstáculo al comercio exterior que son los documentos que tiene que presentar antes de la nacionalización del bordado artesanal.

3.10.9 Indicadores económicos

Los tres países en estudio permiten identificar las capacidades que tiene cada país, además de analizar e investigar diversos indicadores en el siguiente cuadro se realizara el análisis de los indicadores económicos que permite medir el tamaño del mercado y la eficiencia de cada país teniendo resultados como:

Tabla 35 Indicadores económicos Alemania

Alemania						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento o 2016-2020
PIB (miles de millones de USD)	3,778	3,877	3,926	3,048	3,754	-0,13%
PIB per cápita (USD)	45,889	46,907	47,360	47,515	45,109	-0,34%
Tasa de inflación (%)	0,50	1,50	1,70	1,40	0,50	0,00%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,12	3,75	3,38	3,14	4,31	1%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78,98	80,71	82,84	81,80	77,39	-0,41%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	4,22	4,21	4,2	4,16	4,1	-1%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, The Global Economy

Análisis

En la tabla Nro. 35 muestran los indicadores de Alemania en donde refleja porcentajes con signo positivo y negativo, lo que significa que son pocas oportunidades de mercado para la exportación de bordados artesanales de la asociación Zuleta, debido a que su PIB per cápita en USD es más 45 millones con una tasa de crecimiento negativo-0,34% en comparación de los cinco años atrás de, en cuanto a la tasa de inflación se mantiene, sin embargo en los próximos años puede crecer, lo que considera que el país tiene muy pocas oportunidades para la exportación de los bordados ya que sus indicadores van en un decrecimiento.

Tabla 36 Indicadores económicos EEUU

Estados Unidos						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento o 2016-2020
PIB (miles de millones de USD)	17,040	17,430	17,960	18,349	17,709	0,77%
PIB per cápita (USD)	52,746	53,636	54,953	55,886	53,748	0,38%
Tasa de inflación (%)	1,3	2,1	2,40	1,80	1,20	-1,59%
Tasa de paro (% de la población activa)	4,87	4,36	3,9	3,67	8,31	11,28%

Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	9	80,1	83,57	85,64	83,67	84,02	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,99		3,93	3,89	3,7	3,52	-2,48%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, The Global Economy

Análisis

Los indicadores económicos de Estados Unidos refleja oportunidades de mercado para la exportación de los bordados artesanales de la asociación Zuleta debido a que cuenta con un PIB per cápita en USD con más de 53 millones con tasa de crecimiento de 0,38% lo cual demuestra que tiene un gran poder adquisitivo para poder comercializar el producto en estudio, sin embargo su tasa de inflación es baja, por lo cual se considera que puede un país apto para la exportación de los bordados en comparación con Alemania.

Tabla 37 Indicadores económicos Francia

Francia						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento 2016-2020
PIB (miles de millones de USD)	2,814	2,879	2,930	2,974	2,733	-1%
PIB per cápita (USD)	42,181	43,022	43,673	44,235	40,560	-1%
Tasa de inflación (%)	0,20	1,00	1,90	1,10	0,50	20%
Tasa de paro (% de la población activa)	10,4	9,41	9,02	8,44	8,62	-4%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	73,25	74	78,01	78,81	78,8	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3,9	3,87	3,84	3,8	3,83	-0,4%

Fuente: Datos macro, Banco Mundial, The Global Economy

Análisis

Francia dentro de sus indicadores económicos muestran que existe muy pocas oportunidades de mercado para la exportación de bordados artesanales ya que su PIB per cápita en USD es de más de 40 millones con una tasa de crecimiento en signo negativo del 1 por ciento, sin embargo,

la tasa de paro de -4% que es un valor muy bajo, Francia se considera un país no apto para la exportación de bordados artesanales ya que su tasa de inflación va creciendo con 20% lo que se considera que en los próximos años podría ser una amenaza para la exportación del producto en estudio.

3.10.10 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

En la siguiente tabla se califica los ítems de la investigación, el valor numérico representa la calificación siendo estos expresados en Alto = 3 puntos, Medio = 2 puntos y Bajo = 1 punto, las respectivas calificaciones son tanto para oportunidades como amenazas que presenten cualquiera de los tres países. Al final se suma las calificaciones de cada país, el que tenga el valor más alto será el destino de venta de los bordados artesanales de la Asociación Zuleta.

Tabla 38 Matriz POAM

FACTORES SOCIALES	Alemania				Estados Unidos de América				Francia			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
% gasto alimentación	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Remuneración mínima	MEDIO	2			BAJO	1			MEDIO	2		
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	MEDIO	2			ALTO	3			ALTO	3		
Perfil de consumidor	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
Paridad del poder adquisitivo			BAJO	1			BAJO	1			NAJO	1
	SUMA	8	SUMA	1	SUMA	9	SUMA	1	SUMA	9	SUMA	1
	PROMEDIO	1,6	PROMEDIO	0,20	PROMEDIO	1,8	PROMEDIO	0,2	PROMEDIO	1,8	PROMEDIO	0,2
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Acuerdo Comerciales	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2
Tarifas arancelarias	BAJO	1			ALTO	3			MEDIO	2		
Balanza comercial	MEDIO	2			MEDIO	2			ALTO	3		
Estabilidad Política	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1	BAJO	1
Barreras Arancelarias	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1
Barreras No arancelarias	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2
Estabilidad del Sistema Bancario	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Tasa impositiva	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2
	SUMA	15	SUMA	8	SUMA	19	SUMA	13	SUMA	16	SUMA	8

	PROMEDI O	1,88	PROMEDI O	1	PROMEDIO	2,38	PROMEDI O	1,63	PROMEDIO	2	PROMEDI O	1
FACTORES ECONÓMICOS	NIVEL	PUNTO S										
Producto Interno Bruto (PIB)	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	MEDIO	2			ALTO	2			ALTO	3		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	MEDIO	2			MEDIO	3			BAJO	1		
Tasa de desempleo	BAJO	1			MEDIO	2			BAJO	1		
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)	BAJO	1	MEDIO	2	BAJA	1	BAJO	1	BAJO	1	BAJO	1
Importaciones	ALTO	3			MEDIO	3			BAJO	1		
Exportaciones	ALTO	3			MEDIO	3			BAJO	1		
Inversión extranjera directa	BAJO	1			ALTO	3			MEDIO	2		
Riesgo País	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Moneda e Idioma	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Índice de Competitividad Global	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Desempeño Logístico	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2
	SUMA	26	SUMA	4	SUMA	30	SUMA	4	SUMA	19	SUMA	4
	PROMEDI O	2,17	PROMEDI O	0,33	PROMEDIO	2,5	PROMEDI O	0,33	PROMEDIO	1,58	PROMEDI O	0,33

Elaborado por: Nayla Chano

Tabla 39 Resultados de la matriz POAM

	Alemania		Estados Unidos de América		Francia	
	OPORT.	AMEN.	OPORT.	AMEN.	OPORT	AMEN
FACTORES SOCIALES	1,6	0,2	1,8	0,2	1,8	0,2
FACTORES POLÍTICOS	1,88	1	2,38	1,63	2	1
FACTORES ECONÓMICOS	2,17	0,33	2,05	0,33	1,58	0,33
SUMA	5,65	1,53	6,23	2,16	5,38	1,53
PROMEDIO	1,88	0,51	2,08	0,72	1,79	0,51
Calificación	1,37		1,36		1,28	

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Mediante el análisis de tablas y gráficos realizados anteriormente en los tres países de estudio que son: Alemania, Estados Unidos y Francia, se determina que Alemania sería la mejor opción como importador de bordados artesanales, ya que cuenta con una ponderación de 1,88% en oportunidades, en comparación a Estados Unidos y Francia que tienen ponderaciones más inferiores, dicho país elegido como mercado meta cuenta con factores sociales, político y económicos bien definidos, los mismos que representan una gran oportunidad para ingresar el bordado artesanal de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura cuyo origen es de Ecuador.

Alemania al presentar mejores oportunidades de comercialización, cuenta con una población de 83.24 millones de población total, lo cual es un mercado grande así mismo en los gastos de consumo en hogares per cápita es de más de 24.229 dólares, su salario mínimo intrapersonal es de \$ 1544, en cuanto a su PIB per capita es más de 45 mil dólares con crecimiento no tan beneficioso en comparación a los cinco años atrás, sin embargo dentro de la balanza comercial se encuentra en estado decreciente en cuanto a exportaciones, en cambio en las importaciones existe una creciente, lo cual indica que es favorable para la exportación de los bordados artesanales, por otro lado, la estabilidad política de Alemania se encuentra en un punto de existencia de estabilidad política con un resultado de 1,37 que está dentro de las puntuaciones de 2.5, es decir es ventajoso la exportación del bordado, como último punto se destaca que es el IVA que cuenta con dos tipos entre ellas el estándar con el 19% y el Reducido con el 7%.

3.11 Proyección del estudio

3.11.1 Ficha técnica del producto

PARTIDA ARANCELARIA DE CAMISAS PARA HOMBRES		
Sección	XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo	61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
Partida	6.105	Camisas de punto para hombres o niños.
Nombre de la Empresa	Asociación Zuleta	
Dirección	Comunidad Zuleta	
Ciudad	Ibarra	
Contacto	Sr. Jaime Sarzosa	
Teléfono	979770909	
Nombre del producto	Camisas de hombre	
Posición Arancelaria	6105.10.00 Los demás, para hombres	
Talla	Adultos: S,M,L ,XL,XXL Niños: 0-14	
Otras características	Bordado realizado a mano	

Fuente: Entrevista aplicada al presidente de la Asociación, Nomenclatura de designación y Codificación de mercancías del Ecuador.

Elaborado por: Nayla Chano

3.11.1 Exportaciones de Camisas de Hombre

En la siguiente tabla se evalúa las exportaciones de la partida 6105 correspondiente a Camisas para hombres, se analizará datos estadísticos obtenidos desde Cobus Group, en el periodo de cinco años históricos que son desde el año 2016 al año 2020, adicional se analizará la cuota de participación en diversos destinos en la cual han tenido participo dicho producto.

Tabla 40 Exportaciones de Camisas de Hombre a nivel mundial

N o	PAIS	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPAC IÓN
1	ALEMANIA	8071, 04	6854, 76	32406, 68	14555 2,5	93807, 00	160.478 ,30	23%

2	ESTADOS UNIDOS	42696	24679	572	284	-	68.231,00	10%
3	COLOMBIA	3778,09	3768,26	1802,41	50065,36	37921,3	87.986,66	13%
4	PERÚ	7265	36702	-	2879	150502	197.348,00	28%
5	SUIZA	-	1280,94	2831,04	9030	29197	42.338,98	6%
6	PANAMÁ	-	-	409,5	1486,00	31807,53	32.217,03	5%
7	BOLIVIA	-	-	-	-	25328	25.328,00	4%
8	AGUAS INTERNACIONALES	873,85	-	-	-	-	873,85	0%
9	ESPAÑA	41400	-	1440	10,00	-	42.850,00	6%
10	COSTA RICA	16,5	-	39	3484	-	3.539,50	1%
11	CAIMÁN ISLAS	1377,5	205	900	250	-	2.732,50	0%
12	REINO UNIDO	-	-	-	6772,8	14,00	6.772,80	1%
13	CHILE	-	6	-	-	13349,7	13.355,70	2%
14	PARAGUAY	-	-	-	-	12.474	12.474	2%
15	GUATEMALA	-	765	-	235,41	-	1.000,41	0,14%
TOTAL							697.526,73	

Fuente: Cobus Group

Análisis

Los resultados presentados en la tabla Nro. 40 se basa en el análisis de las exportaciones de partida 6105 realizadas desde Ecuador hacia mercados internacionales, se ha seleccionado 15 principales países destinos a los cuales se ha exportado en cantidades mayores, el periodo de análisis realizado es desde el año 2016 -2020, sin embargo el país que con mayor porcentaje de participación cuenta es Perú con 28% lo que quiere decir es que tiene mayor intervención de consumo del bordado artesanal, por otro lado se ha tomado en cuenta la participación en las exportaciones de Alemania con un 23%, considerando una gran oportunidad de mercado meta para la exportación de los bordados artesanales en comparación a otros países consumidores del producto son bajos.

Tabla 41 Exportaciones de la partida 6105 expresado en dólares

SUBPARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
6105.10.00.00	De algodón	115.198,22	7338,32	38.817,45	204715,33	158.774,56	278098,53	99%
6105.20.00.00	Camisas de punto, de fibras sintéticas o artificiales,	35	-	-	35	-	70	0,02%
6105.90.00.00	De las demás materias textiles	148,12	-	29	4115,48	31.578,53	4144,48	1%
TOTAL							282313,01	

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 41 se analiza 3 sub partidas arancelarias que participaron en las exportaciones realizadas a mercados internacionales desde Ecuador en el periodo 2016 -2020 , por lo cual la primera partida arancelaria es 6105.10.00.00 que cuenta con un valor comercial de 278.098,53 y una tasa de participación del 99% lo que quiere decir que el bordado artesanal con dicha partida tiene una alta demanda en el mercado internacional, las demás sub partidas arancelarias tienen menor consumo tanto en el valor comercial y en participación.

Tabla 42 Exportación de la partida 6105 bajo regímenes aduaneros expresado en dólares

REGIMEN ADUANERO	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
Exportación a consumo	2137594	49,4156.1	506436,7	1264361,1	1096912,5	5005305	99,35%
Reexp. De mercancías en el mismo estado	32356,16	-	-	-	-	32356,16	0,64%
Tráfico postal Internacional y (correo rápido del Ecuador-Exportación)	-	-	-	228	-	228	0,005%

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 42 se presentó datos analizados de la partida 6105 correspondiente a camisas para hombres de punto en el periodo de cinco años atrás, los datos utilizados y analizados son de la plataforma de Cobus Group las cuales tienen el siguiente resultado: se registró tres regímenes aduaneros en la cual la exportación a consumo equivale a un 99,35%, el 0,64% corresponde a la reexportación de mercancías en el mismo estado y el 0,005% corresponde al tráfico postal internacional y correo rápido del Ecuador –Exportación, en resumen se observa que la exportaciones a mayor cantidad realizadas ha sido bajo el régimen aduanero de exportación a consumo.

Tabla 43 Exportaciones por distrito de Aduana

DISTRITO DE ADUANA	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACI ÓN
Guayaquil Marítimo	965207,	81683,	121153	81474	-	1249519,2 9	27%
Guayaquil Aéreo	76520,1 1	3495,0 5	3868	2925,2	147086	233894,36	5%
Quito	208938	321214	369102	118018	893733	2973177	65%
Tulcán	54441,4	-	12312	-	24326,	91080,82	2%
Huaquillas	-	25701,	-	-	31767	57468,88	1%

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 43 se analizó la participación de todos los distritos de Aduana del Ecuador en cuanto a las exportaciones realizadas en los cinco años atrás cuya partida es 6105 correspondiente a camisas para hombres de punto, en donde reflejan que: la Aduana de Quito es la que tiene mayor participación en cuanto a las exportaciones de las camisas para hombres con una participación de 65 % que es un porcentaje alto en comparación a otros distritos de Aduana, como segunda participación de Aduana es Guayaquil en modo marítimo con un 27% de participación, para finalizar los distritos de Aduana de Tulcán cuenta con una participación del 2% y Huaquillas con el 1% lo que quiere decir es que ambos distritos tiene muy poca participación en la exportación de la camisas para hombre.

Tabla 44 Precio internacional de la partida 6105

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	TASA DE CRECIMIENTO
VALOR FOB	115.198	73.383	38.817,45	204.715,33	158.778,56	590.888,34	7%
VALOR KG	2.995,56	1.713	1.732,81	2.766,74	1.445,34	10.808,45	-14%
PRECIO/KG	38,46	42,84	22,40	73,99	109,86		23%

Fuente: Cobus Group

Análisis

Mediante la plataforma Cobus Group se realizó un análisis de la partida 6105 correspondiente a camisas para hombres en donde se obtuvo valores FOB de las exportaciones realizadas desde las empresas de Ecuador a diversos destinos internacionales, el análisis corresponde desde el año 2016-2020, cabe destacar que el periodo anual se divide al valor del kilogramo como resultado se obtiene el precio referencial de la exportación de las camisas para hombres.

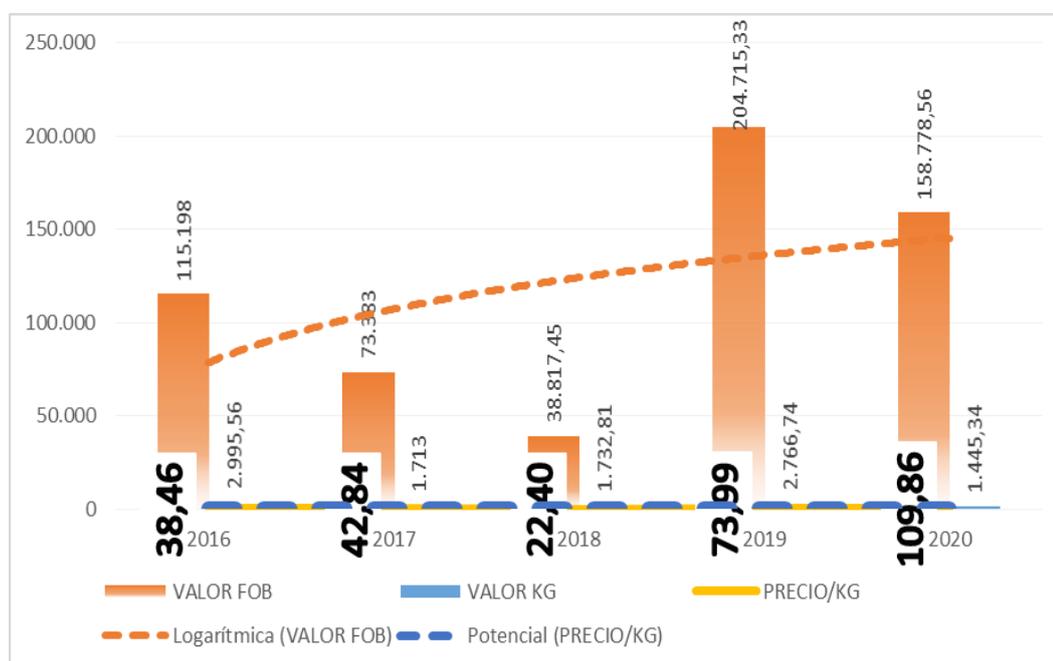


Figura 14 Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la partida 6105, valor expresado en Dólares Americanos

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la figura Nro. 14 se observa el precio referencial de las exportaciones realizadas desde Ecuador hacia el mundo cuya partida analizada es de 6105 de camisas para hombres, los años analizados es del 2016- 2020 expresado en dólares americanos por ende se obtiene el siguiente resultado: 2016 con un precio de 38,46 USD, en el año 2017 el precio es de 42,84 USD, el año 2018 su precio fue el más bajo con un valor de 22,40 USD, en el 2019 tuvo un crecimiento donde el precio en comparación a los años anteriores con valor de 73,99 USD, finalmente en el año 2020 el precio del producto fue el más alto con un valor de 109,86 USD a pesar de los efectos negativos que se presentó a nivel mundial ante la pandemia covid-19 las exportaciones de dicha partida han crecido ante el mercado internacional.

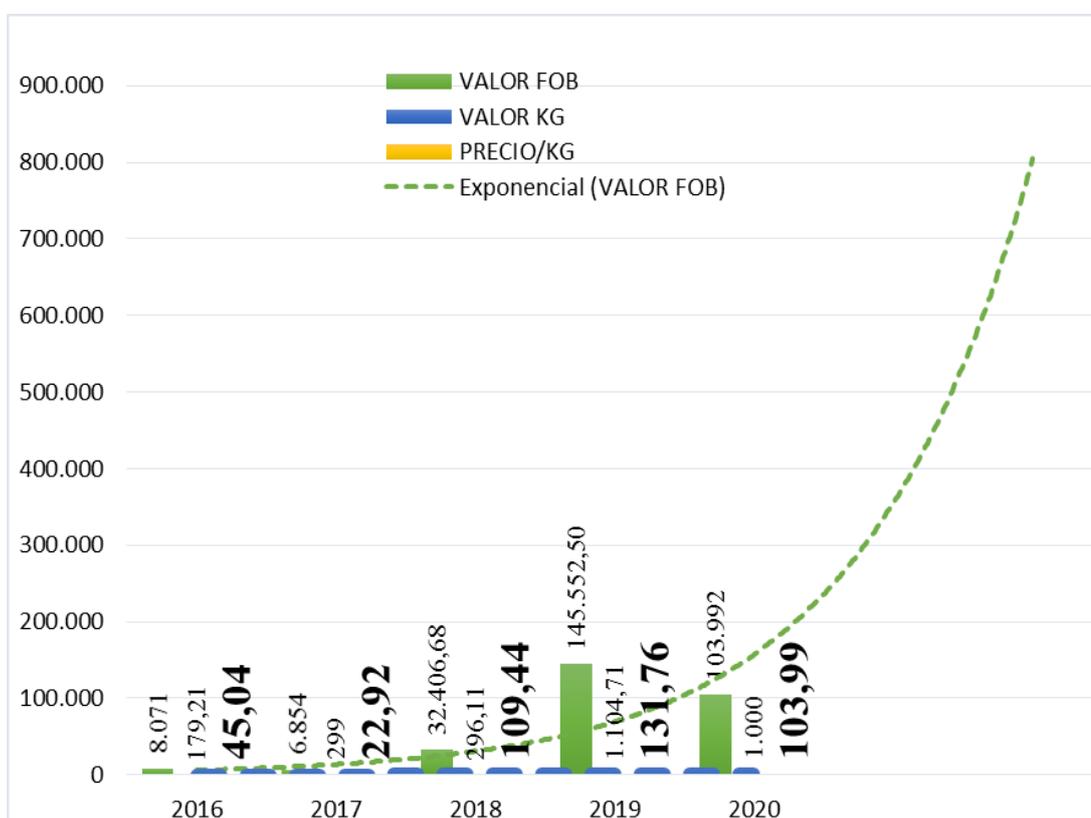


Figura 15 Exportaciones desde Ecuador hacia Alemania de la partida 6105, valor expresado en Dólares Americanos

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la figura Nro. 15 reflejan los precios de las exportaciones de camisa de hombre cuya partida es de 6105 desde Ecuador hacia el mercado de Alemania sus resultados corresponden a lo siguiente: en el año 2016 es de 45,04 USD, su precio más bajo en comparación a otros años

es el del 2017 con 22,92 USD, en el 2018 tiene un crecimiento con un valor referencial alto que es de 131,76 y finalizando el año 2020 tiene el precio referencial de 109,86 USD, dando los precios de los cinco años a tras el último valor es un indicador favorable para la exportación de las camisas para hombres.

Tabla 45 Comparación de Precios Nivel Internacional vs Alemania

Comparación de precios					
AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
PRECIO/KG NIVEL INTERNACIONAL	38,46	42,84	22,40	73,99	109,86
PRECIO/KG EXPORTACIÓN HACIA ALEMANIA	45,04	22,92	22,40	131,76	103,99

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 45 se puede observar el análisis realizado entre el precio por kilogramo a nivel internacional y el precio de kilogramo de las exportaciones realizadas hacia el mercado de Alemania, los precios comparativos desde el año 2016- 2020 durante los cinco años en estudio varían radicalmente los precios del producto camisa para hombre.

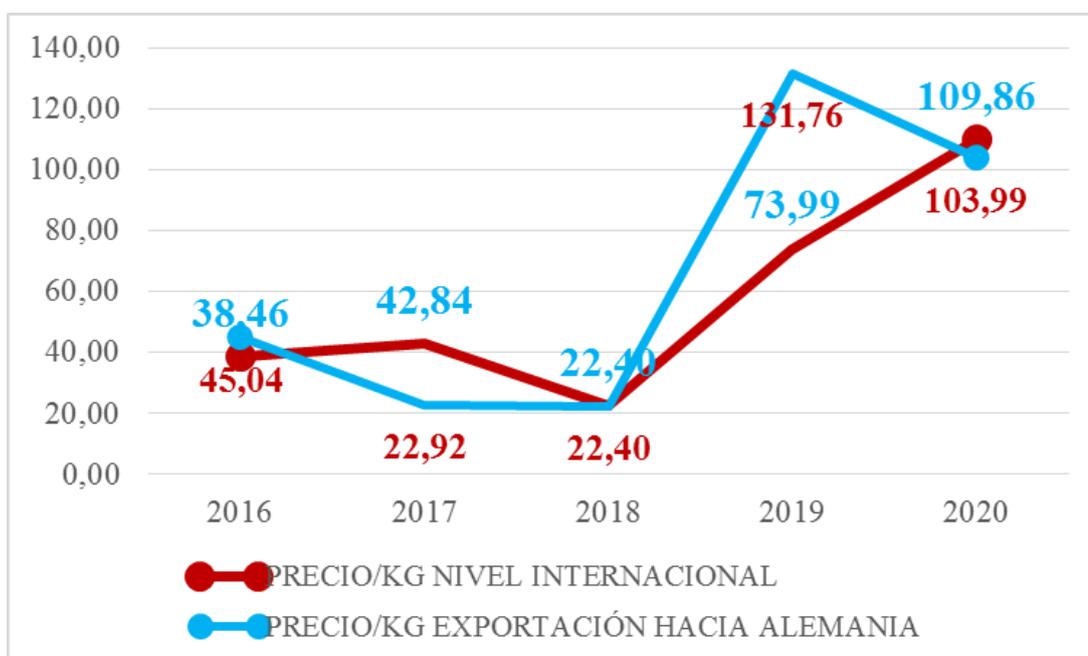


Figura 16 Comparación del precio KG del mercado internacional vs precio de Alemania

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la figura Nro.16 se puede observar que los precios por cada kilogramo entre el mercado internacional y el mercado de Alemania tienden a tener un crecimiento y disminución del precio de la siguiente manera: año 2016 el mercado Alemán tiende a tener un precio superior en cuanto al precio internacional, 2017 cuenta también con un valor superior, sin embargo en el año 2018 ambos precios cuentan en el mismo nivel, en el 2019 Alemania tiene un alto nivel de precio referencial en comparación al mercado internacional y como último año 2020 el precio referencial es superior al precio del mercado internacional, razón por el cual el precio referencial del producto genera una gran oportunidad de mercados meta para la exportación de camisas para hombre de la Asociación Zuleta de la Provincia de Imbabura.

Tabla 46 Exportaciones de partida 6105 desde Ecuador hacia el mercado mundial, valor expresado en Dólares Americanos

Exportación mensual a nivel mundial partida 6105												
AÑO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2016	-	15,00	19.897,98	736,44	30.448,10	3.777,56	10.609,39	49.713,75	12.011,20	3.590,80	6.948,88	115.198,22
2017	30.122,61	-	738,56	1.794,46	3.808,90	2.823,26	443,00	1.099,36	4.025,40	390,81	26.925,14	1.211,70
2018		1.674,48	2.232,82	500,25	900,00	-	139,77	230,8	9.124,32	7.367	4.384,00	12.264,01
2019	5.208,00	9.618,00	28.610,00	30.011,06	5.558,00	20.881,02	31.260,30	23.729,95	900	6.646,50	26.208,50	16.084
2020	6,728,06	9500	10.179,00	16.843	13936,8	-	31.484	2.088	32.906,00	7.032	20.405,70	7.672

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 46 se observa el análisis estadístico de las exportaciones realizadas desde Ecuador con destino a mercados internacionales cuyo producto se clasifica en la partida arancelaria de 6105 correspondiente a Camisas para hombres de algodón y los demás, sin embargo, los valores obtenidos en el periodo de año 2016-2020 son expresados de su totalidad FOB USD, lo que refleja que cada mes varía el número de exportaciones lo cual será analizado en la siguiente gráfica:

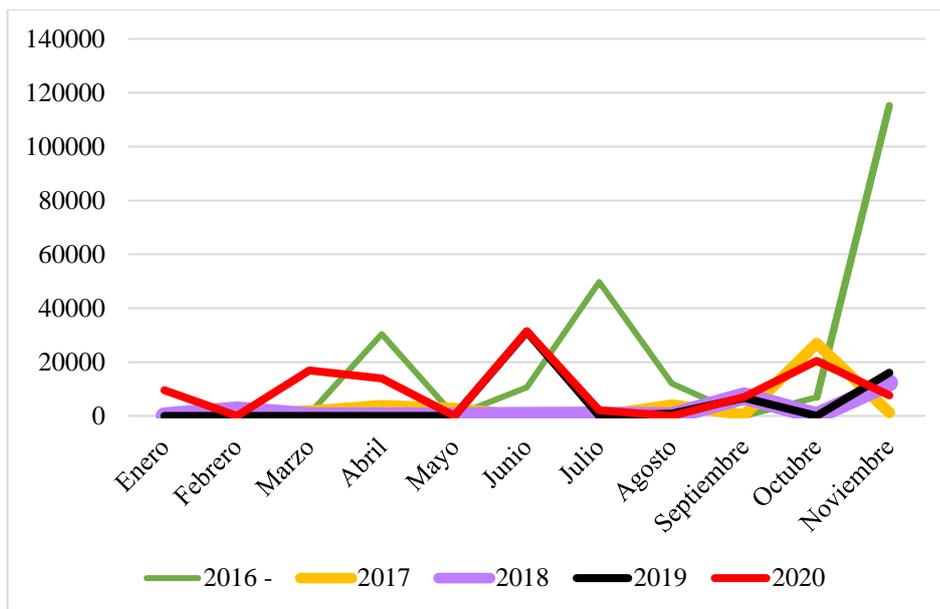


Figura 17 Exportaciones de la partida 6105 desde Ecuador hacia mercados mundial, valor expresado en Dólares Americanos
Fuente: Cobus Group

Análisis

En la figura Nro. 17 refleja datos que demuestra el consumo de camisas para hombres, debido a que las exportaciones desde el año 2016 al 2020 ha tenido un crecimiento y disminución de consumo mensual, sin embargo los meses como: Abril, Junio, Julio y Octubre tienen una gran acogida al consumo del producto, lo que quiere decir que en mercados internacionales su mayor demanda de camisas para hombre es en cuatro meses, ya que, cuenta con una tendencia decreciente y creciente cada mes en cuanto al consumo, los demás meses solo muestran una irregularidad de consumo ya que existe una disminución de las exportación, en conclusión se demuestra que el consumo acerca del producto es continuo ya que existe una gran demanda en ciertos meses y es una gran oportunidad de mercado para la exportación del bordado artesanal de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura.

Tabla 47 Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de partida 6105

CIUDA D	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	%PARTICIPACI ÓN	TASA DE CRECIMIEN TO
Hambur go	8.071,0 0	6.854,7 0	123.401, 35	-	-	138.327, 05	26%	148%
Múnich	-	-	167.093, 50	145.552, 50	85.983, 00	398.629, 00	74%	-20%

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla 47 se analiza las exportaciones realizadas desde Ecuador hacia Alemania cuya partida es de 61051 correspondiente a camisas para hombres de algodón y demás tipos, las ciudades que más importan en Alemania es Hamburgo y Múnich cuyo análisis realizado en el período del 2016 a 2020, los valores reflejados es en FOB USD que tiene como resultado lo siguiente: Hamburgo tuvo exportaciones en el año 2016 al 2018 teniendo una participación del 26 % mientras que en la tasa de crecimiento equivale al 148%, en cuanto a Múnich refleja exportaciones desde el año 2018 al 2020 con una participación del 74% y una tasa de crecimiento del -20% lo que quiere decir, la opción más apta para la exportación de las camisas para hombres de la asociación Zuleta es la ciudad de Hamburgo ya que cuenta con una buena tasa de crecimiento y una participación atractiva.

Tabla 48 Exportación de la partida arancelaria 6105 por provincia, valor expresado en USD

PROVINCIA	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
Pichincha	8.071,00	6.854,70	6.854,76	145.552,50	85.983,00	253.315,96	100%

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 48 se muestra las exportaciones realizadas por provincia desde Ecuador hacia Alemania cuya partida arancelaria es de 6105, lo cual refleja como resultados que Pichincha es la única provincia que exporta el producto, a mercados internacionales, se analizó el período año 2016 al año 2020 teniendo una participación del 100% de exportación de las Camisas para hombre de tejido y los demás.

Dentro de la zona 1 del Ecuador no tiene participación en las exportaciones realizadas de la partida 6105 correspondiente a camisas para hombres de algodón de los demás, la única participación que tiene como exportador dentro de las zonas del Ecuador es la Zona 9 Distrito metropolitano de Quito, sin embargo es notable que se requiere la iniciativa de exportación de la Zona 1 la provincia de Imbabura, por ende es una oportunidad para la Asociación Zuleta realizar la exportación de las Camisas para hombre a un mercado internacional.

Tabla 49 Exportación de empresas por provincia, valor expresado en número de empresas

PROVINCIA	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
Pichincha	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	6,00	100%

Fuente: Cobus Group

Análisis

Se analizó las exportaciones de la provincia de Pichincha y su participación por cada empresa de la Zona 9 del Ecuador en donde refleja que existe 2 empresas dedicadas a la exportación de las Camisas para hombres, con una participación del 100%.

Tabla 50 Lista de empresas exportadoras de partida 6105.10 por provincias

No.	RAZON SOCIAL	RUC	PROVINCIA
1	FAREZ BENAVIDEZ LUIS HUMBERTO	0102333523001	Azuay
2	PASAMANERIA S.A.	0190003299001	Azuay
3	GOLDEN MULADHARA S.A.	0190451003001	Azuay
4	HARRINGTON HERRERA DIANA ELENA	1002253316001	Imbabura
5	SANTACRUZ TAMAYO JUAN CARLOS	1003571286001	Imbabura
6	RODAS CABRERA LORENA ALEXANDRA	1002008108001	Imbabura
7	COMERCIALIZACION DE ROPA DEPORTIVA Y CASUAL TEMPOCODECA CIA. LTDA.	1090109932001	Imbabura
8	MENDOZA CELLERI FAUSTO FROILAN	0301111654001	Cañar
9	RAMIREZ COELLO DALIE NEIDA	0902315969001	Guayas
10	CIRCOMIX CIA. LTDA.	0992875291001	Guayas
11	GUAYATUNA S.A.	0992283882001	Guayas
12	PIERRE CARDIN MODA MPC S.A.	0992891602001	Guayas
13	CREANDO ESTILOS S.A. CRESTILSA	0992571802001	Guayas
14	LUBRICANTES INTERNACIONALES S.A. LUBRISA	0991231366001	Guayas
15	HARUKA S.A.	0992747110001	Guayas
16	LOPEZ GUEVARA JOSE AMILCAR	0953065158001	Guayas
17	HEINEKEN ECUADOR S.A.	0991343709001	Guayas
18	ALMACENES DE PRATI S.A.	0990011214001	Guayas
19	OLEPI S.A.	0992265035001	Guayas
20	PALMA ARCENTALES HUGO MARTIN	1204008484001	Los Ríos
21	CARTAGENA LOPEZ JOSE EDUARDO	0502741895001	Cotopaxi
22	CORTEZ RAMOS AIDA	1500391667001	Napo
23	HALLIBURTON LATIN AMERICA S.R.L.	1790528782001	Pichincha
24	BOTRIS CIA LTDA	1791836979001	Pichincha
25	ALMACENES BANDA JUNIOR C LTDA	1790622207001	Pichincha
26	CONFECCIONES FOXHOUND S.C.C.	1791759486001	Pichincha

27	REPRESENTACIONES REPMAJUSA S.A.	1792280400001	Pichincha
28	DIAS FRANCISCO GUILHERME	1717233280001	Pichincha
29	DARQUEA GUARDERAS MARIA GABRIELA	1707055420001	Pichincha
30	CHIMARRO NAVAS LILIANA SOLEDAD	1714730767001	Pichincha
31	JESICA MORALES	0000104193842	Pichincha
32	INTERMODA MEGASTORE S.A.	1791304381001	Pichincha
33	MEGAANDYDIST GORDON QUSHPE DISTRIBUIDORES E IMPORTADORES CIA.LTDA	1792735173001	Pichincha
34	GRUPO SAINT MARITE	1792387388001	Pichincha
35	PAT PRIMO ECUADOR COMERCIALIZADORA S.A.	1791253787001	Pichincha
36	MARIE ELISE BRANDT CORPORATION	1791769627001	Pichincha
37	VINUEZA JUAN JESUS	1707605042001	Pichincha
38	AZZORTI VENTA DIRECTA S A	1792369487001	Pichincha
39	DHL EXPRESS ECUADOR S.A.	1790546667001	Pichincha
40	WEATHERFORD SOUTH AMERICA GMBH	1790105709001	Pichincha
41	NOVOMODE S.A.	1792636299001	Pichincha
42	BECDACH QUIROLA EDMUNDO	1713391751001	Pichincha
43	ESTRELLA INCA JULIO ROLANDO	1712236684001	Pichincha
44	DISTRIBUIDORA TEXTIL DEL ECUADOR DISTRITEX S.A.	1791250168001	Pichincha
45	ESPINEL ABRAHAN FERNANDO ARTURO	1713945507001	Pichincha
46	MANUFACTURAS DIVERSAS DEL CENTRO MADECIN SA	1792570646001	Pichincha
47	ALVEAR GUTIERREZ MARTHA ELIZABETH	1706933817001	Pichincha
48	ROBAYO ARCOS EDWIN ROMAN	1802151835001	Tungurahua
49	CHAVEZ CARRERA ROBERTO FERNANDO	0001803751674	Tungurahua

Fuente: Cobus Group

Análisis

En la tabla Nro. 50 se muestra la lista de empresas exportadoras de partida 6105 por cada provincia, por lo tanto la muestra de cantidad de empresas es 49 que son analizados en el período del año 2016 al año 2020 en la cual han participado en las exportaciones de Camisas para hombres, dentro de las provincias de la Zona 1 existen 4 empresas que se dedican a la exportación, es notable la falta de iniciativa de producción del bordado artesanal y la exportación de la misma ya que podría mejorar las condiciones económicas del sector y de la provincia generando también beneficios al país.

3.12 Perfil Consumidor Alemán

Según PROECUADOR “El mercado alemán es caracterizado por no ser tan impulsador de tendencias como otros países europeos, esto facilita un potencial ingreso de productos ecuatorianos, que no están acostumbrados a constantes cambios de estilo” (p.5)

“Alemania es uno de los principales actores en el comercio internacional de textiles y ropa, siendo el líder global para textiles técnicos con alrededor del 45% del mercado, además es el segundo importador de textiles después de Estados Unidos” (PROECUADOR p.5)

El perfil consumidor alemán es muy interesante ya que no es muy estricto en cuestión de las tendencias de modas de cada mes, motivo por el cual el mercado meta es Alemania ya que facilita el ingreso de las exportaciones del producto Camisas para hombres y buscan satisfacer productos de calidad y buen precio.

3.12.2 Característica del mercado Alemán

Según el Mercado Textil Alemán (2021) menciona que “Actualmente, también se observa otra tendencia, ya que el consumidor alemán está dispuesto a pagar un mejor precio, pero exigiendo calidad, productos originales y no de imitación” (p.7)

Dentro de sus gustos y preferencias que distingue al mercado Alemán en la tendencia actual, los consumidores están dispuestos a pagar un precio razonable para un producto de calidad, sin embargo los consumistas Alemanes prefieren estilos únicos y originales , tanto que Ecuador es una potencia de textil que cuenta con las condiciones requeridas por el Mercado de Alemania es por tal razón que es una gran oportunidad para la exportación de bordados artesanales (Camisas para hombres) de la Asociación Zuleta provincia de Imbabura

Tabla 51 Canales de distribución en el mercado Alemán

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN ALEMANIA		
CANAL DE DISTRIBUCIÓN	SEGMENTO DEL MERCADO	CARACTERISTICAS
Supermercados	Bajo	Calidad alta, precios bajos cantidades grandes
Tiendas minoristas		
Establecimientos de descuentos		

Mercados callejeros		
Cadena de prendas de ropa		
Almacenes grandes		
Empresas de ordenes por correo	Medio-Bajo	Calidad media, precios medios-bajos
Minoristas		
Cadenas de prendas de ropa		
Almacenes grandes		
Empresas de ordenes por correo	Medio	Buena calidad, precios altos, cantidades medianas
Minoristas		
Tiendas especializadas		
Tiendas independientes especializados	Medio-Alto	Buena calidad, precios altos, cantidades pequeñas y medianas
Grandes almacenes		
Tiendas de diseño	Alto (prendas listas para llevar y de alta costura)	La calidad más alta, precios altos, cantidades pequeñas y medianas

Fuente: Plan de Desarrollo de Mercado (PDM) ALEMANIA (2012)

Análisis

En la tabla Nro. 51 se observa los canales de comercialización en el mercado de Alemania en donde constan de niveles bajo medio y alto en cuanto al segmentación del mercado, se entiende que por el nivel bajo se cuenta con un producto de calidad básica y precios bajos que se puede encontrar en supermercados, ventas callejeras que son comunes en cualquier país, como segundo nivel que es el medio se caracteriza por tener una buena calidad ,precios y se puede encontrar en almacenes grandes y cadenas de supermercados, como último nivel que es el Alto se trata de tener una calidad más alto, precios altos que están destinas a encontrar en tiendas de diseño y especializados.

Cabe recalcar que al exportar las Camisas para hombres de partida 6105 de la Asociación Zuleta constara en el nivel medio debido a que es buena calidad, original y va a tener un precio alto, la cual se podrá encontrar en cadenas de supermercados, compañías de órdenes de correo y tiendas especializadas independientes debido que la presencia del producto de camisas para hombres tiene un valor agregado, es único y se caracteriza por los diseños y colores llamativos.

3.13 Proyección de la población

En la siguiente tabla muestra la población de Hamburgo, se tomó en cuenta esta ciudad debido a que cuenta con una información suministrada en la tabla de exportaciones más realizadas desde Ecuador hacia la ciudad de Hamburgo, además cuenta con un indicador base que se estima la proyección de crecimiento promedio del mercado, por ende, se aplica la fórmula de mínimos cuadrados para la proyección de la población.

3.13.1 Hamburgo

Tabla 52 Proyección población de Hamburgo

Año	X	Y	X ²	Y ²	XY
2016	1	1.787.408	1	3.194.827.358.464	1.787.408
2017	2	1.810.438	4	3.277.685.751.844	3.620.876
2018	3	1.830.584	9	3.351.037.781.056	5.491.752
2019	4	1.841.179	16	3.389.940.110.041	7.364.716
2020	5	1.862.767	25	3.469.900.896.289	9.313.835
TOTAL	15	9.132.376	55	16.683.391.897.694	27.578.587
N (años)	5				

Fuente: Datosmacro (2021)

Es de gran importancia determinar los siguientes datos de la tabla para luego reemplazar mediante la siguiente fórmula de mínimos cuadrados:

Fórmula

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{N}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}$$

$$b = \frac{\sum y}{N} - m \frac{\sum x}{N}$$

$$y = mx + b$$

Reemplazo de fórmula

$$m = 18.145,9$$

$$b = 1'772.037,5$$

$$y = 18.145,9x + 1'772.037,5$$

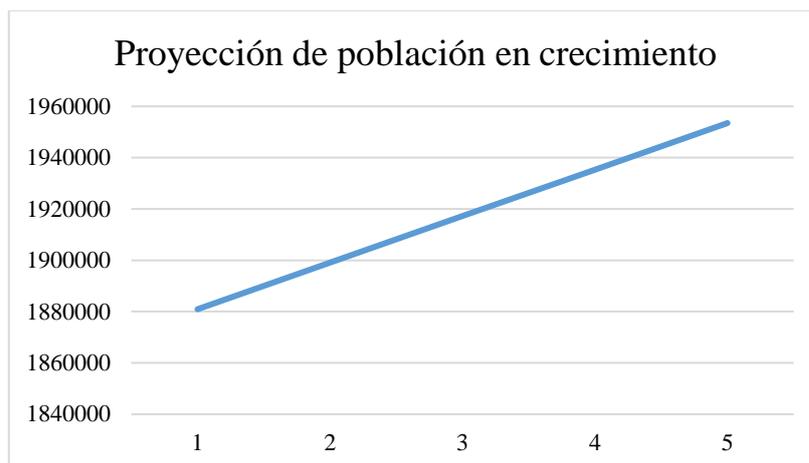


Figura 18 Proyección de población en crecimiento

Análisis

Las anteriores fórmulas corresponden a la proyección de la población que existirá durante los cinco años en adelante, se trabajó con los datos de cinco años atrás y aplicando la fórmula se proyectó a que en el futuro existirá más de 1 millón de personas en comparación a otros años.

Tabla 53 Proyección de la Población de Hamburgo

	Año	Población	Tasa de crecimiento
Datos Históricos	2016	1.787.408	
	2017	1.810.438	
	2018	1.830.584	
	2019	1.841.179	
	2020	1.862.767	
	2021	1.880.913	0,89%
Datos Proyectados	2022	1.899.059	
	2023	1.935.351	
	2024	1.935.351	
	2025	1.953.497	

Fuente: Datta Commons (2021)

Análisis

Según datos de la Datta Commons (2021) y conforme a los datos de la tabla Nro. 53, se muestra un crecimiento poblacional de 0,89% perteneciente a la ciudad de Hamburgo, una de las ventajas que presenta la población es que se encuentra en un crecimiento favorable, donde es una oportunidad para poder exportar el producto artesanal.

Consumo Nacional Aparente

En la siguiente tabla se refleja los datos de producción nacional, importaciones y exportaciones de los productos de partida 610510 que contiene al producto en estudio, lo cual es de vital importancia para realizar los cálculos y proyecciones hasta los próximos cinco años, para el siguiente cálculo se utilizará la fórmula siguiente:

$$CNA = (PN + M) - X$$

- CNA=Consumo Nacional Aparente
- PN= Producción Nacional
- M=Importaciones
- X= Exportaciones

El objetivo de la fórmula es determinar la demanda nacional del producto en el mercado alemán

Tabla 54 Consumo Nacional Aparente

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones Tn (+)	Exportaciones Tn (-)	Consumo Nacional Aparente	
				Toneladas	Kilogramos
2016	25.881.860	457.125	267.462	26.071.523	26.071.523.000
2017	27.325.148	501.193	323.106	27.503.235	27.503.235.000
2018	32.377.697	519.896	343.689	32.553.904	32.553.904.000
2019	30.320.559	542.874	359.908	30.503.525	30.503.525.000
2020	33.568.478	455.889	322.222	33.702.145	33.702.145.000
2021	35.405.343	507.158	367.174	35.545.327	35.545.326.600
2022	37.242.207	511.079	381.806	37.371.480	37.371.480.000
2023	39.079.072	515.000	396.438	39.197.633	39.197.633.400
2024	40.915.937	518.921	411.071	41.023.787	41.023.786.800
2025	42.752.801	522.842	425.703	42.849.940	42.849.940.200

Fuente: Trademap (2021), Indexmundi

Análisis de resultados de la entrevista

El 27 de agosto del 2020 de manera virtual, el Sr. Jaime Sarzosa, presidente de la Asociación Zuleta, autorizó la entrevista y el uso de información de la asociación para fines académicos, en segunda ocasión con fecha sábado 22 de mayo del presente año, también se realizó la

respectiva entrevista presencial en donde autoriza nuevamente la información para uso académico en donde se presenta los siguientes resultados:

1.- ¿Cuánto tiempo lleva constituida la Asociación Zuleta?

La asociación Zuleta es una microempresa ecuatoriana que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra, Parroquia la esperanza, Barrio Zuleta vía Cayambe. Está constituida más de 26 años, su principal actividad por la cual se destaca es la producción del bordado artesanal, por ello, se califica como una asociación que se encuentra en buenas condiciones, ya que su producción lo realiza a grandes cantidades.

2.- ¿Cuántos socios (os) conforman?

La asociación está conformada por 32 socios, las cuales 18 personas son fijas en cuanto al bordado, de las 18 bordadoras sustentan a 200 familias con trabajos temporales.

3.- ¿Cómo está constituida la asociación Zuleta?

La asociación cuenta con una estructura organizacional que es la siguiente: presidente, vicepresidente, secretaria, vocal de disciplina, vocal de turismo que son encargadas cuyas responsabilidades vean el beneficio de la asociación.

4.- ¿Cuenta con una estructura apropiada la asociación?

Dentro de la estructura de la asociación Zuleta su condición es apropiada y calificada como buena, ya que, cuenta con diversos campos de atracción y publicidad, es decir tiene sus propios lugares para la venta de productos, atención al cliente, y el turismo que también es uno de los puntos que operan dentro de la asociación.

En cuestión de la estructura interna de la producción, cuentan con maquinaria especializada para realizar cualquier tipo de modelo de ropa y de corte, por otro lado, las socias fijas también cuentan con maquinarias propias para poder trabajar dentro de su hogar.

5.- ¿Qué cantidad de bordado puede producir la asociación cada mes?

Tabla 55 Duración del bordado en producción

Producto	Miembros	Producción mensual	Producción anual
Camisas grandes	18	9	162

Fuente: Entrevista al presidente de la asociación

Tabla 56 Producción total en unidades anual

Producción total en unidades			
Producto	Miembros	Producción mensual	Producción anual
Camisas grandes	218	162	35316

Fuente: Elaboración propia

6.- ¿Sus productos cuenta con un certificado internacional o de calidad?

Actualmente cumplen con las normativas nacionales y restricciones ante la pandemia que se está viviendo en la actualidad, es decir cuenta con un certificado AVAL de geoparque mundial en donde admite la calidad del producto artesanal, el certificado es una previa autorización para la elaboración del bordado, de esta manera ofrecen a los clientes los productos seguros y de calidad.

7.- ¿Mencione cómo se compone los costos del bordado artesanal?

- Tela
- Hilo
- Bordado
- Dibujo
- Mano de obra

Los costos de producción se varían dependiendo del diseño que se va a elaborar, y que dibujo le van aplicar a cada prenda.

8.- ¿Cuál es el proceso del bordado artesanal?

El proceso del bordado cuenta con una estructura en donde inicia con: 1° corte de tela para la respectiva prenda a realizar, 2° diseño del bordado, 3° elección del matizado de colores, 4° elaboración del bordado, 5° lavado del bordado y 6° el planchado y elección del envase para el respectivo bordado

9.- ¿Qué porcentaje estima que es la ganancia?

De 20 a 30% por cada bordado

10.- ¿Cuál es el medio de distribución que utiliza la asociación para vender sus productos?

La asociación “Zuleta” está representada por el presidente Jaime Sarzosa, con la marca de bordados Zuleta, estos productos artesanales son comercializados en días festivos y se dividen en diferentes ámbitos como: puntos de venta en Otavalo, centro cultural Zuleta que hacen que esto sea más conocido el bordado artesanal.

11.- ¿La asociación utiliza medios digitales para la publicidad?

En la actualidad la asociación cuenta con medios digitales como: Facebook, Instagram que hacen que estas sean de mejor publicidad para el consumidor como no también están trabajando en una página web y catálogo digital de todos los productos que pueden ofrecer dentro de la asociación.

12.- ¿El bordado artesanal es exportado a mercados internacionales? ¿Sí o No?

En lo referente a la comercialización del bordado artesanal hacia el mercado, el presidente Jaime Sarzosa manifiesta que la asociación no exporta el bordado por motivos de desconocimiento del proceso de exportación, pero existen ventas a altas cantidades a consumidores extranjeros.

13.- ¿Cuáles son los principales competidores?

- Expo Zuleta
- Sarumaky

Las dos asociaciones mencionadas anteriormente, cuentan como uno de los competidores de la parroquia, ya que, estas organizaciones se dedican a la elaboración de bordados cuyos diseños también son propios y parecidos a los de la asociación Zuleta, por ende, es considerado como competencia entre asociaciones en la comercialización de bordados.

14.- ¿Qué productos son más vendidos en la actualidad?

En la actualidad las ventas de mascarillas han sido el producto estrella ante la pandemia covid-19, ya que, entra en competitividad en el mercado por su originalidad, otro de los productos más vendidos es: mantelería y prendas de vestir que son más apetecidos por el consumidor.

15.- ¿Cuál fue la inversión estimada para la construcción de la asociación?

La inversión estimada para la creación de la asociación fue de \$ 11.581, proyectada al 70% u 80%, donde el porcentaje invertido no era directamente para el sector textil, sino para lanas de alpaca que en aquel entonces se comercializaba tales productos.

Análisis

Los resultados de la entrevista realizada muestran que la asociación Zuleta es una organización conformada por personas indígenas del mismo cantón de diferentes parroquias, que abarca diversidad de comunidades dentro de las parroquias miembros, la organización es dedicada a la realización de bordados artesanales, que tiene 25 años de vida como organización , en el transcurso de los años la asociación se ha ido actualizando y sacando diseños y modelos aptos al consumidor, por lo cual, su producción en un bordado depende del dibujo en la cual realizan y no tienen una producción fija , su precio por cada bordado varían dependiendo del diseño y talla, la elección de la camisa cuyo precio es de \$ 60 dólares, su producto es comercializando a nivel nacional, nunca se ha exportado a mercados internacionales y a su vez existe una gran carencia del proceso de exportación.

Según los datos de la entrevista al presidente de la asociación el costo de los bordados varía dependiendo del diseño y modelo de los bordados, por lo cual, en una exportación de dicho producto se podría a comercializar a un mejor precio, sim embargo, se realiza una proyección de costos logísticos, con el fin de determinar el costo unitario en diferente Incoterms convenientes para la exportación.

Empaque ecológico

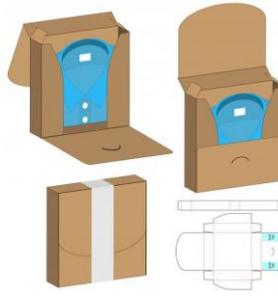


Figura 19 Tipo de empaque

El empaque del producto se basa en un material ecológico la cual ayuda a determinar un plus al producto artesanal, teniendo así un valor agregado dentro y fuera de la caja, además se utilizó este envase ya que se adapta a las necesidades y comodidad del bordado artesanal, evitando así daños al momento de la movilización en el transcurso del camino con destino a Alemania.

3.4 Estudio financiero

Tabla 57 Costos por Incoterms

INCOTERMS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Valor del embarque	310.815	310.815	310.815	310.815	310.815	310.815
EXW	310.815,00	310.815,00	310.815,00	310.815,00	310.815,00	310.815,00
EXW Unitario	103,21	103,21	103,21	103,21	103,21	103,21
Manipulación local X	150	200	230	250	280	310
Unitarización	120	140	150	160	170	180
FCA/FAS	311.085	311.155	311.195	311.225	311.265	311.305
FCA/FAS Unitario	103,70	103,72	103,73	103,74	103,76	103,77
Transporte interno	700	900	1.000	1.000	1.000	1.500
Manipuleo Embarque	100	100	120	140	160	180
Agentes	220	220	220	220	220	220
FOB	312.105	312.479	312.639	312.689	312.749	313.309
FOB Unitario	104,04	104,16	104,21	104,23	104,25	104,44
Flete Internacional	2.900	3.100	3.600	4.100	4.400	4.400
CFR	315.005	315.683	316.343	316.893	317.253	317.709
CFR Unitario	105,00	105,23	105,45	105,63	105,75	105,90
Seguro Internacional	3.121	3.125	3.126	3.127	3.127	3.133

CIF	318.126	318.913	319.575	320.125	320.486	320.948
CIF Unitario	106,04	106,30	106,52	106,71	106,83	106,98
Manipuleo desembarque	110	120	130	145	170	210
DAP	318.236	319.139	319.811	320.377	320.763	321.265
DAP Unitario	106,08	106,38	106,60	106,79	106,92	107,09
Transporte interno	900	1.200	1.400	1.400	1.900	2.100
Descarga en destino	80	90	110	130	150	180
DPU	319.216	320.536	321.428	322.014	322.920	323.652
DPU Unitario	106,41	106,85	107,14	107,34	107,64	107,88
Almacenamiento temporal	500	650	850	1.050	1.200	1.450
Aduaneros	47.719	47.837	47.936	48.019	48.073	48.142
Capital e inventario país de destino	140	185	225	245	310	355
DDP	367.575	369.101	370.333	371.221	372.396	373.492
DDP Unitario	122,52	123,03	123,44	123,74	124,13	124,50

Fuente: Estimador de costos Connect America

Análisis

Según los resultados de la entrevista realizada en la asociación, la producción del bordado artesanal es muy baja a comparación de la demanda total del mercado global lo cual es muy grande, además menciona que no tienen mucho conocimiento acerca de las exportaciones por lo cual el Incoterms correcto que se utilizara es el EXW, donde el vendedor entrega el producto en sus instalaciones, el cual tiene un costo unitario de 103,21 USD por cada bordado, siendo un número inferior al precio referencial del mercado de Alemania, por cada bordado, con la siguiente información se presenta una oportunidad para competir con precios bajos en la venta del bordado artesanal de la asociación Zuleta.

En los datos obtenidos de la asociación Zuleta mencionan que no cuenta con maquinarias para el debido empaque y el corte de tela a grandes cantidades, adicional a eso la asociación requiere de profesionales expertos para la comercialización del producto en cada área de la cada de suministro y así poder ser eficientes en los pedidos planificados, todos los materiales que se utilizan no la tienen por lo cual se requiere realizar de una inversión financiera que será analizada en la siguiente tabla.

Tabla 58 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Concepto	
INVERSION FIJA	1.106,65
INVERSION VARIABLE	183210,00
INVERSION TOTAL	184316,65

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Según datos de la investigación cualitativa la asociación Zuleta requiere de una inversión de 184316,65 USD, lo cual será distribuido en las siguientes áreas como: maquina laser, maquina recta, de overlock, empaquetadora, es decir todos los costos de maquinaria y equipos necesarios para la producción del bordado, adicional a eso, se realizará inversión variable donde se va a producir la misma producción y registro de la asociación para ser exportadora.

Tabla 59 Estado de Resultado

Estado de Resultados						
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	309.624,90	309.624,90	309.624,90	309.624,90	309.624,90	309.624,90
(-) COSTO DE VENTAS	183.210,00	183.210,00	183.210,00	183.210,00	183.210,00	183.210,00
UTILIDAD BRUTA	126.414,90	126.414,90	126.414,90	126.414,90	126.414,90	126.414,90
(-) GASTOS OPERATIVOS	270,00	340,00	380,00	410,00	450,00	490,00
UTILIDA ANTES PART TRAB	126.144,90	126.074,90	126.034,90	126.004,90	125.964,90	125.924,90
0.15 PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	18.921,74	18.911,24	18.905,24	18.900,74	18.894,74	18.888,74
(=)UTILIDAD ANTES IMPUESTO	107.223,17	107.163,67	107.129,67	107.104,17	107.070,17	107.036,17
IMPUESTO 25%	26.805,79	26.790,92	26.782,42	26.776,04	26.767,54	26.759,04
UTILIDAD NETA	80.417,37	80.372,75	80.347,25	80.328,12	80.302,62	80.277,12

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

En la tabla Nro. 59 se muestra un informe de resultados contables en la cual se encuentra la situación económica de la Asociación en proyección del año 2021 al 2026 se realizó el cálculo del estado de resultado donde la operación de sumar ventas y restar los costos de ventas obteniendo así los (costos de producción) gastos operativos, utilidades de impuesto sumando el total de resultados positivos.

Tabla 60 Flujo Neto

FLUJO NETO						
Años entrantes	2021	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	309.624,90	309.624,90	309.624,90	309.624,90	309.624,90	309.624,90
(-) COSTO DE VENTAS	183.210,00	183.210,00	183.210,00	183.210,00	183.210,00	183.210,00
UTILIDAD BRUTA	126.414,90	126.414,90	126.414,90	126.414,90	126.414,90	126.414,90
(-) GASTOS OPERATIVOS	270,00	340,00	380,00	410,00	450,00	490,00
UTILIDA ANTES PART TRAB	126.144,90	126.074,90	126.034,90	126.004,90	125.964,90	125.924,90
0.15 PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	18.921,74	18.911,24	18.905,24	18.900,74	18.894,74	18.888,74
(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTO	107.223,17	107.163,67	107.129,67	107.104,17	107.070,17	107.036,17
IMPUESTO 25%	26.805,79	26.790,92	26.782,42	26.776,04	26.767,54	26.759,04
UTILIDAD NETA	80.417,37	80.372,75	80.347,25	80.328,12	80.302,62	80.277,12
(+) DEPRECIACION	1.106,65	1.106,65	1.106,65	1.106,65	1.106,65	1.106,65
FLUJO NETO	81.524,02	81.479,40	81.453,90	81.434,77	81.409,27	81.383,77

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Para la elaboración de flujo neto se tomó en cuenta las entradas o ingresos económicos que se obtiene restando a las salidas de efectivo que pasa por todo el proceso de cadena de suministro, donde los resultados muestran con un valor positivo lo cual es muy buena para la asociación Zuleta.

Dado el cálculo del flujo de efectivo como resultado es positivo debido a la demanda insatisfecha existente en el mercado internacional, de esta manera se logra obtener ingresos de rentabilidad que puedan recuperar las inversiones realizadas en el proyecto. Si se logra expandir

el bordado artesanal al mercado internacional sería de mucho beneficio económico para la asociación y trabajadores que están dentro de ella.

Tabla 61 Estructura con Financiamiento

CAPITAL CON FINANCIAMIENTO				
Recursos	Participación		Costo Financiero	
Capital propio	60%	110.589,99	4%	0,022
Capital financiado	40%	73.726,66	21%	0,084
Inversión	184.316,65			
			Tasa descuento	10,56%
			Inflación (INEC)	3%
			Riesgo Proyecto	5%
			Capital promedio con financiamiento	18%

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

La asociación Zuleta cuenta con el apoyo y mano de obra de todos lo que conforman la organización, por lo cual, el 60% es el capital propio de la asociación, mientras que el 40% de la inversión inicial es financiado por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 24 de Mayo LTDA, actualmente conocida como Cooperativa de Ahorro de Indígenas “CHUCHUQUI” LTDA, la cual se encuentra en el cantón Ibarra, esta se encuentra cerca de la asociación Zuleta de estudio motivo por el cual se da la factibilidad para tramitar los debidos financiamiento el cual se otorga con un plazo a 3 años.

Tabla 62 Cálculo de TIR y VAN con financiamiento

Año	FE	
0	-	184.316,65
1		81.479,40
2		81.453,90
3		81.434,77
4		81.409,27
5		81.383,77
	TIR	34%
	VAN	70.359,92
	TASA	0,38

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Dados los cálculos del flujo de efectivo se obtiene como el resultado, una tasa interna de retorno del 34 %, considerando que el valor promedio con financiamiento es del 18% que se obtiene un valor neto anual 70.359,92 USD con una tasa residual de 0,38 considerando que el valor inicial es de 184.316,65 dólares, el cual es un valor de ganancia no tan considerable para la asociación.

Tabla 63 Costo Capital sin Financiamiento

CAPITAL SIN FINANCIAMIENTO				
Recursos	Participación		Costo Financiero	
Capital propio	100%	110.589,99	4%	4,00%
Capital financiado				
Inversión	-	184.316,65		
			Inflación (INEC)	3%
			Riesgo Proyecto	5%
			Capital promedio sin financiamiento	12%

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

La asociación Zuleta al contar con una inversión propia y apoyo de los trabajadores tendrá un capital promedio del 12% por lo cual acuden al capital financiado para poder fomentar la producción de la asociación y así abastecer los pedidos establecidos por el mercado internacional.

Tabla 64 Cálculo de TIR y VAN sin financiamiento

Año	FE
0	- 184.316,65
1	81.479,40
2	81.453,90
3	81.434,77
4	81.409,27
5	81.383,77
TIR	34%
FLUJO DESCUENT.	293564,08
VAN	182974,09
TASA	1,60

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Dado el cálculo del flujo de efectivo con el capital del flujo con financiamiento de 12% se tiene como resultado el valor anual neto de 182.974,09 en el periodo de 5 años de estudio, y el costo beneficio seria del 1,60 considerado que es muy favorable las ganancias para la Asociación y así extender la comercialización del bordado artesanal de la asociación Zuleta.

El capital sin financiamiento en cuanto a la asociación Zuleta es muy factible debido a que cuenta con una tasa de 1,60 en comparación a la tasa con financiamiento se puede analizar que como asociación acude al capital con financiamiento ya que no cuentan con la inversión estimada.

RESULTADO Y DISCUSIÓN

RESULTADO

3.6.3 Asociación FODA

Se realizó acerca un análisis FODA de la asociación Zuleta con el objetivo de conocer cuáles son las oportunidades y debilidades ante el producto artesanal.

Tabla 65 FODA de la Asociación Zuleta

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de bordados a mano• Diversidad de diseños• Los bordados conservan la herencia cultural de los antepasados• Bordados de calidad y original• Personal capacitado para la elaboración de productos	<ul style="list-style-type: none">• Publicidad en ferias nacionales e internacionales• Denominación del origen del producto• Apoyo de gobiernos para acceso a mercados internacionales aplicando los acuerdos comerciales.• Búsqueda de fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura de la asociación.• Interés de turistas por el producto
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento acerca de acuerdos comerciales con diversos países• Costos de materia prima importada y la dedicación de tiempo al producto• Falta de información acerca de la tecnología• Pérdida de práctica de saberes y tradiciones• Costos elevados del producto por ser hecho a mano	<ul style="list-style-type: none">• Productos sustitutos a bajos precios• Desaparición de los bordados por ventas bajas• Desconocimiento acerca de mercados internacionales• Influencia de culturas extranjeras• Falta de turismo en el sector por factores como pandemia, problemas sociales, entre otros

- No contar con transporte propio

Elaborado por: Nayla Chano

3.6.3.1 Foda cruzado de la Asociación Zuleta

3.6.3.1.1 Evaluación de factores internos

La siguiente matriz de evaluación se tomará en cuenta debido a que resume y evalúa las fortalezas y debilidades de los productos artesanales de la asociación Zuleta, dentro de esta se considera los siguientes datos.

El peso indicado en cada fortaleza y debilidades indica la importancia de cada factor para llevar a mercados internacionales los productos artesanales, por otro lado, también se verá lo que es la forma de calificación que va siendo desde 1-4 con las siguientes características, 4 una buena calificación y 1 como una mala.

Tabla 66 Matriz EFI

FACTORES INTERNOS (EFI)				
	FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Elaboración de bordados a mano	15%	3	0,45
2	Diversidad de diseños	5%	1	0,5
3	Los bordados conservan la herencia cultural de los antepasados	5%	2	0,10
4	Bordados de calidad y original	15%	3	0,45
5	Personal capacitado para la elaboración de productos	10	2	0,20
	DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO

	Desconocimiento acerca de			
1	acuerdos comerciales con diversos países	10%	2	0,20
	Costos de materia prima importada			
2	y la dedicación de tiempo al producto	10%	2	0,20
	Falta de información acerca de la			
3	tecnología y no contar con transporte propio	5%	1	0,5
	Perdida de practica de saberes y tradiciones			
4		15%	3	0,45
	Costos elevados del producto por			
5	ser realizadas a mano	10%	2	0,20
TOTAL				100%
				2,35

Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Se puede observar en el siguiente cuadro acerca de la evaluación que los bordados artesanales de la asociación Zuleta es muy importante debido a que esta es una herencia que conservan desde los ancestros como también esta tiene que ser conocido a nivel mundial por su calidad y no dejar que se pierda esta tradición ya que a la vez genera ingresos a varias mujeres por este tipo de medio.

3.6.3.1.2 Evaluación de factores externos

Esta matriz de factores externos permite evaluar los factores de oportunidades y amenazas que cuyo resultado será acerca del bordado artesanal de la asociación Zuleta.

Estas son calificadas del mismo modo que el factor interno: de 1 a 4 que sería 4 una buena calificación y 1 mala

Tabla 67 Matriz EFE

FACTORES EXTERNOS (EFE)				
	OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Publicidad en ferias nacionales e internacionales	15%	3	0,45
2	Denominación del origen del producto	15%	3	0,45
3	Apoyo de gobiernos para acceso a mercados internacionales aplicando los acuerdos comerciales.	10%	2	0,20
4	Búsqueda de fuentes de financiamiento para mejorar la infraestructura de la asociación.	5%	1	0,05
5	Interés de turistas por el producto	5%	1	0,05
	AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Productos sustitutos a bajos precios	15%	4	0,60
2	Desaparición de los bordados por ventas bajas	15%	3	0,45
3	Desconocimiento acerca de mercados internacionales	10%	2	0,20
4	Influencia de culturas extranjeras	5%	1	0,05
5	Falta de turismo en el sector por factores como pandemia, problemas sociales, entre otros	5%	1	0,05
	TOTAL	100%		2,55

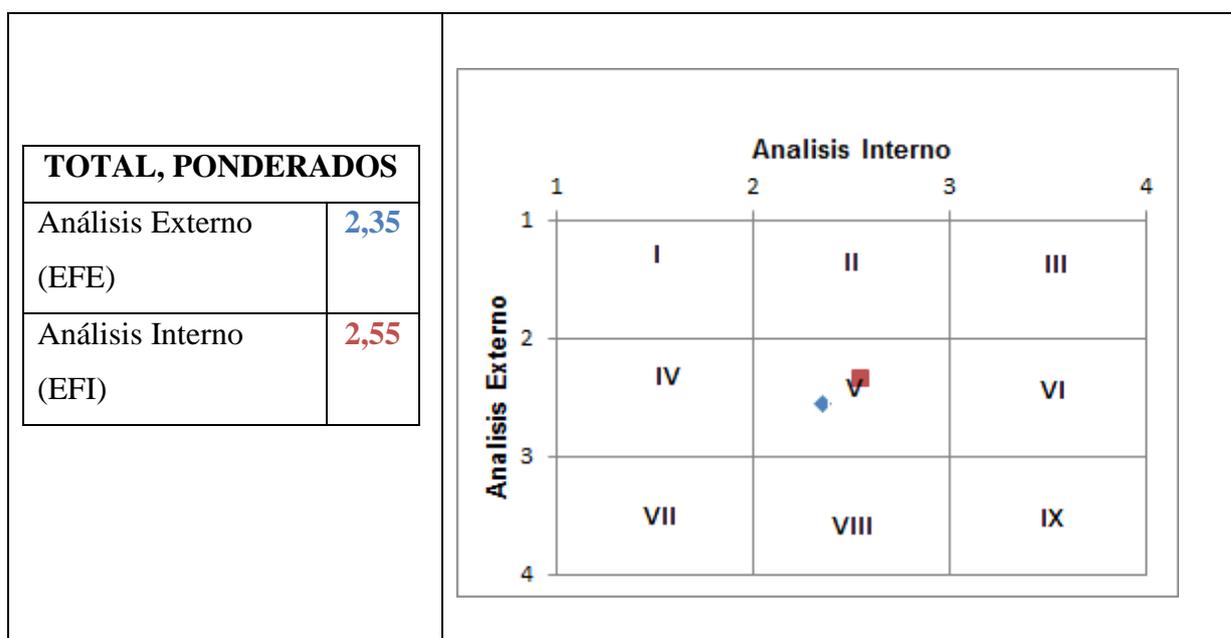
Elaborado por: Nayla Chano

Análisis

Según los datos obtenidos se puede mencionar que existen diversidad de productos extranjeros la cual podría a sustituir al producto de la asociación, actualmente existe una tecnología la cual esta apta para cualquier tipo de trabajo, en esta parte se desarrolla lo que es más el apoyo que necesita del parte del gobierno por ende negociar y tener alianzas con empresas en donde puedan ofertar el producto y así centrar en el mercado global con un producto de calidad.

3.6.3.1.3 Matriz resultante

Tabla 68 Matriz resultante del FODA



3.6.3.1.4 Matriz cuadrantes

Tabla 69 Matriz cuadrantes

ESTRATEGIAS	CELDA
Para crecer y construir.	I, II y IV
Para conservar y mantener.	III, V y VII
Para cosechar o enajenar.	VI, VIII y IX

Análisis

Según los datos obtenidos acerca de las matrices EFE y EFI la situación de la asociación Zuleta se ubica en la celda V en lo cual se establece las estrategias enfocadas en conservar y mantener tradiciones es importante para no perder la calidad del bordado artesanal ya que con esta se puede incrementar ventas por su calidad y belleza de los bordados.

DISCUSIÓN

La producción mundial de los bordados artesanales en los últimos año se destaca como un producto de moda , por lo cual, se ha realizado la investigación para medir el nivel de oportunidades de mercados óptimos para las camisas para hombres, dónde se pudo identificar que Alemania es uno de la países que posee mayor posibilidades en cuanto a la demanda de textiles, para ello se analizó una segmentación de la ciudad de Hamburgo, debido a que tiene un alto valor adquisitivo de los productos textilero, del mismo modo se sienten atraídos por productos de originalidad y calidad productos que provengan de otros países , tomando en cuenta con una población variada, es por eso necesario utilizar la denominación de orígenes en donde permite conocer la procedencia u originalidad del bordado que en este caso sería de Ecuador provincia de Imbabura.

Mediante el desarrollo de la investigación realizada se planteó tres objetivos específicos, los cuales tienen los siguientes resultados:

En el primer objetivo se estableció la fundamentación teórica de los procesos de comercialización de los bordados artesanales de la asociación Zuleta de la provincia de Imbabura hacia el mercado internacional en la cual se centró en describir y analizar las variables independiente “Oportunidades de mercados internacionales” y dependiente “fomento a las exportaciones” donde se encontró información acerca de la producción textil era en la provincia de Imbabura, siendo uno de los productos más apetecidos por los extranjeros a pesar de no ser tan conocidos a nivel internacional, se puede mencionar que el sector textil brinda una ventaja dentro de la asociación Zuleta ya que su producción es realizada por su originalidad y característica de su localidad.

Los resultados que se obtuvo dentro del marco teórico se ha tomado en cuenta como referencia: libros, tesis, noticias y artículos científicos “plan de exportación de prendas de vestir hacia el mercado español ” (2018) se ha destacado como una de las informaciones más importantes debido a que trata acerca de los bordados artesanales con exportación a mercados internacionales, por lo cual tiene relación con el tema en estudio y así poder fortalecer la presente investigación, de igual manera se ha realizado un estudio de mercado de los mercados potenciales en las cuales se encuentran: Alemania, Estados Unidos y Francia concluyendo que Alemania es el país más óptimo para la exportación de las camisas ya que existe más probabilidad de consumo de productos originales y de calidad a un buen precio.

Para la entrada al mercado meta se ha analizado los modos de ingreso por lo cual, Alemania al ser un país no tan exigente en cuanto a la moda, facilita a la asociación promocionar sus productos de calidad y original a buen precio, teniendo como un canal de comercialización directa con el mercado en el nivel medio en donde establece ventas en almacenes grandes, compras directas por correo y tiendas de moda que son de oportunidad para la asociación Zuleta y así poder comercializar a precios altos.

El Incoterms que se va a utilizar para el proceso de comercialización es el Exw debido a que la Asociación no tiene conocimiento ni experiencia acerca del proceso logístico, para evitar algún inconveniente o un problema se trabaja con este incoterm directa entrega en fabrica, por otro lado, los costos de Incoterms han sido analizados de manera unitaria, determinando el precio más óptimo para la comercialización de Camisas para Hombre, en donde se registró en visualizar los factores claves que brindan como: inversión, riesgo y control de cada proceso.

En el artículo realizado por Casanova y Cisneros es su artículo cuyo tema es” Hacia una estrategia de internacionalización de la economía ecuatoriana 2020-2030"menciona realizar estrategias de internacional de la economía ecuatoriana en sector externo e interno.

Dicho artículo trata de realizar estrategias en diversos sectores como ventaja se ha tomado en cuenta este artículo ya que la Asociación al ser un producto textil entraría para mejorar la economía potencializando las exportaciones con un producto artesanal.

En cuanto a las teorías del comercio internacional se evidencia que la ventaja competitiva de Michael Porter es la que más se caracteriza con el bordado artesanal ya que se centra en la

asociación Zuleta, que posee características originarias en sus productos, que puede ser denominado una diferenciación ante otros productos textiles.

En el segundo objetivo se establece la identificar mercados internacionales para el fomento a las exportaciones de los bordados artesanales mismo que se dio el cumplimiento a realizar el estudio de mercado empleando datos estadísticos extraídos desde diferentes plataformas como: Trademap, Cobus group, Estimador de Costos, Santander Trade, banco mundial y The world Factbook, permitiendo identificar datos de los siguientes países, Alemania, Estados Unidos y Francia, sin embargo también se procedió analizar los factores socio económicos, político y cultural, de cada país y así como también se realizó el análisis POAM de estos factores mencionados se concluyó que Alemania- ciudad de Hamburgo es el país y ciudad idónea para poder ingresar la Camisa para hombre.

El tercer objetivo es desarrollar un estudio de factibilidad para el fomento de las exportaciones de los bordados artesanales de la Asociación Zuleta, se da el cumplimiento mediante el análisis técnico en la asociación donde se incluyen características externas e internas que cuenta, además de analizar la situación actual, se realizó una matriz FODA de las fortalezas y debilidades que puede contar. Estos resultados coinciden con la investigación y entrevistas realizadas al presidente de la Asociación Zuleta el Señor Jaime Sarzosa.

Por otra parte, se identificó que para la producción de las camisas para hombre se utiliza maquinarias especializadas para realizar la respectiva producción como: máquina de etiquetas, corte de tela, máquina de coser y planchado, por otra parte, intervienen también los gastos de operación de personas especializadas para la debida movilización del bordado y así también cumplir con los tramites actualizados para poder ser exportador.

Se analizó que la oferta exportable con la que cuenta la asociación es de 3000 kilogramos y producción de 13440 unidades anuales, con presentación unitaria y diseños actualizados que caracterizan a la mujer indígena, la estrategia de la Asociación es contar con un producto de calidad y originalidad, además se estableció el precio referencial en Alemania en este caso de 103,21 USD.

Finalmente, en el estudio económico, se evidencia la factibilidad que tiene el proyecto ya que se realizó el análisis de costos variables y fijos que cuya inversión inicial es de 184316,65 USD, con financiamiento 73726,66 de a un plazo de 5 años y una tasa de retorno del 34%.

V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

A base de fuentes secundarias y primarias se pudo recolectar la conceptualización de las variables del presente trabajo de investigación con la finalidad de comprender y analizar las oportunidades de mercados internacionales para los productos artesanales de la asociación Zuleta ubicada en la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones, en donde se determinó que es una de las organizaciones que benefician a las familias de bajos recursos ,además, de ser una representación indígena de la parroquia la esperanza y todos sus alrededores de la provincia de Imbabura, obtuvieron un aval de producción en bordados artesanales, por lo tanto, el estudio para determinar oportunidades de mercados internacionales para la exportación de Camisas para hombres dio como resultado Alemania ciudad de Hamburgo, que fue el país y ciudad más óptimo.

La Asociación Zuleta cuenta con una capacidad productiva de 13440 unidades anuales de los cuales se quiere realizar la venta internacional de 3000 kilogramos de Camisas para Hombres, con el respectivo estudio de mercado Alemania resultó con un potencial económico alto y bueno que es beneficioso para la Asociación, para el cual el precio referencial del kilogramo del bordado artesanal es de 103,21 USD y para la comercialización en Alemania de manera internacional es de un precio estima de 109,86 USD siendo un valor inferior al costo de producción del bordado artesanal de la asociación Zuleta , esto significa que entra en una competitividad internacional de bordados a mano, por otro lado, la asociación cuenta con un producto de características de originalidad y calidad que permite ser comercializado en grandes almacenes.

Mediante la aplicación de las entrevistas realizadas dirigidas al presidente de la Asociación el señor Jaime Sarzosa y a los demás artesanos se logró determinar características importantes para la investigación, datos actuales de la producción y la estabilidad como asociación, procesos y preparación de los artesanos.

En el estudio económico, se determinó el costo de producción por unidad de las Camisas para hombres, que corresponde a 61,07 USD y con una utilidad del 1,69 % el precio de venta se sitúa en 103,21 USD.

En cuanto al desarrollo de la investigación se determinó que la asociación se encuentra en posibilidades de producir cierta cantidad de bordado, tras el estudio financiero y análisis económico los indicadores de TIR y VAN se llegó a la conclusión que sin financiamiento el proyecto posee viabilidad para poder desarrollarlo, beneficiando directamente a la asociación.

El análisis FODA reflejo datos acerca de la asociación teniendo como aspectos positivos y negativos que benefician a la microempresa, ya que, presenta ventajas en la presentación y actualización de diseños y colores con su originalidad ante otras competencias, sin embargo, también no cuentan con condiciones óptimas para exportar ,ya que, por su inexperiencia y no tener maquinas adecuadas para la elaboración no cuentan con un valor exacto para producir los productos, para ello se empleó un estudio financiero que permite determinar si el proyecto es factible o no.

5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar más investigaciones acerca del bordado artesanal, ya que, es un producto llamativo en diferentes mercados internacionales generando así beneficios a la economía del país y el desarrollo de la provincia.

La Asociación Zuleta debe aprovechar todas sus oportunidades debido a que es una microempresa líder en cuanto a la producción de bordados a mano que hace que sea características irreconocibles de la localidad

Los factores importantes son las capacidades productivas de la Asociación, trabajo en equipo y el desarrollo de todos sus pedidos que se permita realizar una exportación, lo cual permitirá crecer en el ámbito nacional e internacional ejerciendo su producción de Camisas para hombres.

Para el ingreso a mercados internacionales que la asociación debe participar en foros y ferias internacionales con el objetivo de promocionar los productos existentes y más los productos de exportación.

El estado debe impulsar a través de los organismos correspondientes la colaboración de proyectos enfocados en la internacionalización y la oferta exportable de los productos textiles.

Se recomienda que la asociación Zuleta actualice su página web y redes sociales con el objetivo de brindar más información acerca de los productos que ofrece, además es importante invertir en la publicidad para atraer más cliente en el ámbito nacional e internacional.

Se recomienda trascender los estudios necesarios del bordado artesanal para que no se pierda la tradición, y así seguir actualizando año tras año nuevas informaciones que pueden ampliar el conocimiento.

IV REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

E. d. (2021). *Estados Unidos: tratados de libre comercio*. Recuperado de Estados Unidos: tratados de libre comercio: [http://www.reingex.com/Estados-Unidos-TLC.shtml#:~:text=Los%20Estados%20Unidos%20tienen%20Tratados,Europea%20\(UE\)...](http://www.reingex.com/Estados-Unidos-TLC.shtml#:~:text=Los%20Estados%20Unidos%20tienen%20Tratados,Europea%20(UE)...)

AITE. (12 de 07 de 2010). *Ecuador y los acuerdos Comerciales*. Recuperado de Ecuador y los acuerdos Comerciales: <https://www.aite.com.ec/boletines/2010/ecuador-acuerdos-comerciales.pdf>

Albán, F. (27 de 04 de 2018). *LaHora. Zuleta, el poblado de los bordados y los artesanos, se desenvuelve en medio de una mágica naturaleza*, págs. <https://lahora.com.ec/noticia/1102152633/zuleta-el-poblado-de-los-bordados-y-los-artesanos-se-desenvuelve-en-medio-de-una-magica-naturaleza>.

ARGENTINA, M. (S.F). *Etiquetas Culturales y Negocios Estados Unidos*. Recuperado de Etiquetas Culturales y de Negocios: Estados Unidos: <https://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/estados-unidos-etiqueta-cultural-y-de-negocios/>

Avendaño, T. (02 de 05 de 2018). *Pakistán y la India, Bordados a mano*. Recuperado de Pakistán y la India, Bordados a mano: <https://www.itfashion.com/moda/pakistan-y-la-india-bordados-a-mano/>

BENÍTEZ, D. N. (2013). *“Plan de exportación de camisas bordadas a mano”*. Recuperado de “Plan de Exportación de Camisas bordadas a mano: <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1028/1/Diana%20Vallejo%20Tesis%20de%20grado.pdf>

Bosques, G. (2020). *Ficha técnica Pakistán*. Recuperado de Ficha Técnica Pakistán: https://centrogilbertbosques.senado.gob.mx/docs/F_Pakistan.pdf

Cabascango, C. (01 de 2018). *Plan de exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina, hacia el mercado español*. Recuperado de Plan de exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina, hacia el mercado español: <https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/85/1/Plan%20de%20Exportación%20Sisa%20Pakarina.pdf>

Cabello, A. (16 de 04 de 2016). *Organización Mundial de Comercio (OMC)*. Recuperado de Organización Mundial de Comercio (OMC): <https://economipedia.com/definiciones/organizacion-mundial-comercio-omc.html>

Ceniceros, C. &. (2020). *Hacia una estrategia de internacionalización*. ECOCIENCIA, 23.

CESCE. (2020). *Diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales Kenia*. Recuperado de Diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales Kenia: <https://www.cesce.es/es/riesgo-pais>

CESCE. (2020). *Evaluación de riesgo país Estados Unidos*. Recuperado de evaluación de riesgo país Estados Unidos: <https://www.cesce.es/es/-/riesgo-pais/riesgo-pais-estados-unidos>

CESCE. (2020). *Evaluación de riesgo país Pakistán*. Recuperado de evaluación de riesgo país Pakistán: <https://www.cesce.es/es/-/riesgo-pais/riesgo-pais-pakistan>

CESCE. (2021). *Diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales*. Recuperado de Diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales: <https://www.cesce.es/es/riesgo-pais>

CEUPE. (03 de 2021). *¿Cómo negociar en Asia Central: ¿India, Pakistán y Sri Lanka?* Recuperado de ¿Cómo negociar en Asia Central: India, Pakistán y Sri Lanka?: <https://www.ceupe.com/blog/como-negociar-en-asia-central-india-pakistan-y-sri-lanka.html>

Chuga, K. (2015). *“Estudio de mercados alternativos para bordados artesanales y los mecanismos de comercialización que genera oportunidades comerciales para la Provincia de Imbabura*. Recuperado de “Estudio de mercados alternativos para bordados artesanales y los mecanismos de comercialización que genera oportunidades comerciales para la Provincia de Imbabura:

<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/398/1/320%20Estudio%20de%20mercados%20alternativos%20para%20bordados%20artesanales%20y%20los%20mecanismos%20de%20comercialización%20que%20genera%20oportunidades%20comerciales%20en%20la%20Provincia%20de%20>

Commons, C. (S.F). *Pakistán-Cultura y Sociedad*. Recuperado de Pakistán-Cultura y Sociedad: <https://preguntaz.com/article/pakistan/cultura-y-sociedad#mas-informacion>

DAPMDER. (S.F). *Estudio de oportunidades comerciales para Ecuador en países de Europa y Asia Central: Ucrania, Kazajstán y Azerbaiyan*. Recuperado de Estudio de oportunidades comerciales para Ecuador en países de Europa y Asia Central: Ucrania, Kazajstán y Azerbaiyan.

Datosmacro.com. (2019). *Pakistán - Piramide de población*. Recuperado de Pakistán - Piramide de población: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/pakistan#:~:text=Las%20principales%20características%20de%20la,ranking%20de%20esperanza%20de%20vida.>

Debitoor. (S.F). *Cómo hacer un estudio de mercado*. Recuperado de Cómo hacer un estudio de mercado: <https://debitoor.es/guia-pequenas-empresas/marketing/como-hacer-un-estudio-de-mercado>

DelSol. (2022). *Balanza comercial*. Recuperado de Balanza comercial: <https://www.sdelsol.com/glosario/balanza-comercial/>

Díaz, W. (06 de 2019). *Fotografía publicitaria como mecanismo para promover el uso de ropa*. Recuperado de fotografía publicitaria como mecanismo para promover el uso de ropa bordada: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/9317/2/05%20FECYT%203513%20TRAB-AJO%20GRADO.pdf>

DIPLOMÁTICA, I. (2020). *Ficha país Ucrania*. Recuperado de ficha país ucrania: http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/ucrania_ficha%20pais.pdf

Distancia, C. (S.F). *Distancia de Ecuador a Estados-Unidos*. Recuperado de Distancia de Ecuador a Estados-Unidos: <https://es.distance.to/Ecuador/Estados-Unidos>

Domecq, P. (2019). *Productos artesanales*. Recuperado de Productos artesanales: <https://jamonesjuanpedrodomecq.com/es/productos-artesanales/>

Ecuador, B. C. (04 de 2021). *Evolución de la Balanza Comercial Ecuador*. Recuperado de Evolución de la Balanza Comercial Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebca202106.pdf>

Ecuador, S. N. (2017). *¿Qué es una Exportación?* Recuperado de ¿Qué es una Exportación?: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Ecured. (S.F). *Karachi (Pakistán)*. Recuperado de Karachi (Pakistán): [https://www.ecured.cu/Karachi_\(Pakistán\)](https://www.ecured.cu/Karachi_(Pakistán))

Escola, J. (2018). *Fomento y promoción de exportaciones*. Recuperado de Fomento y promoción de exportaciones: https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/fomento-y-promocion-de-exportaciones?xg_raw_resources=1

España, O. E. (04 de 2016). *Guía de país Ucrania*. Recuperado de guía de país ucrania: http://www.iberglobal.com/files/2016-2/ucrania_gp.pdf

Exterior, C. d. (2022). *Fomento y promoción de exportaciones*. Recuperado de Fomento y promoción de exportaciones: https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/fomento-y-promocion-de-exportaciones?xg_raw_resources=1

Exteriores, S. d. (S.F). *Organización Mundial del Comercio*. Recuperado de Organización Mundial del Comercio: <https://www.subrei.gob.cl/organismos-multilaterales/omc-organizacion-mundial-de-comercio>

FACTBOOK, T. W. (25 de 02 de 2021). *Explore All Countries Ecuador*. Recuperado de Explore All Countries Ecuador: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/ecuador/#economy>

Galán, J. S. (2022). *Acuerdo comercial*. Recuperado de Acuerdo comercial: <https://economipedia.com/definiciones/acuerdo-comercial.html>

García, I. (9 de 11 de 2017). *Definición de Internacionalización*. Recuperado de Definición de Internacionalización: <https://www.economiasimple.net/glosario/internacionalizacion>

GoRaymi. (2018). *El auténtico bordado a mano lo encuentra en Zuleta*. Recuperado de El auténtico bordado a mano lo encuentra en Zuleta.: <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/ibarra/artesanales/comuna-zuleta-a7o91icat>

GoRaymi. (S.F). *Bordadoras artesanales de Zuleta*. Recuperado de Bordadoras artesanales de Zuleta: <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/ibarra/gestores-productivos/bordadoras-artesanales-zuleta-as2yc7e75>

ICEX. (2020). *Aranceles y otros pagos en frontera. Regímenes económicos aduaneros*. Recuperado de Aranceles y otros pagos en frontera. Regímenes económicos aduaneros: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=KE>

ICEX. (2020). *Cuadro de Datos básicos del país Pakistán*. Recuperado de Cuadro de Datos básicos del país Pakistán: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/marco-geografico/index.html?idPais=UA>

ICEX. (2020). *Fondo Europeo de Desarrollo Regional*. Recuperado de Fondo Europeo de Desarrollo Regional: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=PK>

ICEX. (2020). *Kenia preparada para ratificar y liderar el Tratado de Libre Comercio Africano*. Recuperado de Kenia preparada para ratificar y liderar el Tratado de Libre Comercio Africano: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2018784926.html?idPais=KE>

ICEX. (2020). *Mercado de Pakistán*. Recuperado de Mercado de Pakistán: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=PK>

ICEX. (2020). *Régimen arancelario y reglamentación*. Recuperado de régimen arancelario y reglamentación: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=KE>

ICEX. (2020). *Régimen arancelario y reglamentación ucrania*. Recuperado de régimen arancelario y reglamentación ucrania: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=UA#3>

ICEX. (2020). *Resumen del marco geográfico y demográfico Kenia*. Recuperado de Resumen del marco geográfico y demográfico Kenia: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/marco-geografico/index.html?idPais=KE>

ICEX. (2021). *Chile*. Recuperado de Chile: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/demanda-y-coyuntura/index.html?idPais=CL>

ICEX. (2021). *Régimen arancelario y reglamentación*. Recuperado de régimen arancelario y reglamentación: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=CL#3>

ICEX. (2021). *Régimen arancelario y reglamentación-Pakistán*. Recuperado de régimen arancelario y reglamentación-Pakistán: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=PK#>

ICEX. (S.F). *Fondo Europeo de Desarrollo Regional*. Recuperado de Fondo Europeo de Desarrollo Regional: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=PK#>

servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=PK

ICEX. (S.F). *Restricciones en Panamá*. Recuperado de restricciones en Panamá: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/marco-geografico/index.html?idPais=PA>

IndexMundi. (2019). *Distribución por edad de Chile*. Recuperado de Distribución por edad de Chile: https://www.indexmundi.com/es/chile/distribucion_por_edad.html

Indexmundi. (2019). *Distribución por edad de Kenia*. Recuperado de Distribución por edad de Kenia: https://www.indexmundi.com/es/kenia/distribucion_por_edad.html

INEN. (2015). *Envases flexibles retortables*. requisitos. Recuperado de envases flexibles retortables. requisitos: <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/n-te-inen-2883.pdf>

Internacionales, R. E. (S.F). *Organismos Multilaterales*. Recuperado de Organismos Multilaterales: <https://www.subrei.gob.cl/organismos-multilaterales/aladi-asociacion-latinoamericana-de-integracion/chile-y-aladi>

LaHora. (27 de 04 de 2018). *Zuleta, el poblado de los bordados y los artesanos, se desenvuelve en medio de una mágica naturaleza*. Recuperado de Zuleta, el poblado de los bordados y los artesanos, se desenvuelve en medio de una mágica naturaleza: <https://lahora.com.ec/noticia/1102152633/zuleta-el-poblado-de-los-bordados-y-los-artesanos-se-desenvuelve-en-medio-de-una-magica-naturaleza>

Marisol Massiel Miranda Torres, R. M. (2016). *Estrategias competitivas en las organizaciones*. Revista: Caribeña de Ciencias Sociales.

MESA, V. (2013). *Plan de negocios para la exportación de bordados*. Recuperado de plan de negocios para la exportación de bordados: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8263/1/51512_1.pdf

Moreno, F. (2003). *Beneficios y desafíos para Chile y los acuerdos de libre comercio con la Unión Europea y Estados Unidos*. Recuperado de beneficios y desafíos para Chile y los acuerdos de libre comercio con la Unión Europea y Estados Unidos: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108229/saldivia_f.pdf?sequence=3&isAllowed=y

MUNDIAL, B. (2019). *Población entre 0 y 14 años, total - Panamá*. Recuperado de Población entre 0 y 14 años de edad, total - Panama: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.0014.TO?locations=UA>

MUNDIAL, B. (2019). *Población entre 0 y 14 años, total - Ukraine*. Recuperado de Población entre 0 y 14 años de edad, total - Ukraine: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.0014.TO?locations=UA>

Navarro, S. (S.F). *La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades*. Recuperado de la artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades: https://www.academia.edu/37214849/la_artesanía_como_industria_cultural_desafíos_y_oportunidades

Negocios, C. d. (2010). *Fomento a la producción y las exportaciones*. Recuperado de Fomento a la producción y las exportaciones: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/fomento-a-la-produccion-y-las-exportaciones>

OMC. (2021). *Acuerdos comerciales regionales*. Recuperado de Acuerdos comerciales regionales: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/region_areagroup_s.htm

Panamá, A. e. (2018). *Actividades económicas de Panamá*. Recuperado de Actividades económicas de Panamá: <https://www.actividadeseconomicas.org/2017/07/actividades-economicas-de-panama.html>

Paz, I. (2004). *Negociación: competencia gerencial por antonomasia*. Revista EIA. Recuperado de negociación: competencia gerencial por antonomasia.

Plandemercadotecnia. (S.F). *Oportunidad de mercado*. Recuperado de oportunidad de mercado.: <https://cursos.aiu.edu/diplomados/administracion%20y%20mkt/plan%20de%20mercadotecnia/leccion%205/word/plandemercadotecnia5.pdf>

PROCOMER. (2009). *Información del país Panamá*. Recuperado de Información del país Panamá: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Panama.pdf>

Rosales, L. (2016). *Catelina, la marca que innova el bordado*. Recuperado de Catelina, la marca que innova el bordado: <https://www.revistalideres.ec/lideres/catelina-marca-bordado-tejido-prendas.html>

Seguros, O. (2017). *Por qué son importantes las exportaciones para Ecuador*. Recuperado de Por qué son importantes las exportaciones para Ecuador: <https://negocios.orienteseguros.com/exportaciones-en-ecuador/>

SENAE. (2017). *Proceso de Exportación*. Recuperado de Proceso de Exportación: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Significados. (2022). *Significado de Asociación*. Recuperado de Significado de Asociación: <https://www.significados.com/asociacion/>

SRI. (S.F). *Registro único de contribuyentes*. Recuperado de registro único de contribuyentes: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

TUTILLO, G. (2014). *Registro y aproximación al proceso evolutivo de los bordados de la comuna Zuleta, a partir de la creación del taller de bordado hasta la actualidad*. Recuperado de registro y aproximación al proceso evolutivo de los bordados de la comuna Zuleta, a partir de la creación del taller de bordado hasta la actualidad: <https://docplayer.es/amp/30606725-registro-y-aproximacion-al-proceso-evolutivo-de-los-bordados-de-la-comuna-zuleta-a-partir-de-la-creacion-del-taller-de-bordado-hasta-la-actualidad.html>

UNCTAD. (2004). *El Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC)*. Recuperado de el sistema global de preferencias comerciales (sgpc): https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditcmisc200410_sp.pdf

Vásquez, L. (S.F). *Demanda Insatisfecha*. Recuperado de Demanda Insatisfecha: <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

VisitChile. (S.F). *Sobre Chile*. Recuperado de sobre Chile: <https://www.visitchile.com/es/guias-chile/guia-de-viaje/sobre-chile.htm>

Yepes, N. (2018). *La internacionalización: un acercamiento al crecimiento empresarial*. JSR Funlam J. Students' Res, 15.

Zuleta, H. (2018). *Historia*. Recuperado de Historia: <https://zuleta.com/es/historia/>

Hernandez, S. (2017) *Metodología de la investigación*. Mexico:McGrawHillEducation, sexta edición.

International Trade Center Trademao (2020) *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas/ Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales*. Recuperado de Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc: https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c6105%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Datosmacro (S.F); *Gasto Público*: <https://datosmacro.expansion.com/estado/gasto/alemania>

V. ANEXOS

Anexo 1: Formato de entrevista



**UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI**
**FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL**



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	
32-39	
Más de 40	

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	
Bachillerato	
Superior	
Otros	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	
\$ 151-\$ 200	
Más de \$ 200	

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	
14-16 años	
18 en adelante	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	
Días festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	
2 a 3 horas	
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	
Más de 150	

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	
Blusas	
Servilletas	
Otros	

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre	
Febrero	Junio	Octubre	
Marzo	Julio	Noviembre	
Abril	Agosto	Diciembre	

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	
Consumidor final	

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	
Población	
Tradición	
Otros	

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	
No	

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	
No	

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	
No	

¡Gracias por su colaboración!

Firma.....

Cedula.....



ORGANIZACIÓN COMUNITARIA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL DE MUJERES DE BORDADOS
ZULETA

Zuleta, 11 de Febrero de 2018

Sra.

Mayra Charro

ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI

Presente.

De nuestras consideraciones:

A nombre de quienes conformamos la Organización Comunitaria de Producción Artesanal
de Mujeres de Bordados Zuleta, reciba un cordial saludo.

El motivo de la presente es hacerle conocer la aceptación de su pedido para recopilar
información de su tema de tesis en la organización, la misma que es confidencial y esperamos
sea utilizada para aspectos netamente académicos.

De antemano deseamos mucho éxito en su trabajo de tesis y por ende en su incorporación la
misma que será la recompensa de todo su esfuerzo

Atentamente,

Sr. Jaime Sarzosa
Representante Legal

Sra. Magali Casa
Secretaria

Anexo 3: Encuesta 1



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL.



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado

Fecha de aplicación de la encuesta 25/05/2018

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	
32-40	
Más de 40	✓

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	✓

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	
14-16 años	✓
18 en adelante	

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	✓
Bachillerato	
Superior	
Otros	

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	
\$ 151-\$ 200	
Más de \$ 200	✓

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	✓
Días festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	✓
2 a 3 horas	
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Cuando tengo tiempo

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	<input checked="" type="checkbox"/>
Más de 150	

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>
Blusas	<input checked="" type="checkbox"/>
Servilletas	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre	
Febrero <input checked="" type="checkbox"/>	Junio	Octubre	
Marzo	Julio	Noviembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Abril	Agosto	Diciembre	

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	
Tradición	
Otros	

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	
No	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

¡Gracias por su colaboración!

Firma..... *Georgette Alvarado*

Cedula..... *100-102924-6*



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	X
32-39	
Más de 40	

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	X
Bachillerato	
Superior	
Otros	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	X

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	X
\$ 151-\$ 200	
Más de \$ 200	

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	X
14-16 años	
18 en adelante	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	X
Dias festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	
2 a 3 horas	X
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	<input checked="" type="checkbox"/>
\$ 101- \$ 150	<input type="checkbox"/>
Más de 150	<input type="checkbox"/>

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>
Blusas	<input type="checkbox"/>
Servilletas	<input type="checkbox"/>
Otros	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre	<input type="checkbox"/>
Febrero	Junio	Octubre	<input type="checkbox"/>
Marzo	Julio	Noviembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Abril	Agosto	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	<input type="checkbox"/>
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	<input type="checkbox"/>
Tradición	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¡Gracias por su colaboración!

Firma.....

Cedula.....



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	X
32-39	
Más de 40	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	X

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	
14-16 años	✓
18 en adelante	

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	X
Bachillerato	
Superior	
Otros	

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	X
\$ 151-\$ 200	
Más de \$ 200	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	X
Días festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	
2 a 3 horas	X
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	
Más de 150	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	
Blusas	<input checked="" type="checkbox"/>
Scrivilletas	
Otros	

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	<input checked="" type="checkbox"/>	Septiembre	
Febrero	Junio		Octubre	
Marzo	Julio		Noviembre	
Abril	Agosto		Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	
Tradicion	
Otros	

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

¡Gracias por su colaboración!

Firma..... *[Firma]*

Cedula..... *10012197-1*

Anexo 6: Encuesta 4



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL



COMERCIO EXTERIOR
Universidad Politécnica Estatal del Carchi

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado *Ramelo Saizosa*

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	X
32-39	
Más de 40	

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	
Bachillerato	
Superior	X
Otros	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	X

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	
\$ 151-\$ 200	X
Más de \$ 200	

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	X
11- 14 años	
14- 16 años	
18 en adelante	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	X
Días festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	X
2 a 3 horas	
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	<input checked="" type="checkbox"/>
\$ 101- \$ 150	<input type="checkbox"/>
Más de 150	<input type="checkbox"/>

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>
Blusas	<input checked="" type="checkbox"/>
Servilletas	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre	
Febrero	Junio	Octubre	
Marzo	Julio	Noviembre	
Abril	<input checked="" type="checkbox"/> Agosto	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	<input type="checkbox"/>
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	<input type="checkbox"/>
Tradición	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¡Gracias por su colaboración!

Firma..... *[Firma manuscrita]*

Cedula..... *1003337555*



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL.



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetiva: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado *Eliana Chiriguano*

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	
32-39	X
Más de 40	

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	
Bachillerato	
Superior	X
Otros	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	X

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	X
\$ 151-\$ 200	
Más de \$ 200	

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	
14-16 años	X
18 en adelante	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	X
Días festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	
2 a 3 horas	
3 a 5 horas	X
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	
Más de 150	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>
Blusas	<input checked="" type="checkbox"/>
Servilletas	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre
Febrero	Junio	Octubre
Marzo	Julio	Noviembre
Abril	Agosto	Diciembre

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	
Tradicón	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

¡Gracias por su colaboración!

Firma.....*Elvira Chicón*.....

Cedula.....10321855.....



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL.

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado *Magali Cordero*

Fecha de aplicación de la encuesta *22 de Mayo*

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	<input type="checkbox"/>
23-31	<input type="checkbox"/>
32-39	<input type="checkbox"/>
Más de 40	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	<input type="checkbox"/>
Bachillerato	<input type="checkbox"/>
Superior	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Pregunta 2.- Genero

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	<input type="checkbox"/>
\$ 101- \$ 150	<input type="checkbox"/>
\$ 151-\$ 200	<input checked="" type="checkbox"/>
Más de \$ 200	<input type="checkbox"/>

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	<input type="checkbox"/>
11- 14 años	<input type="checkbox"/>
14-16 años	<input checked="" type="checkbox"/>
18 en adelante	<input type="checkbox"/>

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	<input type="checkbox"/>
De lunes a viernes	<input checked="" type="checkbox"/>
Días festivos	<input type="checkbox"/>

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	<input type="checkbox"/>
2 a 3 horas	<input type="checkbox"/>
3 a 5 horas	<input type="checkbox"/>
Mas de 6 horas	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	<input type="checkbox"/>
\$ 101- \$ 150	<input type="checkbox"/>
Más de 150	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input type="checkbox"/>
Blusas	<input checked="" type="checkbox"/>
Servilletas	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	<input checked="" type="checkbox"/>	Mayo	<input checked="" type="checkbox"/>	Septiembre	<input type="checkbox"/>
Febrero	<input type="checkbox"/>	Junio	<input checked="" type="checkbox"/>	Octubre	<input type="checkbox"/>
Marzo	<input type="checkbox"/>	Julio	<input checked="" type="checkbox"/>	Noviembre	<input type="checkbox"/>
Abril	<input checked="" type="checkbox"/>	Agosto	<input checked="" type="checkbox"/>	Diciembre	<input type="checkbox"/>

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	<input type="checkbox"/>
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input type="checkbox"/>
Población	<input type="checkbox"/>
Tradición	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¡Gracias por su colaboración!

Firma..... RUCP
 Cedula..... 100229323-1

Anexo 9: Encuesta 7



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado Telmo Abaño

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	
32-40	
Más de 40	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	<input checked="" type="checkbox"/>
Bachillerato	
Superior	
Otros	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	<input checked="" type="checkbox"/>
\$ 101- \$ 150	
\$ 151-\$ 200	
Más de \$ 200	

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	<input checked="" type="checkbox"/>
14-16 años	
18 en adelante	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	<input checked="" type="checkbox"/>
Dias festivos	

Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	<input checked="" type="checkbox"/>
2 a 3 horas	
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	<input checked="" type="checkbox"/>
Más de 150	

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>
Blusas	
Servilletas	
Otros	

Tecidos

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre	
Febrero	Junio	Octubre	
Marzo	Julio	Noviembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Abril	Agosto	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	
Tradicón	
Otros	

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	
No	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

¡Gracias por su colaboración!

Firma.....*Yessica A. Pérez*.....

Cedula.....*1008652935*.....

Anexo 10: Encuesta 8



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL
DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO
INTERNACIONAL, INTEGRACION
ADMINISTRACION Y ECONOMIA
EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a los artesanos (as)

Objetivo: obtener información primaria que aporte a la investigación cuyo tema es "Oportunidad de mercados internacionales para los productos artesanales de la Asociación Zuleta de la provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones"

Nombre del encuestado *Tereso Abaón*

Fecha de aplicación de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicada a los asociados de la Asociación Zuleta

Pregunta 1.- Rango de edad

14-22	
23-31	
32-39	
Más de 40	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 4.- Nivel de educación

Primaria	<input checked="" type="checkbox"/>
Bachillerato	
Superior	
Otros	

Pregunta 2.- Genero

Masculino	
Femenino	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 5.- ¿Cual niveles de ingreso que percibe?

Menos de \$100	<input checked="" type="checkbox"/>
\$ 101- \$ 150	
\$ 151- \$ 200	
Más de \$ 200	

Pregunta 3.- ¿A qué edad empezó a bordar?

10- 12 años	
11- 14 años	<input checked="" type="checkbox"/>
14-16 años	
18 en adelante	

Pregunta 6.- ¿Qué días son las que más bordan?

Fines de semana	
De lunes a viernes	<input checked="" type="checkbox"/>
Días festivos	

Más de 6 horas
Pregunta 7.- Que tiempo se dedican al bordado diario

Menos de 2 horas	<input checked="" type="checkbox"/>
2 a 3 horas	
3 a 5 horas	
Mas de 6 horas	

Pregunta 8.- ¿Cuánto invierte en el bordado?

Menos de \$100	
\$ 101- \$ 150	<input checked="" type="checkbox"/>
Más de 150	

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de variedad de bordados es la que más realizan?

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>
Blusas	
Servilletas	
Otros	

Teleros

Pregunta 10.- ¿En qué mes se vende más los bordados?

Enero	Mayo	Septiembre	
Febrero	Junio	Octubre	
Marzo	Julio	Noviembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Abril	Agosto	Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 11.- ¿A quien vende más el bordado?

Intermediarios	
Consumidor final	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 12.- ¿En que son inspirados sus bordados?

Naturaleza	<input checked="" type="checkbox"/>
Población	
Tradicción	
Otros	

Pregunta 13.- ¿Existe otra asociación que realiza la competencia?

Si	
No	<input checked="" type="checkbox"/>

Pregunta 14.- ¿Los diseños son creados por ustedes mismo?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

Pregunta 15.- ¿Se siente feliz con su trabajo que realiza?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	

¡Gracias por su colaboración!

Firma Yessica A. P. S.

Cedula 1100633933







