



# UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

## **Análisis de Mercado para el Plan de Exportación de Muñecas de Trapo Ecuatorianas, Elaboradas a Mano, para el Mercado Italiano**

Trabajo de titulación presentado por la conformidad a los requisitos  
Establecidos para obtener el título de  
Licenciada en Negocios Internacionales

Profesor Guía:  
Ing. Johanna Pinargote

**AUTORA:**  
**CRISTINA YEROVI ÁVILA**

2011

### **DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para el adecuado desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Johanna Pinargote

Ingeniera

C.I.: 130864567-8

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Cristina Yerovi  
C.I.: 171528704-9

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de realizar este trabajo. A mi Mami y Nãña por estar a mi lado siempre dándome fuerzas y apoyo para seguir adelante. A mis abuelitos por sus consejos y nunca dejarme sola. A mi novio por el amor incondicional que siempre me ha dado y el ánimo para nunca decaer. Por último, pero no por ello menos importante, a todos y cada uno de mis amigos que de una u otra forma me ayudaron y apoyaron.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación les dedico a dos personas muy especiales en mi vida. A mi mami porque gracias a ella pude hacer este trabajo, su habilidad y toda la ayuda que siempre me entregó, lograron que esta investigación se dé. A mi abuelito porque desde pequeña ha estado a mi lado, aconsejándome, ayudándome y cuidándome y nunca permitió que decaiga. Los dos han estado ahí dándome ánimos para culminar una etapa muy importante de mi vida.

## RESUMEN EJECUTIVO

En este trabajo de titulación se ha realizado un análisis de mercado para un plan de exportación de muñecas de trapo ecuatorianas elaboradas a mano al mercado Italiano. En primer lugar se realizó una descripción e investigación en detalle del producto a exportar a través de diversas entrevistas a una profesora de manualidades. Se analizaron las diferentes ventajas que mantienen las muñecas de trapo y se las comparó con los productos que las podrían sustituir. De igual manera se hizo una investigación de los diferentes factores que benefician y perjudican a la industria a la que las muñecas de trapo elaboradas a mano pertenecen, obteniendo diferentes resultados, tanto positivos como negativos. Con respecto a las artesanías ecuatorianas, dentro de ellas las muñecas de trapo, se observó, a través de metodología deductiva, que las exportaciones a los diferentes países del mundo y especialmente al mercado europeo, año tras año han ido aumentando. Para cumplir con el objetivo principal de este trabajo de titulación de realizar un análisis del mercado italiano, se investigaron temas como los diferentes factores de Italia, factores económicos, políticos, legales, tecnológicos, entre otros, los mismos que ayudaron a definir si es atractivo o no el mercado escogido. Con la ayuda de datos estadísticos, se analizaron los países que son la competencia de las muñecas de trapo importadas por Italia. Se analizaron los diferentes medios por los que dicho país adquiere la variedad de artesanías, tanto del propio país como las extranjera. En este mismo análisis se investigaron los gustos y preferencias de la sociedad italiana para de esta manera obtener el segmento de mercado al cual dirigirse. Se investigaron los diferentes tratados comerciales que el Ecuador tiene con el continente europeo para así determinar los beneficios que existen para la diversidad de productos que se exportan. Los resultados que se obtuvieron en esta investigación fueron muy positivos, pues se pudo concluir que Italia es un mercado muy atractivo para exportar las muñecas de trapo ecuatorianas elaboradas a mano.

## ABSTRACT

This thesis is done to analyze the Italian market for exporting handmade Ecuadorian rag dolls to the Italian market. First, there was a detailed description and research of the product which in this case are the handmade rag dolls. It was analyzed the various benefits that the rag dolls have and compared them with other products that could replace them.

Similarly, an investigation was made of the different factors that could benefit or harm the industry to which the handmade rag dolls belong to obtaining both positive and negative results. In regard to Ecuadorian handicrafts, within these the handmade rag dolls, it was noted that the exports to different countries in the world, especially to the European market, have been steadily increasing year after year.

To meet the main objective of this degree dissertation, an analysis of the Italian market was made which included topics such as the economic, political, legal, technological and others factors, that helped me define whether the chosen market was appropriate for this thesis or not.

In the same way, it was made a thorough research of the other countries that are competing in the exportation of rag dolls to Italy. There has been analyzed the different ways in which each country acquires the different types of crafts, from its own country or from a foreign one. It was also investigated the preferences of the Italian society to get an idea to which part of the market the product would be address to. It was examined the various trade agreements between Ecuador and Europe in order to determine the benefits that exist for the diversity of products that are exported. The results obtained in this investigation were very positive as it was concluded that Italy is a very attractive market for exporting handmade Ecuadorian rag dolls.

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>TEMA</b> .....	<b>1</b>
1.1	DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	1
<b>2</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>DEFINICIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
3.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
3.2	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	2
3.3	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	2
3.4	OBJETIVOS .....	2
	3.4.1 Objetivo General .....	2
	3.4.2 Objetivos Específicos.....	3
<b>4</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>3</b>
<b>5</b>	<b>DESARROLLO</b> .....	<b>10</b>
5.1	CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR Y ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	10
	5.1.1 Características Generales y usos Muñecas de Trapo.....	10
	5.1.2 Ventajas Ofrecidas respecto a Productos Similares .....	16
	5.1.3 Proceso de Producción .....	17
	5.1.4 Evolución de la Industria .....	25
	5.1.5 Perspectivas Futuras .....	31
	5.1.6 Entornos Económicos, Políticos, Sociales, Culturales, Tecnológicos y Ambientales .....	32
	5.1.7 Costos y Precios .....	39
5.2	CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE COMPETENCIA, PROVEEDORES, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN, PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS, PRECIOS REFERENCIALES .....	42
	5.2.1 Análisis de la Competencia.....	42
	5.2.2 Análisis de los Proveedores.....	45
	5.2.3 Canales de Promoción y Distribución .....	46
	5.2.4 Productos Sustitutos y Complementarios .....	47
	5.2.5 Precios Referenciales .....	49
5.3	CAPÍTULO III: CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	51
	5.3.1 Factores Demográficos, Económicos, Sociales, Culturales, Políticos, Legales y Tecnológicos que determinan los Gustos, Preferencias y Comportamiento del Mercado Meta .....	51



5.3.2 Tamaño del Mercado (CBI, 2009).....	56
5.3.3 Comportamiento del Consumidor (CBI, 2009) .....	58
5.3.4 Barreras y Tratados Comerciales .....	60
<b>6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>62</b>
6.1 CONCLUSIONES.....	62
6.2 RECOMENDACIONES .....	65
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>66</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.1</b>	Exportación de Artesanías Ecuatorianas a todo el Mundo del 2006 al 2010.....	27
<b>Gráfico 1.2</b>	Exportaciones de Partida 9503.00.22.90 del 2009.....	29
<b>Gráfico 2.3</b>	Países de donde Importa Italia.....	43
<b>Gráfico 3.4</b>	Variación Anual del Euro del 2006 Al 2010 .....	53
<b>Gráfico 3.5</b>	Tamaño del Mercado Meta .....	57

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.1</b>	Producción Industria Manufacturera .....	26
<b>Cuadro 1.2</b>	Contribución de las Artesanías Ecuatorianas al PIB.....	33
<b>Cuadro 2.3</b>	Detalle de Precios de Materiales.....	45
<b>Cuadro 2.4</b>	Precios Referenciales de las Muñecas de Trapo en Italia .....	49

# **1 TEMA**

## **1.1 DELIMITACIÓN DEL TEMA**

Análisis de mercado para el plan de exportación de muñecas de trapo ecuatorianas, elaboradas a mano, para el mercado italiano.

# **2 INTRODUCCIÓN**

Ecuador es un país que es muy reconocido por todas las artesanías que se producen internamente, las mismas que son una representación de la diversidad de culturas que existen en el país. El mercado europeo y en especial Italia, se caracterizan por ser uno de los principales consumidores de las artesanías ecuatorianas, es por esto que en los últimos años se han realizado diferentes negociaciones comerciales para que los productos ecuatorianos puedan ingresar a los países europeos sin muchas trabas ni gastos.

Las muñecas de trapo elaboradas a mano, son productos nuevos para el mercado italiano, es por esto que en esta investigación se realizó un análisis de mercado para un plan de exportación de muñecas de trapo ecuatorianas elaboradas a mano a Italia. Describiendo al producto en sí, analizando gustos y preferencias de la sociedad, maneras de promocionar y distribuir los productos y la acogida que tienen las artesanías en la población.

# **3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

## **3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las muñecas de trapo son un artículo que se lo puede utilizar de varias maneras, ya sea como decoración para cualquier parte de una casa, oficina, entre otros sitios; o bien para entretenimiento de los niños y niñas, ya que existe una gran variedad de modelos de dichas muñecas de trapo.

Por medio de esta investigación se analizará la factibilidad de exportar muñecas de trapo elaboradas a mano para el mercado italiano. Para determinar esta factibilidad, se realizará una descripción del producto, abarcando temas como los usos que se le puede dar al mismo, los proveedores que se mantiene con este tipo de negocio, productos similares y sustitutos que las muñecas de trapo mantienen y un análisis de los costos y precios del mismo. De igual manera se realizará una investigación sobre la industria a donde las muñecas de trapo van a entrar analizando los factores económicos, sociales, culturales, que afectan a la entrada a una nueva industria. Por último se analizará al mercado meta, tomando en cuenta factores como gustos y preferencias, factores económicos, sociales y culturales, de nuestro mercado. Además de barreras arancelarias y comerciales que se encuentra con el país a donde se desea realizar la exportación.

### **3.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

Dada la situación y características del Mercado Italiano, ¿es factible exportar muñecas de trapo ecuatorianas elaboradas a mano?

### **3.3 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

El análisis de mercado ha determinado que existe factibilidad para exportar muñecas de trapo ecuatorianas, elaboradas a mano, hacia el mercado italiano.

### **3.4 OBJETIVOS**

#### **3.4.1 Objetivo General**

Realizar un análisis del mercado para el plan de exportación de muñecas de trapo ecuatorianas, elaboradas a mano, al mercado Italiano.

### 3.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar una descripción de las muñecas de trapo elaboradas a mano a exportar, sus proveedores, posibles productos sustitutos o complementarios, así como un detalle de los costos y precios de las mismas.
- Analizar la industria de las muñecas de trapo elaboradas a mano a exportar, así como los factores económicos, sociales, culturales, políticos, legales, tecnológicos y ambientales que afectan a la misma.
- Explorar los requerimientos del mercado meta en cuanto a gustos y preferencias, comportamientos, canales de promoción y distribución, así como un estudio de la competencia, barreras y tratados comerciales.

## 4 MARCO TEÓRICO

### Introducción

Desde hace muchos años atrás, los seres humanos realizaban diferentes tipos de comercio por la simple razón que deseaban satisfacer las diferentes necesidades que cada uno podría tener. Sin dar un nombre específico a la acción que se realizaba, se inició con el trueque, dar algo pero a cambio se recibe algo. Después de varios años de estudio y análisis, se crean varias teorías, tanto del Comercio Internacional, como Análisis de Mercados, que permiten ver las cosas de una manera más clara y obtener mejores resultados. Para un mayor entendimiento de la siguiente investigación, a continuación se presentan algunas de dichas teorías y conceptos claves que permiten tener un panorama más claro.

## Teoría del Comercio Internacional

La teoría del comercio internacional ha sido formada por dos puntos de vista muy importantes, los cuales han ayudado a que se concrete dicha teoría del comercio internacional. La primera teoría expuesta por John Hales, Thomas Mun y David Hume, habla sobre el mercantilismo el cual explica las bases del comercio exterior, el superávit que, según ellos, debía existir en un país el cual realice comercio exterior. Esta teoría explica que un país se beneficiaría del comercio internacional siempre que el valor de sus exportaciones superase el valor de sus importaciones. En los inicios del comercio internacional, los países basaban sus economías en los metales preciosos, ya sea oro o plata; es por esto que los mercantilistas insistían en que la riqueza de un país está fundamentada en estos metales preciosos antes mencionados. (Cgproyectos, 2010). Proponían aplicar políticas proteccionistas para disminuir las importaciones y por otro lado fomentar las exportaciones de productos nacionales. Esta teoría mercantilista no tuvo mucha acogida ya que se dieron cuenta que aplicándola, lo que se lograría es que un país estaría beneficiado, mientras que el otro país saldría perjudicado ya que no podría exportar al país por muchas restricciones. Por todas estas prohibiciones que se dieron con la aplicación de la teoría mercantilista, surgió otra teoría con otros autores la cual se la presenta a continuación.

Adam Smith, padre de la teoría de la libertad de comercio, quien se basó en la división del trabajo; con esto Smith se refiere a que cada individuo se especialice en la producción de ciertos bienes o servicios, que, posteriormente, intercambiará por otros bienes y servicios para satisfacer sus necesidades, dando paso así al comercio libre, sin barreras para que los dos países especializados en un producto específico puedan ganar. (Torres, 81). Gracias a la teoría que Smith propuso, David Ricardo pudo concretar la teoría de la ventaja comparativa, por la que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes cuyo coste relativo respecto a otros bienes en el propio país sea menor al correspondiente coste relativo existente en otro

país. Gracias a la teoría de la ventaja comparativa, se dan varios casos de la misma; a continuación se presentará una breve explicación de cada caso que David Ricardo proponía en su teoría. Primero se habla de las diferencias absolutas de costos, esto se refiere a que el país A tiene ventaja absoluta sobre una mercancía con respecto a los costos, mientras que el país B tiene ventaja absoluta sobre el país A refiriéndose a una mercancía la cual tenga costos de producción altos para el país A. Segundo se habla de la ventaja incomparable, esto se refiere a cuando un país no puede producir un producto mientras que el otro país si lo puede hacer. Un tercer tipo de ventaja comparativa, es cuando uno de los dos países produce la misma mercancía que produce el país contrario, pero lo hace en una menor proporción, esto se llama costos comparativos, ya que a pesar de que el país si tenga las posibilidades de producir, lo hace en menor cantidad, lo que no permite satisfacer al máximo las necesidades del país completo. (Torres, 81)

Después de haber realizado una breve reseña de lo que es la teoría clásica del comercio internacional y cómo fue que el mismo inicio, es importante analizar que el comercio internacional se da porque las personas, los países necesitan satisfacer sus necesidades y muchas veces la producción que existe en el país, no alcanza para cubrir la demanda de una sociedad; es por esto que se busca productos que existen pasando las fronteras de los países. En definitiva tanto las exportaciones como las importaciones, en un país que aplica el comercio internacional libre, sin ninguna restricción fuerte, son beneficiosas en muchos sentidos, tanto económicos como sociales y culturales.

### **Análisis de Mercado**

Ya que en este trabajo de investigación se realizará un análisis del mercado hacia donde se va a exportar el producto, es necesario tener una leve idea de que componentes se debe estudiar para seleccionar correctamente el mercado. Es importante tener en cuenta las oportunidades de mercado que se tienen en el entorno en donde se va a desarrollar la empresa, en este caso la



exportación; donde se considera los límites del mercado, las características del mercado, la estimación global del mercado y el entorno del mismo.

Se entiende por análisis de mercados como la distinción y separación de las partes del mercado para llegar a conocer los principios o elementos de este, lo dice Edgar Domínguez en su monografía. (Dominguez, 2010). Existen tres tipos de mercado, como por ejemplo: mercados de consumo, industriales y de servicio, lo cual nos permite que estudio sea más fácil de realizar. Los mercados de consumo son aquellos en donde se comercializan bienes, los cuales van a ser consumidos por la sociedad en general, en especial por las familias para su uso personal. Los mercados Industriales son también llamados mercados de productores, ya que se comercian bienes y servicios que serán de uso exclusivo para los productores y luego llegar al consumidor final. Por último los mercados de servicios, como su nombre lo indica, son netamente mercados donde se comercian servicios, bienes intangibles.

En cualquier investigación de mercados que se realice, se debe tener en cuenta varios elementos, para que dicho análisis tenga éxito. A continuación se detallara los componentes de un análisis de mercado y una breve descripción de los mismos: (Jauregui, 2010)

- Factores demográficos: con esto se refiere a analizar la población de un mercado, la estabilidad política que mantiene el país, el crecimiento de la población; factores que ayudan a tener una idea de la situación del mercado de una manera externa y superficial.
- Factores ambientales: es decir el clima que tiene el país, la disponibilidad de recursos básicos, las diferentes regulaciones ambientales que el Gobierno del país ha impuesto.
- Factores económicos: como por ejemplo el nivel de ingresos de los pobladores, en que artículos o servicios la sociedad gasta más su dinero,

el nivel de trabajo y producción que mantiene el país, la inflación, riesgo país.

Rafael Muñiz, autor del libro Marketing en el Siglo XXI, comenta que para que un producto que se lo va a ingresar a un mercado del exterior, aparte de analizar los componentes antes mencionados, es importante también analizar al producto en si, para esto, Muñiz plantea varias preguntas que se presentaran a continuación (Muñiz, 2010):

- ¿Para qué servirá nuestro producto?
- ¿Quién lo comprará?
- ¿Por qué lo comprarán?
- ¿Dónde lo comprarán?
- ¿Cuándo lo comprarán?
- ¿Qué factores afectarán a las ventas y a la rentabilidad?
- ¿Cuáles son las principales empresas que operan en el mercado?

Por último, Muñiz también plantea que se debe realizar un análisis de la competencia, determinando las ventajas, debilidades, amenazas y fortalezas que la misma pueda traer para la empresa nueva en el mercado.

### **Barreras del Comercio Internacional**

Para el desarrollo del Comercio Internacional, una actividad que se ha vuelto muy común en el mundo entero. Es importante entender y tener en cuenta que para poder mantener una buena relación comercial con un país, se debe conocer de muchas cosas del país contrario, no solo de la parte productiva, sino también de sus referencias climáticas, económicas, políticas, culturales, entre otras, las cuales ayudan a que las relaciones comerciales tengan un buen inicio y sean duraderas.

Lastimosamente, los países, al momento de negociar, solo buscan el beneficio propio, más no el ganar – ganar para los dos países, es por esto que existen las barreras al comercio internacional. A continuación se detallarán algunas de dichas barreras que son colocadas por los países, las cuales ayudan a que la balanza de pagos se equilibre.

Orlando Peña, autor de la monografía Comercio Internacional, indica algunas de las barreras que existen a las importaciones. Los contingentes son barreras cuantitativas, el gobierno establece un límite a la cantidad de producto otorgando licencias de importación de forma restringida. Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá. Las barreras administrativas son muy diversas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que, al ser diferentes de las del resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para el país. Los acuerdos internacionales para derribar estas barreras no servirán de nada si no hay una voluntad liberalizadora clara y firme. La imaginación de los dirigentes políticos podrá siempre descubrir nuevos métodos "no prohibidos" de dificultar las importaciones. La barrera más reciente y sofisticada de las ideadas hasta ahora son las auto restricciones concertadas como las acordadas entre los Estados Unidos y el Japón en virtud de las cuales éste último país limita voluntariamente la cantidad de productos que envía a los americanos. (Peña, 2010).

Por el contrario, para las exportaciones existen muchas ayudas por parte del estado, las cuales se presentan a continuación. Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos: comerciales, financieros y fiscales. Los gobiernos prestan apoyo comercial a sus exportadores ofreciéndoles facilidades administrativas, servicios de información y asesoramiento e incluso promocionando directamente los productos originados en el país mediante

publicidad, exposiciones y ferias internacionales. Las ayudas financieras a la exportación son principalmente los préstamos y créditos a la exportación, frecuentemente con tipos de interés muy bajos, y los seguros gubernamentales que cubren los riesgos empresariales incluso el riesgo derivado de perturbaciones políticas o bélicas. Entre las ayudas financieras hay que incluir las medidas de tipo monetario que actúan sobre el tipo de cambio haciendo que los productos nacionales resultan más baratos en el extranjero. Los instrumentos fiscales consisten en las desgravaciones fiscales, la devolución de impuestos y las subvenciones directas. Estos instrumentos son los menos aceptados internacionalmente ya que pueden conducir a situaciones de dumping, a que el producto se venda en el extranjero a un precio inferior al nacional e incluso a precios inferiores a su coste, lo dice Orlando Peña en su monografía Comercio Internacional. (Peña, 2010)

## **5 DESARROLLO**

### **5.1 CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR Y ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA**

Este capítulo trata sobre las muñecas de trapo que se van a exportar hacia el mercado italiano. Se dará una breve descripción de los diferentes tipos de muñecas que existen, de los materiales que se utilizan para realizar estas muñecas, los costos que tiene producirlas y los factores de la industria a la que pertenecen las muñecas.

#### **5.1.1 Características Generales y usos Muñecas de Trapo**

De acuerdo a diferentes investigaciones realizadas, los juguetes existen desde hace mucho tiempo atrás, los mismos fueron creados por niños los cuales deseaban representar a los humanos en pequeñas figuras hechas de los materiales que cada uno disponía. En el artículo “¿Jugar es cosa de niños? Historia de los juguetes...” se comenta que en la época de los romanos, los niños se divertían con pequeñas muñecas hechas de marfil y las primeras muñecas de trapo que se conocen, aparecieron en Perú en el imperio Inca.(Silvana, 2010).

#### **Características**

Las muñecas de trapo son artículos realizados a mano con diferentes tipos de telas y diferentes materiales, los mismos que permiten representar de una forma bastante real a los seres humanos. Existen varios tipos de muñecas que se las puede realizar de muchos tamaños, ya sean muy pequeñas de unos diez centímetros aproximadamente, hasta muñecas de 50 centímetros de alto.

Las características que cada muñeca tenga va de acuerdo a los gustos de cada persona que adquiera este artículo, pero todas van a constar de su cabeza,

cuerpo, piernas y brazos hechos de tela, los cuales están rellenos de plumón, que es un tipo de algodón un poco más duro que el que se utiliza normalmente en los hogares o dispensarios médicos.

**Foto 1.1 Duendes**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Para realizar las muñecas de trapo existe una infinidad de tipos de tela que se usan para confeccionar su vestimenta, la misma que puede ser un largo y hermoso vestido, como también un sencillo pantalón con una blusa; nada más es cuestión de que al momento de confeccionar su ropa se tenga bastante ingenio y creatividad para lograr obtener una muñeca bastante cercana a la realidad.

Foto 1.2 Muñequitas



Fuente: Investigación realizada  
Elaborado por: Cristina Yerovi

De igual manera existen tipos de tela que se utilizan para realizar y simular la piel que recubre el cuerpo, brazos, piernas y cara. A dichas muñecas se les coloca también cabello el cual puede ser de diferentes materiales; ya sea felpa, cordón o greca, mismos que son los apropiados para simular el cabello.

Foto 1.3 Muñeca escoba Foto 1.4 Cocineros



Fuente: Investigación realizada  
Elaborado por: Cristina Yerovi



Así mismo, se les puede poner zapatos que pueden ser de masa, de tela o de madera.

Al existir diferentes tipos de muñecas, también existen diferentes artículos decorativos, los cuales se los coloca en su cabello, manos o brazos que las hacen ver más atractivas.

En fin, las características de las muñecas son varias ya que dependen de la persona que las está realizando y de quién las está adquiriendo, nada más se necesita un poco de creatividad, imaginación, un poco de tela, hilo y mucha paciencia.

## **Usos**

A todas las muñecas de trapo que existen se les puede dar diferentes usos, ya que por los materiales con la que se la realiza, se acomodan al sitio donde se la vaya a colocar. Al existir varios tamaños y modelos de muñecas, los usos que tengan pueden ser muy diversos, pues de acuerdo a la entrevista realizada a Giovanna Ávila, profesora de manualidades y muñecas de trapo, a las muñecas más pequeñas se las utiliza para recuerdos de bautizos, primeras comuniones o *baby showers*, mientras que muñecas de un tamaño más grande se las utiliza para decoración de una casa o local comercial, y dependiendo del material que se haya utilizado para realizar la muñeca, se las utiliza para que las niñas jueguen con ellas. (G. Ávila, comunicación personal, Julio 10, 2010).



**Foto 1.5: Embarazada**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

### **Muñecas de trapo decorativas para cocina**

En este trabajo de titulación, la investigación se basará en un tipo específico de muñeca llamada muñeca decorativa para cocina, como se puede ver en la foto 6. A continuación se detallarán sus características y los diferentes usos que se le puede dar a la misma.

**Foto 1.6 Muñeca fundas**

**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

### **Características**

Las muñecas decorativas para cocina, como su nombre lo indica, son muñecas que se colocan en la cocina. Este tipo de muñeca de trapo tiene las siguientes características. Su cabeza es un cuadrado de Tela color piel la cual se la rellena con plumón y se le cose ojos, perlas color negro, la boca y la nariz se la pega con silicón, puesto que la misma está hecha con masa pintada de color piel. Su cabello está representado por un pedazo de felpa, sus brazos son hechos de tela Arabela color piel, rellenos de plumón y en los mismos se hace unas pequeñas costuras que ayudan a representar sus manos. Lo interesante y novedoso de esta muñeca es que no tiene piernas, pues el vestido que tiene la misma es como una bolsa grande la cual representa la parte de abajo del cuerpo de la muñeca.

## Usos

La muñeca de trapo decorativa para la cocina, tiene un uso muy específico, pues como se indicó en sus características, esta muñeca tiene una bolsa representada por su vestido, la misma que en la parte de abajo tiene un elástico con un orificio por donde se van a introducir las fundas o cualquier otro artículo que se desee guardar en la muñeca. Estas muñecas son de mucha utilidad, puesto que permiten que la cocina no esté desorganizada ni desarreglada.

Los principales usos que se dan son:

- Guardar fundas de basura
- Guardar manteles de cocina
- Guardar trapos y toallas para limpiar

### **5.1.2 Ventajas Ofrecidas respecto a Productos Similares**

En el mercado existen diferentes artículos que se los pueden utilizar para guardar las fundas de basura o cualquier otro artículo que se pueda guardar igual en la muñeca de trapo decorativa para la cocina, pero la ventaja principal de la muñeca presentada en este trabajo de investigación es que aparte de mantener organizada la cocina del hogar, es un artículo bastante llamativo y novedoso el cual cumple la función de decorar.

Las cajas de madera o de cartón, una funda de tela o un cajón de la misma cocina, son muy útiles para guardar y también ayudan a mantener un orden y que las fundas no estén regadas por todo lado, pero estos artículos no se los puede colocar en un lugar visible puesto que no están hechos de materiales llamativos y coloridos como son las muñecas de trapo.

Otra de las ventajas de la muñeca de trapo decorativa para la cocina es que la misma se la puede confeccionar en diferentes modelos de vestimenta con diversos colores, los mismos que combinan con los de la cocina, puesto que al existir una infinidad de tipos de tela, con diferentes figuras y diseños, se tiene esa posibilidad de realizarlas al gusto de cada persona.

La muñeca de trapo para la cocina, al momento de utilizarla da la ventaja que la cocina salga de lo habitual que la mayoría de personas tienen como decoración, pues es muy común que se tenga figuras de porcelana como patos, gallinas, vacas, entre otros que permiten que la cocina tenga un ambiente diferente. Pero la muñeca de trapo le llena de vida a la cocina y de mucho color.

Una ventaja importante de las muñecas de trapo es que a las mismas se las puede lavar, agregarle algún otro accesorio decorativo, cambiarle de vestimenta, que hace que se vea diferente y de esta manera no se gasta dinero, puesto que no se debe comprar otro artículo totalmente nuevo, lo que no pasa con las cajas de cartón o madera, que no se las puede limpiar ya que se podría salir la pintura o rasparse de alguna manera y ahí la persona se ve obligada a comprar un nuevo artículo.

### **5.1.3 Proceso de Producción**

Como ya se mencionó anteriormente, en este trabajo de titulación se hablará de un tipo de muñeca en específico, por lo que a continuación se detallarán los materiales que se necesitan y los pasos que se deben seguir para realizar esta muñeca de trapo decorativa para la cocina.

Los materiales que se necesitan para realizar una muñeca de trapo decorativa para la cocina, con 50cm de largo con 40cm de ancho, son:

- 15 cm. de tela Kiana color piel
- Plumón
- Perlas negras número 4
- 2 metro de tela de algodón modelo uno
- 2 metro de tela de algodón modelo dos
- ½ metro de resorte
- ½ metro de tela Arabela color piel
- Un palo de pincho
- 15 cm. de felpa pelo largo color café
- Hilo
- Aguja
- Silicón

**Foto 1.7 Materiales**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

A continuación se detallara todos los pasos a seguir para producir una muñeca de trapo decorativa para la cocina:

## 1.- Medir y Cortar

**Foto 1.8 Molde**



**Foto 1.9 Corte**



**Foto 1.10 Ejemplo**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Se recorta el cuerpo en tela Arabela siguiendo el molde, los brazos se corta un pedazo de tela de 26cm de largo por 9cm de ancho, estos de igual manera en Arabela. La cara se corta un cuadrado de 20cm por 20cm en tela Kiana.

## 2.- Coser

**Foto 1.11Cocer**



**Foto 1.12 Costura Brazo**



**Foto 1.13 Brazo**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Se cose el cuerpo, siguiendo la línea dibujada y los brazos se cosen nada más al filo de la tela. Tener en cuenta que en los brazos se debe realizar un semicírculo para formar la mano como se muestra en la fotografía.

### 3.- Rellenar

**Foto 1.14 Cuerpo Relleno**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

**Foto 1.15, Brazos relleno**



Tanto los brazos como el cuerpo se los rellena con plumón, como se muestra en la foto. Tener en cuenta que las piezas deben estar dadas la vuelta, es decir que el lado brillante de la tela sea el que se ve.

### 4.- Cara

**Foto 1.16 Cara**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

**Foto 1.17 Relleno**



**Foto 1.18 Forma**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

**Foto 1.19 Ojos**



Para realizar la cara, se toma el cuadrado antes mencionado y se lo encarruja para formar una especie de bola. Se toma un buen puñado de plumón y se

introduce hasta que quede dura y totalmente formada. Se procede a rematar y enseguida a formar los ojos, introduciendo una aguja grande con una perla negra para cada ojo. Finalmente se le forma la boca cruzando la aguja desde la parte de arriba de la cabeza.

#### 5.- Pegar y armar

**Foto 1.20 Cuerpo**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

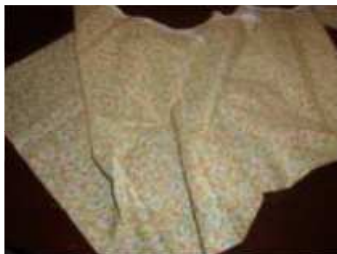
**Foto 1.21 Brazo con cuerpo**



Al momento de tener todas las piezas rellenas, en primer lugar se coloca un palo de pincho dentro del cuerpo de la muñeca, el mismo que hará las veces de cuello para que la misma se sostenga. Se corta el excedente con un alicate y se cierra el cuerpo con un poco de silicón. De la misma manera se cierran los brazos y se los pega desde a parte de atrás del cuerpo.

#### 6.- Vestimenta

**Foto 1.22 Tela**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

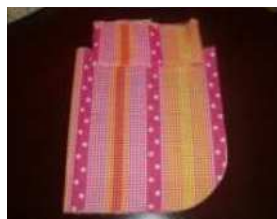
**Foto 1.23 Molde Blusa**





**Foto 1.24 Medidas**

**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

**Foto 1.25 Molde delantal**

Para realizar la vestimenta de la muñeca de trapo decorativa para la cocina se debe cortar un pedazo de tela de algodón de 1.36cm de ancho por 41cm de largo para la falda, para la blusa se debe seguir el molde como se indica en la foto. Seguido a esto se debe cortar en otro modelo de tela un pedazo de 47cm de ancho por 26cm de largo para el delantal y una tira de 1.40cm de largo por 8cm de ancho.

#### 7.- Coser Vestimenta

**Foto 1.26 Doblado****Foto 1.27 Blusa****Foto 1.28 Delantal**

**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Cristina Yerovi

En primer lugar se realiza un pequeño dobladillo en lo que será la falda / bolsa de la muñeca, al igual que en las mangas y en la parte de debajo de la blusa y se une los dos lados de la misma. Por último se cose la tira al delantal haciendo pequeños dobleces.

## 8.- Vestir

Foto 1.29 Vistiendo



Foto 1.30 Doblez



Foto 1.31 Vestida



Foto 1.32 Modelo



**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Una vez que esta cosida la ropa y el cuerpo de la muñeca, se procede a vestirla. Primero se coloca la blusa, luego se encarruja la parte superior de la falda y se pone en el cuerpo de la muñeca y se remata. Después se procede a encarrujar el delantal y se cose en la cintura de la muñeca.

## 9.- Colocar la cabeza

Foto 1.33 Cuello



Foto 1.34 Pegar Cabeza



Foto 1.35 Manos



Foto 1.36 Final



**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Para colocar la cabeza se debe poner bastante silicón en el cuello de la muñeca, se presiona con fuerza la cabeza y se procede a coser la cabeza al cuello para que la misma no se salga. Se hace una costura para formar las manos, se coloca la tira en el delantal y se hace un lazo en la parte de atrás cortando las puntas en forma inclinada.

## 10.- Detalles finales

Foto 1.37 Pelo



Foto 1.38 Elástico



Foto 1.39 Cara



Foto 1.40 Completa



**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Para colocar el cabello a la muñeca se debe poner bastante silicón en la cabeza tanto adelante como atrás y se pone la felpa cerrándola en el centro. Por la parte de abajo del vestido se debe pasar por todo el ruedo el elástico y al final ajustarlo. La nariz se hace de la misma tela de la cara de la muñeca, tela Kiana relleno con plumón. Finalmente se une las manos de la muñeca, se coloca un ramito de frutas en ellas, se pega un lazo en su cabeza y se le pone rubor en sus cachetes.

### Tiempo de Producción

Una persona profesional que tiene varios años de experiencia en realizar muñecas y manualidades en general, se demora un promedio de tres horas en producir una muñeca de trapo decorativa para la cocina sin descansar ni un momento y ésta misma persona podría producir cuatro muñecas diariamente.

Mientras que una persona que está iniciándose en el mundo de las muñecas de trapo y las manualidades, podrá producir una muñeca de trapo decorativa para la cocina en tres días, dedicando tres horas cada día. Pues se debe aprender paso a paso como coser la ropa y las partes del cuerpo.

#### **5.1.4 Evolución de la Industria**

Las artesanías son artículos elaborados a mano, muy pocas veces en serie, ya que cada artículo tiene sus propios detalles. Como se comenta en el artículo Producción Artesanal “La producción artesanal es una de las maneras de trabajo más antiguas que existen. De hecho, la historia misma tiene presente a los artesanos desde que el mundo es mundo, aproximadamente.”(Juan E, 2010). Los artesanos existen desde hace muchos años atrás, pues el crear diferentes cosas con sus propias manos era una manera de subsistir y salir adelante.

Desde que se inició la revolución industrial, la industria artesanal ha ido evolucionando en muchos aspectos, se ha pasado de realizar productos totalmente a mano, a producir artículos con la ayuda de maquinaria. En el Ecuador, esta industria ha ido creciendo constantemente, pues gracias a la publicidad que los diferentes gobiernos han realizado de las artesanías ecuatorianas, se ha permitido que las mismas sean más conocidas a nivel internacional.

#### **Producción Nacional de Manufacturas**

De acuerdo a varias investigaciones realizadas para este trabajo, principalmente en el MIPRO, en el Ecuador no existen registros del número de artesanías que se producen anualmente en el país y tampoco el nivel de consumo que mantiene la sociedad. Lo que a continuación se va a realizar es un análisis tomando en cuenta la producción de la industria manufacturera conjuntamente con las exportaciones.

Cuadro 1.1 Producción Industria Manufacturera

<b>PRODUCCIÓN TOTAL DE INDUSTRIA MANUFACTURERA</b>			
	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Producción</b>	3.090.781,00	3.341.096,00	3.290.210,00
<b>Porcentaje del PIB</b>	13,79%	13,90%	13,64%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Cristina Yerovi

Con respecto al cuadro 1 que se muestra, se puede notar que la industria manufacturera tiene un aporte significativo en el total del PIB anualmente. Del año 2007 al 2008, la variación que existe es notable, esto se debe a que los precios de la mayoría de los insumos necesarios para producir las manufacturas bajaron, lo que permitió a los productores tener un mayor nivel de producción y por ende la demanda tuvo que crecer y de igual manera la representación de la industria manufacturera en el PIB aumentó. Esto se debe a que las exportaciones son más altas que las importaciones del año 2007 al 2008.

Mientras que en el año 2009 existió una baja, se puede notar que está a un nivel mucho menor de lo que se mantenía en el año 2007. Este suceso principalmente se debe a que en este período, del año 2008 al 2009, existió la crisis mundial, lo que afectó a toda la sociedad y aquí se lo puede notar, tanto productores como consumidores perdieron, pues los costos aumentaron y las personas no mantenían el mismo poder adquisitivo.

En este análisis es importante tomar en cuenta lo que representa la exportación de artesanías en la industria manufacturera. Esta información se la encontrará en la sección 5.1.6

En el Ecuador, durante el gobierno de Eloy Alfaro se empezaron a realizar diferentes reformas para que los artesanos tuvieran mejores oportunidades en el país. Se inició con decretar el día del artesano, el mismo que se lo celebra cada 5 de Noviembre. Con esto vino también la Ley de Defensa del Artesano,

con la cual dichas personas no están desamparadas legalmente (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2010).

La ley del artesano ha permitido que todos los derechos del mismo sean respetados, como por ejemplo tener el derecho a trabajar de una manera independiente o asociativa, crear organizaciones que les permitan desarrollar el sector al cual están afiliados, entre otros (Cámara artesanal de Pichincha, 2009).

De acuerdo a las últimas investigaciones, el sector artesanal en el Ecuador genera empleo para alrededor de 1.500.000 personas, de los cuales se dividen en varias ramas y talleres que están inscritos en la Junta de Defensa del Artesano (Cepal, 2006).

Las exportaciones de artesanías ecuatorianas hacia diferentes países del mundo poco a poco han ido aumentando hasta lo que va del año 2010. A continuación se presenta un gráfico de las exportaciones de artesanías desde el Ecuador a los diferentes países del mundo.

**Gráfico 1.1 Exportación de Artesanías Ecuatorianas a todo el Mundo del 2006 al 2010**



Fuente: Ecuador Exporta

Elaborado por: Ecuador Exporta

Como se puede ver en el gráfico anterior, las exportaciones de artesanías del año 2006 y 2007 se mantuvieron relativamente en el mismo nivel, pero en los años 2008 y 2009 estas aumentaron notablemente y hasta el mes de mayo del año 2010 de igual manera se mantiene un nivel el cual se lo puede considerar creciente ya que está casi alcanzando a los niveles que se tenía en años pasados.

Este aumento en las exportaciones artesanales ecuatorianas se debe a diferentes razones, una de ellas es que el mercado del Ecuador ha logrado posicionarse de una manera más competitiva haciendo que los precios de los productos ofertados aumente y de igual manera aumente el dinero que ingresa al país por exportaciones.

Otra de las razones muy importante es los diferentes tratados comerciales que el Ecuador ha firmado en los últimos tres años. Los cuales son el ATPDA con Estados Unidos, SGP con la Unión Europea, diferentes regulaciones que ha puesto la OMC para aquellos países que están en proceso de desarrollo. Todos estos procesos han hecho que el Ecuador no pague aranceles en sus exportaciones lo que permite que las mismas aumenten y en especial con Estados Unidos, siendo este el primer socio comercial del Ecuador (Scrib, 2010).

Las artesanías que más se exportan son las manufacturas de madera, figuras talladas, estatuillas y demás objetos de adorno de madera. En si son artesanías que sirven para adornar y decorar cualquier lugar, por lo que se ve que el Ecuador sí va mejorando la industria artesanal tanto interna como externamente.

Es importante recalcar que con respecto a la partida arancelaria para las muñecas de trapo decorativas para la cocina, a pesar de ser artesanías, las mismas se las clasifica en el capítulo de juguetes ya que, la clasificación arancelaria se la debe realizar de acuerdo a lo que es el artículo, sus

componentes o sus usos. No existe una partida específica para artesanías debido a que hay una variedad infinita de productos artesanales. El número de la partida es 9503.00.22.90 (Aduana, 2010).

De acuerdo a esta explicación de la partida arancelaria, a continuación se presenta un gráfico de los países a donde las exportaciones de artesanías ecuatorianas están dirigidas en el año 2009.

**Gráfico 1.2 Exportaciones de Partida 9503.00.22.90 del 2009**



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** Ecuador Exporta

En el gráfico 1.2 se puede observar que Estados Unidos es el principal mercado a donde las artesanías son dirigidas e Italia es el segundo país, siendo este dato bastante interesante ya que se entiende que los productos artesanos ecuatorianos tienen buena acogida en este último mercado.

## Problemas

En el Ecuador existen algunos problemas por los que el sector artesanal ha tenido que pasar. Uno de estos es la dificultad que tienen los artesanos para poder aplicar a un crédito financiero, pues al no mantener un trabajo estable, el



cual asegura una remuneración mensual y fija, las entidades financieras se niegan a otorgar dichos créditos, lo que dificulta y desanima a los artesanos a continuar realizando sus productos; y de esta manera el desarrollo de este sector poco a poco se va retrasando (Explored, 2008).

Otro problema muy importante para la industria artesanal es la calidad que los productos mantienen, lastimosamente los materiales que se necesitan para producir las muñecas de trapo, en especial las telas, no mantienen una calidad óptima para poder producir la vestimenta de las mismas. Este factor no ha permitido que los productos artesanos ecuatorianos se vuelvan competitivos con respecto a la producción artesanal de los demás países.

El costo de la materia prima ha impedido que los productos artesanales ecuatorianos mantengan una calidad digna del país. Como se comenta en el artículo del Diario de los Andes en Riobamba, al mantener altos costos para la materia prima ha hecho que varios artesanos piensen seriamente en si seguir en este sector o dedicarse a otro trabajo en donde les asegure una superación y remuneración fija. El incremento de los aranceles que se ha dado actualmente en algunos productos, ha impedido a los artesanos obtener materia prima de mejor calidad para sus artesanías (Diario de los Andes, 2009).

En estos últimos años, el sector artesanal del Ecuador, ha estado pasando por un problema bastante fuerte con referencia a la ley del artesano. Esta ley se la considera como ordinaria y como comenta la presidenta de la Junta del Artesano, Esperanza Vera, en una entrevista mantenida en Ecuador en Vivo, la ley debe convertirse en una ley orgánica para que, de acuerdo a la jerarquía de las leyes, la misma sea tomada en cuenta (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2010).

En la misma entrevista antes mencionada, otro de los problemas es que la Junta de Defensa del Artesano no cuenta con un presupuesto del Estado, dicha

entidad nada más se mantiene con los aportes de todos los afiliados a ésta Junta.

### **5.1.5 Perspectivas Futuras**

Con respecto a las perspectivas futuras, los últimos gobiernos que ha tenido el Ecuador han hecho diversas actividades y reformas para que los artesanos logren superarse y aumentar sus ventas y por ende sus utilidades.

Existen diferentes campañas y ferias que han permitido y siguen ayudando a todos los artesanos afiliados a que sus productos puedan ser promocionados, no solo dentro del Ecuador, sino también alrededor del mundo entero, permitiendo que dichas artesanías sean reconocidas y logren mantener una posición en el mercado artesanal mundial.

Se han creado páginas web como por ejemplo [www.muchohomejorecuador.org.ec](http://www.muchohomejorecuador.org.ec), [www.sisepuedeecuador.com](http://www.sisepuedeecuador.com), entre otras, que lo que hacen es promocionar al Ecuador en el sector artesano. Todas estas campañas que se han realizado en este último año se las ha creado para que las artesanías y los productos hechos a mano en el Ecuador, tengan una manera de ser conocidos por el mundo entero. De una u otra manera, estas campañas obligan a todos los artesanos a mantener una calidad mucho más alta, pues las exigencias internacionales cada vez serán más fuertes.

La Corpei es una de las empresas que organiza diferentes ferias artesanales internacionales. La diferencia de estas ferias con las páginas web antes mencionadas es que las ferias se dividen de acuerdo a su categoría, por ejemplo ferias de artesanías en madera, textil, joyería, mientras que en las páginas web antes mencionadas, la promoción es para todos los productos artesanales en general.

La Junta Nacional de Defensa del Artesano también organiza ferias, pero las hace nada más a nivel nacional. En todas las provincias del Ecuador forma pequeños grupos de artesanos y crea gremios para conglomerar a los mismos.

Las diferentes Cámaras y Federaciones de las diversas provincias del Ecuador, están en constante innovación para cada año realizar diferentes encuentros artesanales en donde todos los productos se podrán promocionar. Por ejemplo, en la provincia del Chimborazo, la Federación del Artesano han propuesto realizar una feria en donde todos sus afiliados puedan participar y presentar al público en general todos los productos que arduamente realizan (La Prensa, 2010).

### **5.1.6 Entornos Económicos, Políticos, Sociales, Culturales, Tecnológicos y Ambientales**

#### **Factores Económicos**

El Producto Interno Bruto, la inflación, la tasa de interés, entre otros, son algunos factores económicos que se deben analizar y determinar si los mismos afectan o no a una industria.

El PIB es la suma de todos los bienes y servicios finales producidos en un año, este factor mide el nivel de riqueza del país. El Ecuador, de acuerdo al Banco Central en el año 2009 mantenía un PIB de 24.119.453 miles de dólares y del año 2008 al 2009 ha existido una variación del 0,36%.

Este factor afecta no solo a la industria artesanal sino a toda industria del país ya que se puede ver el nivel de producción que se mantiene internamente. Como se puede ver del año 2008 al 2009 su variación ha sido bastante baja.

Como se ha indicado anteriormente, no existe ningún registro de la producción interna de artesanías y de esa manera obtener cuanto representa al PIB total

del país. Es por esto que se tomará en cuenta las exportaciones de artesanías y así obtener el porcentaje que representan al PIB. Los datos a utilizar son del gráfico 1.2.

**Cuadro 1.2 Contribución de las Artesanías Ecuatorianas al PIB**

<b>EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS CON RESPECTO AL PIB EN MILES DE DÓLARES</b>			
	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Exportaciones de Artesanías</b>	2.643,85	7.728,32	8.391,22
<b>Porcentaje del PIB</b>	0,012%	0,032%	0,035%

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Ecuador Exporta

Como se puede notar en el cuadro 1.2, las exportaciones tienen una participación muy pequeña en el PIB. Es importante recalcar que a pesar de que el nivel de PIB del año 2008 al año 2009 no tuvo un aumento muy alto, las exportaciones sí aumentaron de una manera notable. Esto se debe a las diferentes vías de promoción que han existido en estos últimos años para las artesanías ecuatorianas. El análisis que aquí se realiza se toma en cuenta en general a todas las artesanías ya que se está analizando la industria de manera global.

De acuerdo a un análisis realizado por la Cámara Artesanal de Pichincha, se puede observar que la mayoría de la población ecuatoriana económicamente activa, se dedica a las artesanías como actividad principal, representando el 13,5% de toda la población, artesanos declarados. Este dato en base al último censo realizado por el INEC en el 2001 (Cámara Artesanal de Pichincha, 2009).

En total, existen 261.000 talleres que están registrados en la Junta Nacional de Defensa del Artesano y en cada taller existen 3 operarios. Aproximadamente cada operario puede realizar una pieza diaria, dependiendo del tipo de

artesanía que se realice, dando en total tres piezas al final del día y trabajando de lunes a viernes se tendría 15 artículos semanales, 60 mensuales.

Al multiplicar este total mensual por el número de talleres registrados en la JNDA, se tendría una cifra aproximadamente de 15'660.000 que corresponden a la producción que mantienen los artesanos en el Ecuador.

Otro factor económico muy importante de analizar son las tasas de interés que mantiene el Ecuador, pues para iniciar con cualquier negocio o empresa se necesitará de un préstamo de cualquier entidad financiera.

Actualmente el Ecuador mantiene una tasa de interés activa de 9,04 y mantiene una variación de 2 – 5% desde el año 2009 al mes de agosto del 2010. Las variaciones no han sido muy grandes lo que permite a los artesanos y la población en general tomar un crédito y analizar a largo plazo cuanto serían sus pagos y sus gastos. Lastimosamente para los artesanos es bastante complicado obtener un crédito financiero y este factor no les ha permitido salir adelante y obtener sus propias empresas.

De acuerdo al artículo publicado en el Diario HOY en el año 2008, la obtención de créditos financieros para los artesanos era bastante complicado, de igual manera un artículo de Cre Satelital Ecuador, comenta que el día 5 de Noviembre del año 2009, los artesanos se reunieron en la Plaza de San Francisco, en donde el vicepresidente de la República indicó que estaba en desacuerdo con la CFN al no entregar créditos para los artesanos y los mismos se vuelvan tan complicados (Cre Satelital Ecuador, 2009).

En este momento se está creando una Ley del Artesano la cual busca que exista facilidad para que los artesanos puedan obtener un crédito para colocar sus empresas y talleres. Como indica la presidenta de los Artesanos Esperanza Vera Calderón al Diario El Mercurio, se habla en las leyes que se va a otorgar créditos, pero hasta la fecha no se ha cumplido nada de lo expuesto.

De igual manera indica que para sacar un crédito es un trámite bastante largo ya que no existe ninguna facilidad, siendo los artesanos una de las primeras fuerzas productivas para el país (El Mercurio, 2010).

Un beneficio económico que tienen los artesanos es que al tener su título inscrito en la Junta Nacional del Artesano, los mismos están exonerados de pagar el impuesto a la renta, así como a las patentes municipales y sus adicionales (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2010).

Como se puede observar, existen factores económicos que han afectado para bien a la industria ya que existen facilidades y beneficios en algunos aspectos, pero por otro lado hay aún situaciones en las que se deben trabajar para que el sector artesanal logre salir adelante y progresar.

### **Factores Sociales**

Existe un factor primordial que la industria artesanal mantiene, el cual es la capacitación. Tanto la Junta Nacional de Defensa del Artesano como varios ministerios del Ecuador han realizado una programación para dar capacitación a los artesanos de este país con el fin de poder mantener productos que puedan ser exportados a los mercados internacionales.

Un artículo publicado en El Mercurio, comenta que en el mes de Marzo se concluyó una etapa de la capacitación programada entre dos entidades MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) e IPANC (Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural). En este proceso se trató temas que se referían a la productividad de los artesanos, a la calidad que mantienen los productos y artesanías terminadas. Todos los aspectos que deben tener en cuenta para exportar y poder competir en los mercados y ferias internacionales (El Mercurio, 2010).

Las capacitaciones que dan a los artesanos sirven para motivarlos a que mantengan sus pequeñas y medianas empresas y sean los exportadores número uno del Ecuador. Principalmente les ayuda a conocer el nivel de competitividad que necesitan alcanzar para lograr que sus productos sean aceptados en el exterior.

La migración es un problema que afecta a la industria artesanal del Ecuador. Muchos migrantes son los artesanos que no han logrado salir adelante en el país y han tenido que buscar nuevas oportunidades fuera. Este factor afecta bastante a la industria, pues existe una ausencia notable de mano de obra y los artesanos que se quedaron en el país no cuentan con gente especializada a quien contratar en sus talleres.

Existen muchos casos que se ha visto que los ecuatorianos migran a diferentes partes del mundo, en donde han logrado establecer sus propias empresas, con los conocimientos que han adquirido en su país, el Ecuador.

El beneficio que han tenido los artesanos migrantes es que la Secretaria Nacional del Migrante junto con la Junta de Defensa del Artesano han organizado diferentes capacitaciones para que las artesanías de los migrantes puedan ingresar a diferentes ferias que se realicen en el exterior, dando así mayor facilidad a los artesanos que se encuentran fuera del país buscando un futuro mejor (El Migrante Ecuatoriano, 2010).

### **Factores Culturales**

Las artesanías son una representación cultural del país al cual ellas pertenecen. En el Ecuador existen diferentes áreas en donde muchos artesanos se conglomeran para poder exponer sus productos, en el caso de Quito, existe el Mercado Artesanal, sitio en donde se venden diferentes artículos que representan la cultura indígena que tiene el país.

El Ecuador tiene varios artesanos que han permitido que a través de sus artesanías, la cultura del país pueda ser conocida por todos, tanto extranjeros como nacionales que viven en el mismo país.

Este factor permite que la industria artesanal siga creciendo, pues los artesanos tienen su puesto de trabajo y sus ingresos fijos y al mismo tiempo la cultura del país se promociona.

### **Factores Políticos - Legales**

En el ámbito Político – Legal para la industria artesanal, se debe tomar en cuenta varios puntos, en primer lugar las leyes que mantienen en este momento los artesanos, que son Ley de Defensa del Artesano y Ley Fomento Artesanal.

De acuerdo a un análisis realizado por José Franco sobre la Ley de Defensa del Artesano, la misma habla de los derechos de los artesanos, los artesanos mantienen un Órgano Administrativo, Junta Nacional de Defensa del Artesano, la misma que debe velar por todas las necesidades que tengan los artesanos en los aspectos económicos, sociales y tecnológicos (Cepal, 2006).

Esta ley habla también de las asociaciones y organizaciones que están dentro del sector artesanal. Indica los requisitos que se necesita para ser artesano, así mismo menciona todos los beneficios que mantienen los miembros de este sector como son las capacitaciones, los créditos financieros, entre otros.

Lastimosamente, la mayor parte de puntos que se han expuesto en la Ley de Defensa del Artesano, no se han cumplido, es por eso que la Junta Nacional se encuentra realizando una nueva ley, misma que desean se vuelva orgánica para que sea tomada en cuenta y tenga la misma importancia que las demás leyes del país.



La nueva ley va a ser la unión de la Ley de Defensa del Artesano y Ley Fomento Artesanal, misma que se llamará Ley Orgánica de Desarrollo y Fomento Artesanal, como indica la presidenta de la JNDA en una entrevista mantenida en Ecuador Tv, esta ley abarcará ideas de las dos leyes, mismas que serán para proteger al artesano, que seamos considerados como cualquier otra industria en el país (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2010).

Este factor legal anteriormente presentado es muy importante para el desarrollo de la industria artesanal, pues lastimosamente los artesanos aun no son considerados como una fuerza del país que produce empleo y ganancias al país, es por eso que varios gremios artesanales se han reunido para protestar y hacer valer sus derechos y que se cumpla la ley.

Otro factor muy importante es las nuevas leyes que en un principio se pusieron con respecto a las importaciones de materiales, maquinarias y productos terminados, pues beneficiaban a los artesanos para que de esta manera puedan vender sus productos en el país. Se inició con cupos, los mismos que son una restricción en el número de piezas que se importe, seguido de salvaguardas, las mismas que son un porcentaje adicional al arancel que mantienen las diferentes partidas arancelarias.

Actualmente los cupos existen solo para ciertos productos, mientras que las salvaguardas ya no existen para ningún producto, a partir del mes de mayo del año 2010, se fueron reduciendo poco a poco hasta llegar a un 0% en salvaguardas. Esta información es de acuerdo a los diferentes boletines emitidos por el COMEXI (Consejo de Comercio Exterior e Inversiones).

### **Factores Tecnológicos**

Al tratarse de la industria artesanal, como su nombre lo indica, los productos que se producen en la misma deben ser realizados mayormente a mano ya que esa es su característica.

Es muy importante recalcar que la maquinaria y la tecnología ayudan mucho para mantener una producción mucho más rápida y en especial cuando dicha producción es en volúmenes grandes.

En el caso de la producción de muñecas de trapo y específicamente muñecas de trapo decorativas para la cocina, se necesita principalmente una máquina de coser. El único factor tecnológico que afectaría a la industria artesanal enfocándose en este trabajo de titulación sería la obtención de esta máquina.

En el Ecuador, existe un solo sitio en donde se puede comprar este tipo de máquinas necesarias, el cual es Singer, una empresa que las comercializa en el país ya que no existe producción de máquinas de coser en Ecuador. En este caso los artesanos deben importar la tecnología necesaria, lo cual es bastante costoso, tomando en cuenta que aparte de esto se debe cancelar los aranceles que tiene el Ecuador. Una máquina de coser paga el 25% sobre el valor CIF de la importación (Arancel de Importación, 2010).

### **Factores Ambientales**

Las muñecas de trapo en general no utilizan productos que dañen al medio ambiente, es más en la mayoría de muñecas se reutiliza los productos, telas y accesorios para no desperdiciar y de igual manera no crear más basura en el país y en el mundo.

#### **5.1.7 Costos y Precios**

A mayor calidad mayor precio. Esta frase tan conocida, se aplica también para seleccionar los materiales que se utilizarán para realizar las muñecas de trapo. Como se pudo ver en el análisis de los proveedores, se tienen diferentes sitios en donde se logra conseguir los materiales para realizar las muñecas, pero es muy importante destacar que la calidad de los productos que se utilice hace la diferencia del tipo de muñeca que va a vender. De acuerdo a las

investigaciones y experiencias de las diferentes profesoras de manualidades que realizan las muñecas de trapo, se ha podido determinar que los productos del centro de la ciudad de Quito, tienen una muy buena calidad y el beneficio que el costo de los materiales sea bajo, permite tener un mayor margen de ganancia al momento de sacar al mercado los diferentes modelos de las muñecas de trapo.

Según entrevista mantenida con Giovanna Ávila, profesora de manualidades y productora de las muñecas de trapo decorativas para la cocina, se ha determinado que la muñeca tiene un costo solo en materiales aproximadamente de \$ 7.11 dólares americanos. El modo para obtener el costo de la mano de obra se lo realizaría en base al salario mínimo que tiene el país, \$ 264.00, con este dato el costo por hora es de \$ 1.65; el tiempo promedio que se toma en realizar la muñeca es de tres horas por lo que de acuerdo a lo anteriormente explicado, el costo de mano de obra sería de \$4,95 dólares americanos, dando un total de \$ 12,06 de costo de la muñeca de trapo.

En el mercado nacional la muñeca se vende entre \$ 25.00 y \$ 30.00 dólares americanos, este precio se debe a la mano de obra y todo el trabajo de elaboración que tiene la muñeca.

Para calcular el precio de venta de las muñecas de trapo decorativas para la cocina se debe considerar el costo que tiene la misma, pero también se debe tomar en cuenta el tiempo y la mano de obra para producir esta muñeca. Es por esto que, Giovanna Ávila, profesora de manualidades y productora de las muñecas de trapo, al costo que obtiene sumando el gasto en los materiales, multiplica el mismo por tres obteniendo así el precio de la muñeca. En esta multiplicación está considerada ya la mano de obra y tiempo.

Es importante recalcar que en la entrevista realizada a Giovanna Ávila, indica que los artesanos en general, para poder determinar el precio al que deben vender sus artesanías, la mano de obra se incluye ya en la multiplicación por

tres que se explicó anteriormente, pues no siempre calculan tomando como base el salario mínimo vital que tiene el país ya que lo que los artesanos producen son, valga la redundancia, artesanías, no productos hechos en serie en donde se dedican horas específicas para realizar los mismos.

Los precios detallados en esta sección, son costos que se mantienen en el mercado local. Los precios en el mercado Italiano, se detallan en el capítulo tres.

## **5.2 CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE COMPETENCIA, PROVEEDORES, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN, PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS, PRECIOS REFERENCIALES**

En este capítulo se presentará diferentes análisis que permitan conocer de una mejor manera al mercado a donde van dirigidas las muñecas de trapo decorativas para la cocina. Temas que ayudan a entender como ingresar al mercado meta.

### **5.2.1 Análisis de la Competencia**

Con respecto a la competencia para poder obtener la factibilidad de exportar muñecas de trapo decorativas para la cocina al mercado de Italia, es importante tomar en cuenta dos datos, tanto la producción como las importaciones de artesanías de Italia.

#### **Producción**

De acuerdo a un estudio realizado por el CBI (*Center of the promotion of imports from developing countries*) de la producción de productos hechos a mano en Italia, en el año 2007 Italia ocupaba el segundo puesto como país productor de artículos de decoración, esto representaba el 12% en la Unión Europea (CBI, 2009).

En la Unión Europea, Italia es el mayor productor de artículos de madera, estatuas, canastas, entre otros que sean específicamente realizadas a mano. Dichos artículos se los realiza especialmente al centro y norte de Italia.

Italia es un país que mantiene un mercado artesanal en constante crecimiento, tiene un posicionamiento bastante fuerte debido a los diseños y estilos de producción que tiene Italia.

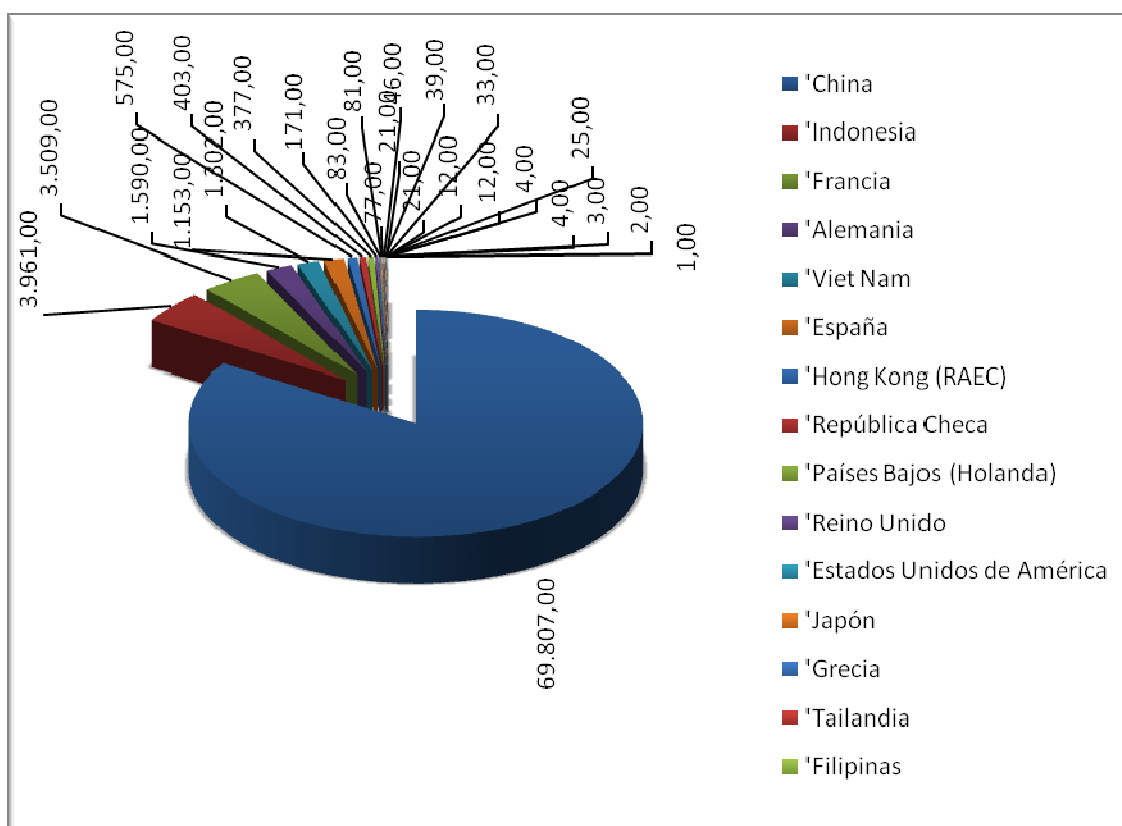
Lo importante es que Italia se caracteriza por la producción de figuras porcelana debido a su alto nivel de tecnología que mantiene la cual le permite ser el número uno en este sector.

Con respecto a la producción de artesanías hechas a mano, el nivel que mantiene Italia es bastante bajo, ya que como se indica anteriormente, le caracteriza la porcelana la cual necesita de bastante tecnología y no tanto trabajo a mano.

### Importaciones

A continuación se presenta un gráfico obtenido del TradeMap, el cual registra el nivel de importaciones de Italia, bajo la partida arancelaria para muñecas de trapo

**Gráfico 2. 3 Países de donde Importa Italia**



Fuente: Trade Map

Elaborado por: Ecuador Exporta

En el gráfico anterior se puede observar las importaciones en valor FOB de Italia bajo la partida arancelaria para muñecas de trapo, mismas que como ya se mencionó anteriormente, se las clasifica como juguetes. Es notable que China es el principal proveedor de Italia, seguido de Indonesia.

Este suceso se debe a que a pesar de que la calidad de los productos chinos no es muy buena, los precios que mantienen son bastante competitivos, lo que permite que ingresen de una manera más fácil al mercado.

A continuación se presenta una foto de dos tipos de muñecas que importan desde los países asiáticos, en especial China. Como se puede ver no tienen ningún parecido con las muñecas de esta investigación.

**Foto 2.41 Muñecas Italia**



**Fuente:** Investigación realizada  
**Elaborado por:** Ecuador Exporta

En general los países asiáticos son el mayor competidor debido a los precios que mantienen y se vuelven bastante competitivos, no solo en Italia sino también en todo el resto del mundo.

En el gráfico número 3 de los proveedores de Italia, se puede ver que entre los primeros cinco están países de la misma Unión Europea. Esto se debe a que no existen restricciones arancelarias entre este grupo y tienen como preferencia ayudar a los miembros de su mismo grupo.

## 5.2.2 Análisis de los Proveedores

Debido a que existen diferentes materiales que se necesitan para poder realizar una muñeca de trapo, a continuación se presentará un cuadro comparativo en donde se detalla los diferentes materiales que se necesitan, la disponibilidad de los productos y los diferentes proveedores que se encuentran en la ciudad de Quito para producir una muñeca de trapo decorativa para la cocina.

**Cuadro 2. 3 Detalle de Precios de Materiales**

Productos Necesarios	Cantidad Producto	Cantidad Proveedores		Precio	
		Norte	Centro	Norte	Centro
Tela Kiana	1 metro	1	mas de 2	2.20	2.00
Tela Arabela	1 metro	1	mas de 2	2.40	2.40
Tela de Algodón	2 metros	1	2	9.00	4.00
Felpa pelo largo	1 metro	-	1	-	9.90
Perla N° 6	1 Zarta	-	mas de 2	-	0.50
Plumón	1 Funda	1	1	4.40	3.50
Elástico	1 Pieza	1	mas de 2	1.00	0.40
Silicón	1 Barra	1	mas de 3	0.30	0.16
Palo de Pincho	1 Funda	1	mas de 2	0.74	0.74

**Fuente:** Visitas a los diferentes locales comerciales

**Elaborado por:** Ecuador Exporta

Como se puede ver en el cuadro 3, en la ciudad de Quito existen algunos proveedores los cuales cuentan con los materiales que se necesitan y utilizan en el proceso de producción de una muñeca de trapo decorativa para la cocina. Es muy importante destacar que la mayoría de estos productos son importados de diferentes partes del mundo, en especial de Colombia y los Estados Unidos.

De acuerdo a las investigaciones realizadas en este trabajo de titulación, se pudo determinar que los materiales que se utilizan en la producción de una muñeca de trapo decorativa para la cocina se los encuentra con mayor facilidad en el centro histórico de Quito y los precios de los mismos son mucho más convenientes y competitivos que los precios que tienen los proveedores del norte de la ciudad.



Otra de las características de los proveedores que existen en el centro histórico es que, al estar dirigidos a un status social más bajo que los locales del norte de Quito, existe mayor posibilidad de negociar los precios que se ofrecen. En los locales de los proveedores del Norte se mantiene un precio ya fijo el cual no se lo mueve por ningún motivo, mientras que en el centro al ser un consumidor conocido, los proveedores dan mayor facilidad de negociar los costos y muchas veces se consiguen precios más bajos que los que ofrecen habitualmente.

Según el cuadro 3, se puede ver que en el Norte de la ciudad de Quito no se consiguen todos los materiales, en especial en lo que respecta a la felpa, que se usa para simular el cabello de la muñeca, solo existe en el centro de la ciudad. Lo que sí cabe recalcar es que con respecto a las telas de algodón, la calidad que tienen los locales del norte es mucho mejor que la calidad en el centro, esto se puede notar en el precio, pues son mucho más altas las de mejor calidad.

Por último es importante analizar el tipo de financiamiento que dan los proveedores, pues al ser locales comerciales, es complicado que den este tipo de servicio ya que no tendrían como cobrar a sus clientes, pero de acuerdo a la entrevista realizada a la Sra. Nancy del local El Conejo en el centro de Quito, puede existir la posibilidad que si son productores grandes de muñecas, ella se vuelva una distribuidora y de esta manera dar financiamiento a sus clientes.

### **5.2.3 Canales de Promoción y Distribución**

De acuerdo a una entrevista mantenida con el Jefe de la Oficina Comercial Ecuatoriana en Italia, Mariuxi Cárdenas, a través de correo electrónico, indica que para que una persona monte un local comercial en Italia es bastante costoso, pues el alquiler de los locales es bastante alto en toda Italia, por lo que actualmente las artesanías ecuatorianas se las envía a diferentes ecuatorianos residentes en el país quienes ya tienen su propio local comercial y que ofrecen

diferentes tipos de artesanías para la sociedad. (M. Cárdenas, comunicación vía e-mail, Agosto 17, 2010).

Son realmente pocos los locales de artesanías que existen, se los encuentran en diferentes calles de Italia pero no dentro de centros comerciales, ya que como se indica anteriormente, el alquiler es bastante alto.

En Milano - Italia, se realiza todos los años en Diciembre una feria para el trabajo artesanal llamada Artigiano in Fiera, en italiano Feria del Artesano. Para ingresar a esta feria se debe cancelar un valor como membresía y llenar unos formularios para poder promocionar las artesanías de diferentes partes del mundo. Así como también en Bologna, todos los jueves hay una feria artesanal para vender artesanías.

#### **5.2.4 Productos Sustitutos y Complementarios**

Para definir los diferentes sustitutos que tengan las muñecas de trapo, se debe primero determinar el uso que se le dará a las muñecas ya que al existir una variedad infinita de maneras de utilizar las muñecas, existen de igual manera varios sustitos.

En este trabajo de titulación, las muñecas de trapo se las utiliza principalmente como artículos decorativos y al ser así, existen varios productos sustitutos que cumplen la misma función de las muñecas, decorar el sitio en donde se las coloque.

Debido a que este trabajo está enfocado en un tipo específico de muñeca, el cual es una muñeca decorativa para la cocina que se la utiliza para guardar las fundas de basura, como se demuestra en la foto a continuación, los productos sustitutos para dicha muñeca son cualquier tipo de caja de cartón o de madera en donde se puedan guardar las fundas, un cajón que no esté ocupado en la cocina, una bolsa plástica grande, una funda grande de tela, en fin existen

diferentes artículos en donde se podría colocar las fundas de basura que sustituyen perfectamente a la muñeca de trapo decorativa para cocina.

**Foto 2.42 Fundas**



**Fuente: Investigación realizada  
Elaborado por: Ecuador Exporta**

**Foto 2.43 Cajón**



Con respecto a los productos complementarios, mismos que son los productos que se utilizan juntamente con el producto principal, para las muñecas de trapo decorativas para la cocina, están específicamente las fundas plásticas ya que dicha muñeca está realizada justamente para guardar toda clase de funda.

Anteriormente se detalló los usos principales que se le da a la muñeca de trapo decorativa para la cocina, los productos complementarios son los manteles, los costales, las bolsas para llevar las compras, entre otras.

Es importante recalcar que el mundo de hoy está muy preocupado por el calentamiento global, por cuidar el planeta y las autoridades están tratando de concientizar a la sociedad de utilizar fundas de tela y no de plástico como se ha venido utilizando hasta hoy. Pues este suceso no sería una desventaja para la muñeca de trapo que se presenta en este trabajo, ya que las fundas de tela que se pretende utilizar, también se las puede guardar en la muñeca de trapo decorativa para la cocina las mismas que actuarían como un producto complementario.

### 5.2.5 Precios Referenciales

Debido a que existen varios países de los que Italia importa las muñecas de trapo, es muy importante conocer los precios de las muñecas de trapo.

De acuerdo a un estudio realizado por la Corpei, a continuación se presenta un cuadro de los precios referenciales de las muñecas de trapo en Italia.

**Cuadro 2.4 Precios Referenciales de las Muñecas de Trapo en Italia**

<b>Año</b>	<b>Producto</b>	<b>Valor</b>	<b>Volumen</b>	<b>Precio Referencial</b>
2005	PA. 95030021; DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, WHETHER OR NOT CLOTHED	0,00	0,00	0,00
2006	PA. 95030021; DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, WHETHER OR NOT CLOTHED	0,00	0,00	0,00
2007	PA. 95030021; DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, WHETHER OR NOT CLOTHED	124.674,00	10.441,70	11,94
2008	PA. 95030021; DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, WHETHER OR NOT CLOTHED	114.949,00	8.415,10	13,66
2009	PA. 95030021; DOLLS REPRESENTING ONLY HUMAN BEINGS, WHETHER OR NOT CLOTHED	83.314,00	6.052,40	13,77

**Fuente:** Corpei

**Elaborado por:** Corpei

Como se puede ver en el cuadro 2.4, el precio de las muñecas en el 2007 era de USD 11.94 y en el 2009 era de USD 13.77. Con estos datos se puede obtener un precio promedio el mismo que es de USD 13.12 por artículo importado tomando en cuenta los precios que han tenido las muñecas de trapo desde el año 2005 al 2009. Este dato da una idea del mercado que hay en

Italia, tener una referencia de que precios se deben colocar para que las muñecas de trapo tengan una buena acogida en dicho país.

Los precios son bastante bajos, pero es importante recalcar que el tamaño de las muñecas es bastante pequeño y que no tienen ningún parecido a las muñecas de trapo decorativas para la cocina de las que se trata en esta investigación. Por lo tanto, el precio de las muñecas de trapo de esta investigación (USD 45.00) no son comparables con las que importa actualmente Italia (Corpei, 2010).

Es importante recalcar que para obtener el precio de las muñecas de trapo decorativas que tendrían en el mercado italiano, se ha tomado en cuenta los costos de envío hasta Italia, empaque y margen de utilidad.

### **5.3 CAPÍTULO III: CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

En este trabajo de titulación, el país que se ha escogido para exportar las muñecas de trapo decorativas para la cocina es Italia. A continuación se detallarán todas las características que tiene este país y de esta manera analizar si Italia es un mercado atractivo para la exportación de muñecas de trapo.

#### **5.3.1 Factores Demográficos, Económicos, Sociales, Culturales, Políticos, Legales y Tecnológicos que determinan los Gustos, Preferencias y Comportamiento del Mercado Meta**

A continuación se realizará un análisis de los diferentes factores que permitirán conocer un poco más de Italia y determinar el comportamiento de la sociedad.

#### **Factores Demográficos (Central Inteligent Agency, 2010)**

Italia, una península situada al sur del continente europeo, tiene un área de 301.340 km cuadrados de superficie. Su clima es mediterráneo, es decir un invierno templado y un verano seco y caluroso.

Es un país que mantiene una población de 58.090.681 habitantes, este dato es un estimado hasta Julio del 2010. Su estructura es la siguiente:

0-14 años: 13.4% (hombres 4.026,439/mujeres 3.785,978)

15-64 años: 66.2% (hombres 19.531,498/mujeres 18.945,442)

65 años y más: 20.3% (hombres 4.929,640/mujeres 6.871,684) (2010 est.)

El idioma principal de Italia es el italiano, en ciertas partes del país se habla también alemán, francés y esloveno. El 90% de su población mantiene religión católica.

Al ser el italiano un idioma bastante parecido al español, beneficia ya que será fácil de comprender al momento de realizar negocios con este país. La religión católica tampoco será un impedimento para el ingreso de las muñecas decorativas al mercado italiano, pues es la misma que se mantiene en el Ecuador y no existe ninguna restricción.

### **Factores Económicos**

A continuación se analizarán los diferentes factores económicos de Italia como por ejemplo el Producto Interno Bruto, la moneda y su tipo de cambio, la inflación, entre otros factores que ayudan a determinar el nivel de competitividad en el ámbito económico.

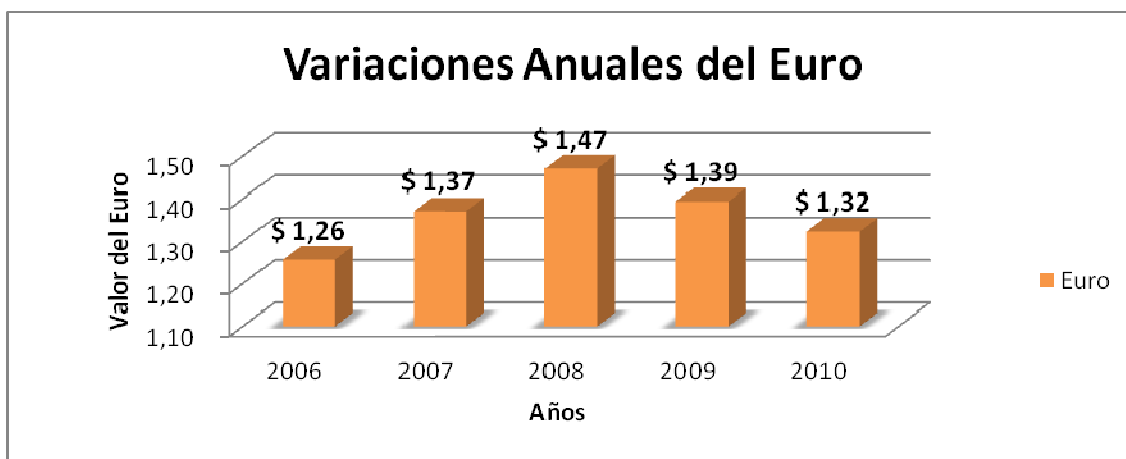
Para el año 2009, el PIB de Italia fue de \$2.114 trillones dólares americanos y tuvo un crecimiento de -4.8% con respecto al año anterior, pues sus importaciones aumentaron y las exportaciones crecieron en un porcentaje bastante pequeño. Este dato demuestra que su producción interna ha ido decayendo, lo que da cabida a que los demás países puedan ingresar productos a este país.

El tipo de cambio es un factor económico que en este trabajo de titulación interesa bastante ya que el Ecuador tiene al dólar como moneda. Los costos que se mantienen en la producción de las muñecas de trapo decorativas para la cocina son en dólares y el precio de venta de igual manera es en dólares, pero para poder vender en Italia, la moneda de transacción es el euro.

Como se ha podido notar, el euro es una moneda que ha tenido bastantes variaciones durante los últimos años, actualmente el valor del euro es de \$ 1.32. En el gráfico 3 se puede observar las variaciones que ha tenido el Euro desde el año 2006 hasta lo que va del año 2010. Mantiene un promedio pero diariamente va cambiando lo que afectaría en el costo que se mantendría para

la muñeca de trapo, y de igual manera afectaría en el nivel de ganancia para los productores ecuatorianos.

Gráfico 3.4 Variación Anual del Euro del 2006 al 2010



Fuente: Banco Central

Elaborado por: Ecuador Exporta

Otro factor económico importante para analizar es la inflación. Italia mantiene una inflación de 0,8% para el año 2009. Mantiene un incremento bastante pequeño lo cual beneficia para la exportación de las muñecas de trapo decorativas para la cocina, ya que los precios no varían en gran cantidad y de igual manera los ingresos que mantiene la sociedad son suficientes para poder comprar este tipo de productos (Cia, 2010), como lo determina sus ingresos per cápita.

El PIB per cápita, factor económico bastante importante para analizar de una manera general el nivel de bienestar que mantiene la sociedad de un país. En lo que respecta a Italia, el PIB per cápita para el año 2009 es de \$ 30.300 dólares americanos. Un valor considerablemente alto. Con esto se puede determinar que los habitantes italianos tienen un buen poder adquisitivo y no sería una traba para poder vender las muñecas de trapo decorativas que se va a exportar (Cia, 2010).



## **Factores Sociales**

De acuerdo a la página Central Inteligen Agency, la migración de Italia es 2,07 / 1000 habitantes, este es un nivel bastante bajo, pues demuestra que es un país estable en donde no hay necesidad de que la gente salga para conseguir fuentes de empleo.

Con respecto a los grupos étnicos en Italia se puede observar que no existen muchos ya que solo hay pequeñas agrupaciones de alemanes, franceses y eslovenos. Esto beneficia ya que de esta manera no existen variedades de culturas y gustos en el país.

Italia tiene una sociedad en donde el 98% de la misma esta alfabetizada y mantiene una educación de un muy buen nivel. Este factor ayuda a disminuir la pobreza y la desigualdad dentro de la sociedad (Banco Mundial, 2010).

## **Factores Culturales**

Italia es un país muy reconocido por su arte y su arquitectura. Al ser un país antiguo tiene mucha historia en todas sus esculturas y sus edificaciones.

Con respecto a las artesanías, Italia tiene bastantes figuras y adornos en cerámica, jarrones y figuras humanas, pero la producción de productos en trapo es bastante pobre por no decir que es totalmente escasa.

Este punto beneficiaría al ingreso de las muñecas de trapo decorativas para la cocina, ya que Italia sí mantiene una cultura artesanal pero en dicho país no existen este tipo de productos de trapo.

De igual manera, en Italia se realizan la mayoría de ferias artesanales en donde participan países de todo el mundo promocionando sus productos.

## **Factores Políticos**

La política de Italia es republicana, democrática. Son gobernados por el presidente Giorgio Napolitano desde el año 2006, su periodo de gobernación tiene una duración de siete años.

Es un país que está dividido por regiones mismas que son 15 y existen 5 regiones las cuales son autónomas.

Italia mantiene una entidad llamada Confcommercio, la misma que es la encargada de todo lo referente a productos manufacturados, empresas y los consumos que tiene la sociedad. Esta entidad analiza todo lo referente al comercio italiano (Confcommercio, 2009).

## **Factores Legales**

Debido a que este trabajo de titulación se basa en la exportación de muñecas de trapo decorativas para la cocina, es muy importante tener en cuenta que la descripción de la partida arancelaria es la siguiente:

9503.00.21.10 Muñecas y muñecos que representan solamente seres humanos y partes y accesorios.

A este producto se lo clasifica como juguetes. Es por esto que se deben cumplir algunos requisitos para ingresar al mercado Italiano, los mismos que serán descritos a continuación.

Los productos deben llevar consigo una etiqueta ecológica que indique que la manufactura de la muñeca no ha producido ningún impacto al medio ambiente o que el mismo es bastante reducido (Corpei, 2010).

Para que las muñecas de trapo gocen de la preferencia arancelaria a través del Régimen Arancelario SGP, las mismas deben llevar un certificado de origen demostrando que son de un país en vías de desarrollo (Corpei, 2010).

En el mercado europeo toman mucho en cuenta lo que es la salud de la sociedad en general, por lo que los juguetes, para ingresar al mercado, deben contar con una etiqueta con el sello CE, el mismo que indica que el artículo puede ser inspeccionado y que no ocasiona ningún riesgo de infección o daño (Corpei, 2010).

### **Factores Tecnológicos**

La tecnología es un factor importante al momento de analizar el mercado meta, pues para el país es una ventaja bastante buena ya que le permite desarrollarse y mejorar su producción en cualquier industria.

En Italia la tecnología es algo bastante bueno, lo que le ayuda a tener productos de muy buena calidad. Para los productores que exportan a Italia esto se convertiría en una desventaja ya que con un nivel alto de tecnología existe mayor competitividad y obviamente el país no va a requerir de importar productos que sean producidos con menor tecnología.

Con respecto a las muñecas de trapo decorativas para la cocina, el nivel alto de tecnología no afecta completamente ya que al ser artesanías, no se necesita mucha maquinaria para producir.

### **5.3.2 Tamaño del Mercado (CBI, 2009)**

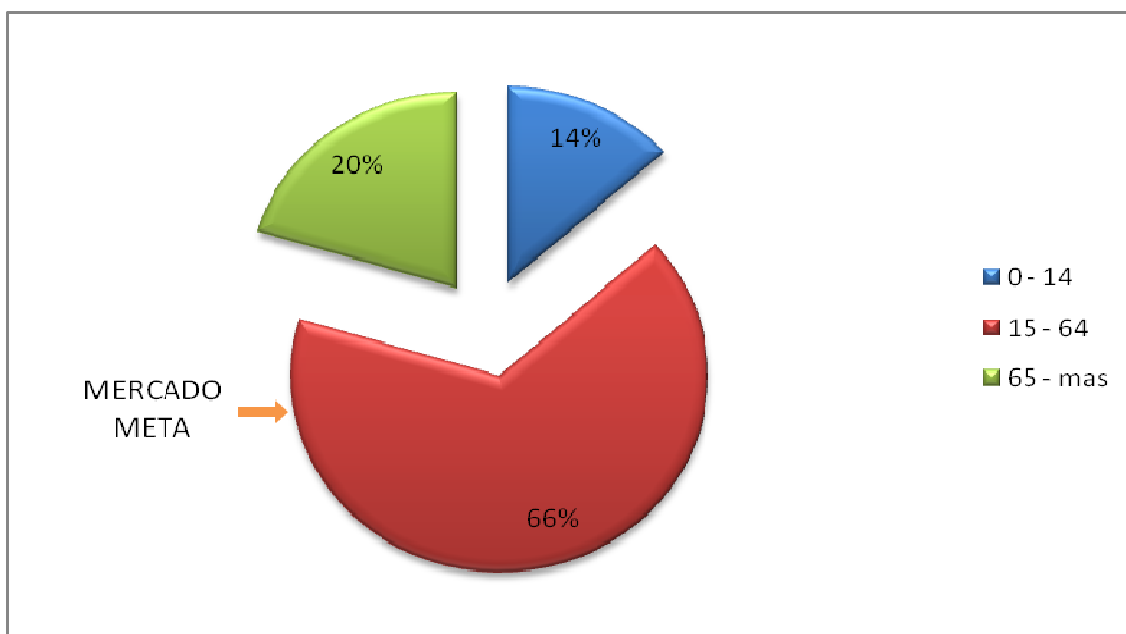
Como se indicó anteriormente, la mayoría de la población italiana está entre los 15 y 64 años de edad. En este grupo existen jóvenes, parejas jóvenes de casados, casados que ya tienen hijos y personas adultas.

Los jóvenes italianos tienden a cambiar la decoración de sus casas en general constantemente, podría ser un segmento de mercado muy atractivo, pero dichas personas se fijan más en el costo de los productos que en la calidad y utilidad que tienen las artesanías, por lo que no es un segmento prometedor.

Seguido de este grupo, están las parejas de casados que tienen hijos. Este segmento busca artículos decorativos que tengan buena calidad, pero especialmente que sean productos que no se rompan con facilidad, justamente porque tienen hijos pequeños. Las parejas de casados que tienen hijos grandes, se preocupan más en tener su casa bien decorada y atractiva porque ya están en una etapa en la que están llenos de compromisos y visitas. No les molesta pagar un poco más si el producto es de buena calidad, original y colorido.

Es por esto que el tamaño del mercado al que están dirigidas las artesanías decorativas es a personas entre 45 y 65 años, que no les incomoda pagar un poco más de dinero por productos de calidad. Esta población representa el 65% del total.

**Gráfico 3. 5 Tamaño del Mercado Meta**



Fuente: CBI

Elaborado por: Cristina Yerovi

### 5.3.3 Comportamiento del Consumidor (CBI, 2009)

Para tener una idea más clara del mercado Italiano, es importante referirse a gustos y preferencias que mantiene dicho mercado. En esta sección se mencionará algunos datos sobre las preferencias de la sociedad italiana con respecto a las artesanías.

En Italia, la sociedad de la parte sur del país gana más o menos el 75% de lo que la población de la parte norte, lo que indica el comportamiento de compra del consumidor. Los de la parte norte de Italia, se fijan en exclusividad y originalidad sin tener en cuenta precios, mientras que los del sur solo les importa el precio de los artículos.

El consumo de artículos de decoración para las casas en el mercado europeo para el año 2007 era de 13 billones de euros e Italia representaba el segundo país de mayor consumo, representando el 16% de todo el continente europeo.

De acuerdo a un estudio realizado por la CBI (Center for the Promotion of Imports from developing countries), la sociedad italiana se caracteriza por ser los más regalones de toda la población europea. Según un estudio realizado, los locales comerciales en Italia venden alrededor de un millón de regalos anualmente y cada italiano compra más o menos 20 regalos por año.

Al ser los italianos personas muy sociables y que especialmente al momento de almorzar o cenar, les gusta mucho estar acompañados, les interesa que especialmente su cocina este bien decorada y adornada, sin importar el costo que esto represente. Los consumidores italianos son reconocidos por su estilo tan sofisticado que mantienen, tanto en su forma de vestir como en la forma de decorar sus casas, les gusta productos originales y que sean diferentes.

A los europeos y en especial la sociedad italiana les llama mucho la atención cualquier producto que represente la cultura de donde proviene el mismo. Los

consumidores italianos son personas que les fascina dar regalos, y no se fijan en el precio del mismo, nada más que cumpla con lo que están buscando.

Debido a que a los italianos les interesa dar regalos en una forma de agradecimiento y generosidad tanto a sus familiares como amigos, los productos que más compran son todos aquellos que están hechos a mano, con alguna técnica en especial y diferente a la usual, que mantienen una historia cuando fueron realizados, productos exóticos y que estén hechos con productos naturales.

En vista que en Italia, la sociedad está buscando vivir a las afueras de las ciudades, están muy interesados en adquirir productos de jardinería y que estén relacionados con el medio ambiente, que les permita salir de la cotidianidad de la ciudad, es por esto que el consumo de productos rústicos ha aumentado y lo seguirá haciendo durante varios años.

La crisis económica por la que han pasado en Italia, no ha sido un impedimento para la compra de artículos decorativos, el cambio que ha existido es que ahora se fijan más en diseños exclusivos para adquirir los productos. Este suceso ha hecho que los italianos compren menos pero con mejor calidad, se vuelvan más exigentes sin importar el precio.

Hoy en día, la sociedad italiana se fija mucho más en el tipo de tecnología y producción que tienen los artículos decorativos y artesanías antes de adquirirlos, se interesan en el impacto que estos mismos crean en el medio ambiente. Mientras mayor sea el uso de materiales reciclables, mayor demanda existe por ese producto. Y como ya se indicó anteriormente, mientras más original y exclusivo sea el producto, mayor será la cantidad de consumidores.

En general, un europeo considera mantener una buena imagen como amigo, por lo que se interesan mucho en dar buenos regalos. Prefieren gastar más en un obsequio que en algún artículo para su uso personal.

Como ya se indicó anteriormente, el segmento al que están dirigidas las muñecas va entre 14 y 64 años, pues son personas que buscan cambiar constantemente la decoración de sus hogares. No les molesta pagar un poco más para tener mejor calidad, originalidad y sus expectativas cumplidas.

Para adquirir sus productos, los italianos lo hacen de diferentes maneras. Se dirigen a locales comerciales especialmente de artículos decorativos que los mismos productores / importadores tienen, lo piden a través del internet para que les llegue por correo, prefieren realizarlos por su cuenta en programas de Do It Yourself o los adquieren en supermercados.

#### **5.3.4 Barreras y Tratados Comerciales**

En esta sección se realizará un análisis de las barreras y tratados que se mantiene con Italia para la exportación de muñecas de trapo decorativas para la cocina. De igual manera se detallarán los trámites que se necesitan realizar para exportar las muñecas de trapo.

La Unión Europea mantiene un reglamento, N° 732/2008 del Consejo, el cual habla de las preferencias arancelarias que brinda a los países menos desarrollados. Este reglamento se lo aplica desde el año 2008 y se lo ha extendido hasta el año 2011.

El reglamento antes mencionado habla sobre la aplicación de los aranceles a los diferentes países. Indica que todo país que se encuentre en etapas de desarrollo, recibirá ayuda arancelaria, dependiendo del grado de desarrollo que el mismo mantenga, con respecto a las exportaciones hacia la Unión Europea.

Las muñecas de trapo decorativas para la cocina en el arancel aduanero se las clasifica en la subpartida 9503.00.21.10 la cual indica lo siguiente: Muñecas decorativas vestidas a la usanza folklórica características del país de origen, hechas a mano; esta subpartida paga un arancel del 4,7% (Exporthelp, 2010). Pero como indica dicho arancel, si las muñecas ingresan con un certificado de origen, las mismas pagarán un arancel del 0%.

Es muy importante detallar que dicho reglamento, se modificará cuando el país que mantiene la preferencia arancelaria con la Unión Europea mejore en términos de balanza comercial y dejará de gozar de dichas preferencias. Esta información debe ser proporcionada por el Banco Mundial.



## 6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

- Al momento de realizar una muñeca de trapo decorativa para la cocina, lo más importante es tener ingenio y creatividad, ya que no existe un prototipo de muñeca debido a que cada una se acomoda a las exigencias del mercado al que van dirigidas.
- Las muñecas de trapo decorativa para la cocina, tienen una ventaja realmente importante con respecto a otros artículos que realizan la misma función ya que no solo mantiene un orden en la cocina, sino también da un ambiente decorativo y original en la misma.
- En los últimos años ha existido un alza considerable en las exportaciones de artesanías ecuatorianas a diferentes partes del mundo debido a la promoción y aspectos positivos que favorecen al sector artesanal a pesar de los problemas aún existentes como por ejemplo la facilidad para obtener un crédito financiero, la calidad de la materia prima, la ley artesanal, entre otros.
- Las diferentes ferias que las entidades como la Corpei y la Junta Nacional de Defensa del Artesano realizan y promocionan, han ayudado que año tras año la acogida que tienen las artesanías ecuatorianas crezca.
- La industria artesanal en el Ecuador todavía tiene mucho a donde crecer. Actualmente se están realizando diferentes reformas, mejoras y consideraciones como por ejemplo hacer que la Ley del Artesano se transforme en una ley orgánica, aumentar el número de capacitaciones tanto dentro del país como fuera del mismo, mejoras en los beneficios económicos para los artesanos.

- En Italia, la producción de artículos en trapo, en especial muñecas de trapo, es nula ya que dicho país se caracteriza por realizar artesanías de porcelana. El principal país de donde importa Italia muñecas de trapo es China, debido a sus bajos costos.
- Para realizar una muñeca de trapo decorativa para la cocina, existen varios proveedores que cuentan con los materiales necesarios y dependiendo del nivel de producción se puede obtener una buena negociación con los mismos. En Quito, la mayoría de proveedores están situados en el centro de la ciudad.
- El principal canal de promoción de las muñecas de trapo decorativas para la cocina en el mercado italiano es las ferias artesanales que se realizan anualmente, sitio en donde se trabaja con pago de contado de los artículos. De igual manera llegar a los consumidores a través de los ecuatorianos residentes ya en dicho país.
- A pesar de existir diversidad de productos sustitutos y complementarios para la muñeca de trapo decorativa para la cocina, ésta posee un factor extra que es aportar positivamente al medio ambiente, sin usar productos dañinos ni que se demoran en degradar.
- Los precios de las muñecas de trapo que Italia adquiere son bastante bajos, pero la calidad de dichos productos es bastante mala, lo que no compite con la que mantienen las muñecas de trapo decorativas para la cocina.
- Italia es un país bastante estable en varios factores analizados, su economía mantiene movimientos constantes, sin impactos fuertes a pesar de las crisis que ha sufrido el mundo entero en esta última época.

- En Italia, la mayoría de la población está entre los 15 y 64 años, justamente la sociedad que consume productos decorativos como las muñecas de trapo.
- La sociedad italiana se caracteriza por ser muy amigable, les gusta bastante estar en constantes reuniones con amistades, dando lugar a regalar recuerdos a sus amigos. Son muy preocupados por la buena decoración de sus hogares, siendo originales y coloridos.
- El nuevo tratado comercial mantenido con la Unión Europea, ha sido la luz verde para el inicio del progreso del Ecuador al ser un país subdesarrollado, ingresando de una manera libre de aranceles y sin trabas para crecer en los diferentes negocios.
- Se concluye entonces que es factible realizar la exportación de muñecas de trapo decorativas para la cocina al mercado ya que el mismo es bastante atractivo.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Es recomendable realizar diferentes análisis como financieros y de presupuestos para obtener los diferentes niveles de utilidad que se puede obtener para que la empresa surja.
- Se recomienda la afiliación a la Junta Nacional de Defensa del Artesano para gozar de los diferentes beneficios que esta brinda. Así como también formar parte de las cámaras de artesanos de la provincia a donde pertenezcan y de esta manera todas estas entidades puedan llevar un registro de los niveles de producción y consumo de artesanías en el país.
- Debido a que existen entidades como por ejemplo Corpei, cámaras de comercio artesanales, entidades gubernamentales como ministerios, entre otras, que organizan constantemente ferias artesanales, se recomienda afiliarse a dichas entidades para ser parte de las mismas.
- Como se indica en esta investigación, el mercadeo europeo se preocupa bastante por el medio ambiente, es por esto que se recomienda en lo posible utilizar materiales que tengan muy poco impacto al ambiente y naturaleza.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Aduana del Ecuador. URL: <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>
2. Ambital Quito. Ambasciata d'Italia. URL: <http://www.ambitalquito.org/index-es.html>
3. ArtesanosEcuador. La calificación artesanal. URL: <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&idiom=1>
4. Artigiano in Fiera. Af L'Artigiano in Fiera. URL: <http://www.artigianoinfiera.com/ita/>
5. Banco Centra del Ecuador. Producto Interno Bruto por Industria. URL: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/EMensual.jsp>
6. Banco Mundial (2010). Datos. URL: <http://datos.bancomundial.org/tema/educacion>
7. Cámara Artesanal de Pichincha. La competitividad del sector artesanal. URL: <http://www.camaraartesanalpichincha.com/index.php?view=article&id=67:la-competitividad-del-sector-artesanal&format=pdf>
8. Cámara Artesanal de Pinchincha (2009). Propuesta base para la ley de desarrollo artesanal ecuatoriano. URL: [http://www.camaraartesanalpichincha.com/index.php?view=article&id=66%3Apropuesta-base-para-la-ley-de-desarrollo-artesanal-ecuatoriano&format=pdf&option=com\\_content](http://www.camaraartesanalpichincha.com/index.php?view=article&id=66%3Apropuesta-base-para-la-ley-de-desarrollo-artesanal-ecuatoriano&format=pdf&option=com_content)
9. Cámara de Comercio Italiana del Ecuador. Información General de Italia. URL: <http://www.camaraitaliana.org.ec/espanol/intercambio/informacion.htm>
10. CBI (2009). The home decoration and accessories market in the EU. URL: [http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/the\\_home\\_decoration\\_and\\_accessories\\_market\\_in\\_the\\_eu](http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/the_home_decoration_and_accessories_market_in_the_eu)
11. Cepal (2006). Estudio del Sector Artesanal del Ecuador. URL: <http://www.cepal.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacionJoseFranco.pdf>
12. Cepal (2006). Taller sobre promoción de exportaciones de artesanías. URL: [http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/Sem\\_Ecu\\_oct\\_06.html](http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/Sem_Ecu_oct_06.html)

13. Cre Satelital Ecuador (2009). Artesanos celebran 56 años de la promulgación de Ley de este sector. URL: <http://www.cre.com.ec/Desktop.aspx?Id=143&e=133649>
14. Diario HOY (2009). Sector artesanal ecuatoriano crece a un ritmo del 40% cada año. URL: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/sector-artesanal-ecuadoriano-crece-a-un-ritmo-del-40-cada-ano-354867.html>
15. Diario Los Andes (2009). El sector Artesanal siente el efecto de la crisis económica. URL: <http://www.diariolosandes.com.ec/content/view/12324/40/>
16. Dominguez. E. Analisis de Mercado URL: <http://www.monografias.com/trabajos15/analisis-de-mercados/analisis-de-mercados.shtml>
17. Dspace. Proyecto de Producción, Comercialización y Exportación de artesanías de paja toquilla en la Península de Santa Elena. URL: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1533/1/3088.pdf>
18. Ecuador Exporta (2010). Exportaciones Ecuatorianas. URL: [http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exporta1\\_resul.cgi](http://sim.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exporta1_resul.cgi)
19. El Mercurio (2009). El vicepresidente reconoce importancia del sector artesanal. URL: [http://www.mercuriomanta.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2005:el-vicepresidente-reconoce-importancia-del-sector-artesanal-&catid=7:politica&Itemid=5](http://www.mercuriomanta.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2005:el-vicepresidente-reconoce-importancia-del-sector-artesanal-&catid=7:politica&Itemid=5)
20. El Mercurio (2010). Capacitación Artesanal. URL: <http://www.elmercurio.com.ec/234886-capacitacion-a-artesanos.html>
21. El Mercurio (2010). En Manta se acuerdan definiciones de Ley Orgánica de Artesanos. URL: [http://www.mercuriomanta.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=9442:en-manta-se-acuerdan-definiciones-de-ley-organica-de-artesanos&catid=16:manta&Itemid=7](http://www.mercuriomanta.com/index.php?option=com_content&view=article&id=9442:en-manta-se-acuerdan-definiciones-de-ley-organica-de-artesanos&catid=16:manta&Itemid=7)
22. El migrante ecuatoriano. Casas Ecuatorianas. URL: <http://www.migranteecuatoriano.gov.ec/content/view/422/192/>
23. Explored (2008). Artesanos piden más crédito para su labor. URL: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/artesanos-piden-mas-credito-para-su-labor-316111.html>
24. Exporthelp (2010). Derechos de importación. URL: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/nomenclature/NomenclatureServlet?action=nomen&section=tariff&taricCode=9503002110&limitLevel=10&simDate=20110125&languageId=es#9503002110>

25. Italian Business Guide. Italian Art Crafts. URL: [http://www.italianbusinessguide.com/italian\\_art\\_crafts\\_producer\\_supplier.htm](http://www.italianbusinessguide.com/italian_art_crafts_producer_supplier.htm)
26. Jauregui A. Elemento de Analisis para estudiar mercados. URL: <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/31/eleextmkt.htm>
27. Juan E. Producción Artesanal. URL: <http://www.innatia.com/s/c-como-se-crea-una-empresa/a-produccion-artesanal.html>
28. Junta Nacional de Defensa del Artesano. Historia de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. URL: [http://www.jnda.gov.ec/jnda/index.php?option=com\\_content&view=article&id=36&Itemid=28](http://www.jnda.gov.ec/jnda/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=28)
29. La Prensa. Artesanos promueven feria que se realizará en noviembre. URL: <http://www.laprensa.com.ec/noticias.asp?notid=4634>
30. Muñiz, R. Marketing en el Siglo XXI URL: <http://www.marketing-xxi.com/analisis-del-mercado-para-la-exportacion-151.htm>
31. Peña O. Comercio Internacional URL: <http://www.monografias.com/trabajos13/comer/comer2.shtml>
32. Scribd. Los beneficios del intercambio con nuestro principal socio comercial. URL: <http://www.scribd.com/doc/18348478/Relaciones-Comerciales-Ecuador-Estados-Unidos-de-America-ATPDEA>
33. Senplades (2007). Plan Nacional de Desarrollo, Desarrollo Artesanal. URL: <http://plan.senplades.gov.ec/documento-base7>
34. Si se puede Ecuador (2009). Artesanías Ecuatorianas. URL: <http://www.sisepuedeecuador.com/turismo/rerportajes/3800-artesantias-ecuatorianas.html>
35. Silvana. Jugar es cosa de niños Historia de juguetes. URL: <http://www.jaja.cl/?a=5872&o=1#op>.
36. Trade Map. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Italia. URL: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)