



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE LAS ALTERNATIVAS DE IMPORTACIÓN DE
PRODUCTOS ARTESANALES EN ECUADOR DURANTE EL AÑO 2020

ARAUJO GUIM NAOMI SUYIN
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ANALISIS DE LAS ALTERNATIVAS DE IMPORTACIÓN DE
PRODUCTOS ARTESANALES EN ECUADOR DURANTE EL AÑO
2020

ARAUJO GUIM NAOMI SUYIN
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ANALISIS DE LAS ALTERNATIVAS DE IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS
ARTESANALES EN ECUADOR DURANTE EL AÑO 2020

ARAUJO GUIM NAOMI SUYIN
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

ARIAS MONTERO JORGE EDUARDO

MACHALA, 21 DE SEPTIEMBRE DE 2021

MACHALA
21 de septiembre de 2021

Araujo

por Nahomi Araujo

Fecha de entrega: 31-ago-2021 05:58p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1639102729

Nombre del archivo: Complexivo_Naomi_Araujo.docx (505.95K)

Total de palabras: 3188

Total de caracteres: 16950

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, ARAUJO GUIM NAOMI SUYIN, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ANALISIS DE LAS ALTERNATIVAS DE IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES EN ECUADOR DURANTE EL AÑO 2020, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

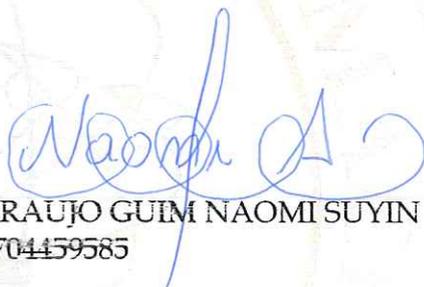
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 21 de septiembre de 2021



ARAUJO GUIM NAOMI SUYIN
0704459585

RESUMEN

En este mundo globalizado que vivimos ha provocado que el desarrollo del comercio internacional a través de los diferentes productos que hay, se expanda de manera acelerada; las artesanías no son la excepción de esa expansión, pues a pesar de que en nuestro país haya bonitos productos elaborados por nuestros artesanos, la importación de estas mercancías, son más común de lo pensado. La presente investigación tiene como objetivo analizar la importación de productos artesanales en Ecuador durante el año 2020. La metodología a aplicar en bibliográfica mediante la búsqueda de información en base de datos oficiales. Teniendo como resultado que la importación de artesanías a Ecuador es una gran fuente de ingresos para nuestros empresarios, comercializando esta clase de productos por diferentes medios.

Palabras Claves

Comercio internacional, importación, artesanías, comercialización

ABSTRAC

In this globalized world that we live in, it has caused the development of international trade through the different products that exist, to expand rapidly; Handicrafts are not the exception to this expansion, because despite the fact that in our country there are beautiful products made by our artisans, the importation of these goods is more common than thought. The objective of this research is to analyze the import of artisan products in Ecuador during the year 2020. The methodology to be applied in bibliography by searching for information in the official database.

As a result, the importation of handicrafts to Ecuador is a great source of income for our entrepreneurs, marketing this kind of products by different means.

Keywords

International trade, import, handicrafts, commercialization

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 1 |
| ABSTRAC | 2 |
| INTRODUCCIÓN | 5 |
| DESARROLLO | 6 |
| Comercio Internacional | 6 |
| Importación | 6 |
| Exportación | 6 |
| Oferta | 7 |
| Demanda | 8 |
| Artesanías | 9 |
| Importación de artesanías | 10 |
| Importaciones de productos artesanales a Ecuador | 13 |
| Industria Textil | 13 |
| Vidrio y sus manufacturas | 14 |
| Bisutería | 14 |
| CONCLUSIÓN | 16 |
| Bibliografía | 17 |

INDICE DE IMAGENES

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Importación de industria textil..... | 13 |
| Ilustración 2 Importación de vidrios y sus manufacturas | 14 |
| Ilustración 3 Importación de bisuterías | 14 |

INTRODUCCIÓN

En nuestro país las artesanías van ganado terreno en la parte comercial, siendo así que constantemente las agrupaciones de artesanos además de buscar vender sus productos de manera local, constantemente andan buscando nuevos mercados para poder expandirse de manera internacional; también es importante anotar que el consumidor ecuatoriano aparte de comprar artesanías dentro del territorio nacional, lo hace también en el exterior, principalmente bisuterías. Las artesanías a nivel mundial son muy compradas, en algunos casos sus precios son bajos, en otros casos tienen un costo alto dependiendo principalmente de su material y acabados.

Desde tiempos prehispánicos las artesanías vienen siendo un mercado importante en los países debido a que representan en magnitud sus culturas y a través de estos cuentan historias a quienes los adquieren. “Hay una amplia tipología de artesanías que predominantemente se refiere a su carácter funcional y algunas veces a sus rasgos estéticos: desde joyería con semillas y madera a piedras preciosas y metales; de objetos utilitarios” (Freitag & Del Carpio, 2016) es por esto que su comercialización es habitual, muchas artesanías son realizadas manualmente con objetos preciosos que le dan un realce mucho mayor preservando las tradiciones que tiene dicho país, ciudad, cantón o pueblo.

En Ecuador la producción de artesanía tiene una gran importancia y existe un gran número de artesanos unidos en la Junta Nacional de Defensa del Artesano con sus siglas JNDA, pero eso no es suficiente para proteger la industria local y algunos grupos económicos importan artesanías de otros países, principalmente orfebrería (bisutería), provenientes estos de diferentes países, siendo uno de los principales China.

Por lo expuesto anteriormente y en relación al tema que se plantea el objetivo del presente trabajo es, Analizar la importación de productos artesanales en Ecuador durante el año 2020 mediante la búsqueda de información en base de datos oficiales para indicar las alternativas de compra de estos productos. Para lo cual se aplicará el método bibliográfico documental teniendo como lineamientos la recopilación de información de forma teórica y estadística para lo cual se utilizará información del Banco Central, Trade Map, artículos científicos, entre otros.

DESARROLLO

COMERCIO INTERNACIONAL

Desde que comenzó la humanidad, se comenzó a realizar el intercambio de cosas, lo que en ese momento se conocía como “trueque” pero que en la actualidad se podría describir como comercio, sin embargo no fue hasta que se empezaron a cobrar tributos a los productos que ingresaban a los distintos territorios que el comercio internacional se comenzó a expandir

IMPORTACIÓN

La importación son bienes o servicio donde un país compra a un territorio extranjero, en el cual el estado no produce o no posee dicha mercancía para ser utilizado al consumo de cada individuo, en sí una importación es la “Transferencia de la propiedad de los bienes o prestación de los servicios producidos por una economía residente a otra no residente. Venta de productos nacionales (bienes y servicios) a un mercado extranjero” (Puglla, Andrade, & Vanegas, 2017, pág. 2) por lo tanto una importación es fundamental para la economía, permitiendo a un país sustituir la escasez, alto costos o baja calidad de un producto o servicio.

Existen diferentes tipos de importaciones en el cual están clasificados por las importaciones temporales y definitivas, donde se indica que las importaciones temporales son las mercancías o servicio que tiene un tiempo limitado hacia su destino, evitando pagar los derechos de impuestos, tiene la finalidad de procesar la materia prima o el producto, para exportarlos de nuevo a su destino de origen. Por otro lado se encuentra la importación definitiva que permite el ingreso legal de las mercancías provenientes al territorio extranjero, en dicha importación si se deberá pagar impuesto, por el cual cuya finalidad será comercializado para consumo dentro del país.

Hoy en día cualquier persona ya sea natural o jurídica puede realizar una importación, por el cual hoy en día juegan “un papel fundamental en el crecimiento económico de los países, pues estas generalmente no se hacen por bienes finales sino por bienes intermedios, siendo por tanto relevante los tipos de bienes importados y no el valor de su monto anual” (Gómez & Ramirez, 2016, pág. 43), lo que indica que las importaciones favorecen al crecimiento de la economía del país, permitiendo entrar mercancías más baratas o más eficaces donde ayuda a los consumidores.

EXPORTACIÓN

Los países que obtienen un recurso potencial dentro de su territorio, permite realizar la venta de este a distintas localidades de manera nacional e internacional, lo cual este hecho conseguirá aportar al país de manera económica. Por lo que se considera que la exportación es “la capacidad de producción que tiene una economía, cuyo objetivo es traspasar las fronteras nacionales para satisfacer necesidades en un plano eminentemente comercial” (Valero, Rodenes, & Rueda, 2016, pág. 128). Con la cantidad considerable de producción de cierto país, este logra recurrir a la venta de dicho producto a distintas regiones que se encuentren interesadas, de tal modo las ventas realizadas contribuye a un buen desarrollo económico.

Para un alcance de crecimiento en las exportaciones de un país, es necesario tener en cuenta ciertos componentes que ayude a conseguir el incremento de las ventas, es por esto que “se deben analizar como ventajas comparativas, acceso a tecnologías, bloques comerciales, políticas administrativas locales, formas de financiación, ubicación geográfica, dotación de factores de producción o capital humano entre otros” (Alvarado, Ullauri, & Benítez, 2020). Es idóneo establecer componentes en un proceso de análisis, debido que con la determinación de aquello se conseguirá los resultados que se desea alcanzar.

Se considera por parte de (Armijos & Ludeña, 2017) que las exportaciones ayudan a mejorar la economía mundial, debido que los productos que ofrecen los países desarrollados contribuyen a la mejora de otros países en el proceso de su producción, como es el caso del país de Ecuador que favorece en el sector primario. De esta forma los productos que llegan a ofrecer los distintos países, fomentará el crecimiento de la economía global.

OFERTA

La oferta está constituida por la cantidad de bienes y servicios que distintas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, en el mercado o en un lugar determinado. La oferta hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio, en sí “Es la oferta total de una mercancía, que puede ser explicada por una ley de comportamiento del productor individual: en la medida en que pueda obtener mayores ganancias, producirá más” (Huerta Quintanilla, 2016, pág. 29).

En un mercado perfecto la cantidad ofrecida por el productor y la cantidad demanda por el consumidor dependen ambas del precio de mercado del producto y se rigen por la ley de oferta y demanda. La ley de la oferta indica que la oferta es directamente proporcional, con constante de proporcionalidad positiva, al precio (a mayor precio más unidades se ofrecen). (Burgos, Cortés, Martínez, Navarro, & Villanueva, 2019). La ley de la oferta refleja la relación entre la cantidad ofrecida de bienes y el precio de venta en el mercado, y la rentabilidad del precio se toma en consideración para determinar la cantidad de bienes o servicios específicos ofrecidos por el productor. Por lo general, la relación entre esta cantidad y la variable de precio es directa o positiva.

La curva de oferta de una empresa muestra cuánto está dispuesto un productor a vender un producto a un precio dado, mientras mantiene constantes otros factores que pueden afectar la oferta. La relación entre precio y oferta es simple, cuanto mayor sea el precio, mayor será la ganancia, por lo que los postores estarán interesados en vender más artículos.

Cuando las condiciones del mercado se caracterizan por el precio agregado de todos los precios de mercado y pares de oferta, forman lo que se conoce como curva de oferta. Las ganancias de una empresa son expresadas por tres factores: los costos de producción, el precio al cual vende su producto y la cantidad de mercancías que logre vender.

DEMANDA

La demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que los consumidores pueden comprar a precios distintos del mercado en un momento dado. Cuando una persona elige comprar un producto para satisfacer sus necesidades, lo hace conscientemente sobre la base de criterios tanto objetivos como subjetivos. Estas condiciones varían en función de factores como la educación y el nivel socioeconómico, el género y la edad.

Para saber la demanda que existe es necesario realizar un estudio de mercado. Esto significa buscar respuestas de clientes y competidores antes de lanzar un artículo o servicio. El estudio de mercado tiene varios objetivos, incluida la identificación de las necesidades y objetivos de diferentes segmentos del mercado.

Aquí se encuentra lo que más valora la gente, mide la posición de tu marca en la mente de los consumidores, mira tus precios con la competencia, y conoce los pros y contras del

artículo. La demanda muestra qué factores provocan ese grado. Puede ser objetivo, pero es la percepción de la gente la que se crea esta pregunta.

Según Gonzaga Añazco, Alaña Castillo, & Yáñez Sarmiento, (2018) la demanda de los productos de consumo masivo se ubica dentro de los consumidores residenciales que son las familias. En cambio, el comportamiento de la curva de la demanda no está ligado netamente al precio que tienen estos productos ya que los precios muy bajos crean un desconcierto en la mente del consumidor acerca del nivel de calidad del bien y les abre paso para que puedan elegir entre adquirir productos de otras marcas o sustitutos.

La ley de la demanda refleja la relación entre la cantidad demandada de un producto en el mercado y la cantidad demandada a un precio dado. Y así mismo puede estimar fácilmente la cantidad de productos a los que los consumidores en el mercado pueden acceder a diferentes precios. Hay otras variables que inciden en la demanda.

La relación entre precio y cantidad es inversamente proporcional. La demanda generalmente se expresa como una variable dependiente del precio, pero en realidad también depende de los ingresos personales, el precio de otros productos y varios otros factores.

ARTESANÍAS

La artesanía se encuentra definida como uno de los sectores que se integran en las industrias creativas, siendo esta un factor esencial que marcará el desarrollo de las sociedades en este siglo (Guarin , Sanchez , & Gonzales , 2020), afirman La economía creativa se caracteriza por ir más allá de los factores tradicionales de producción analizados en la economía; por tanto, la cultura, el conocimiento y la generación de valor por parte de los actores económicos resaltan como factores centrales en los territorios desarrollados, además de constituirse como una herramienta necesaria para el crecimiento económico de las zonas de bajo desarrollo.

Según (Bernal , Andrade, & Torres, 2020). Afirman sobre la competitividad laboral de los artesanos son, las tiendas de artesanías comúnmente son reducidas, ejecutan métodos sencillos y sus volúmenes de producción son pequeños, hacen parte de un segmento mínimo en el mercado, constan de manera dispersa y las condiciones de trabajo de sus dueños están directamente vinculadas con las características del negocio

La diferenciación de servicios toma importancia a partir de que disminuye la diferenciación entre los productos. La entrega de beneficios calculables y sustanciales hacia el cliente hace referencia a la estrategia competitiva; son beneficios que el cliente pueda constar y no tener inconveniente en pagar (Bernal , Andrade, & Torres, 2020).

IMPORTACIÓN DE ARTESANÍAS

La UNESCO es la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y, desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Los programas dedicados a la artesanía integran actividades de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no gubernamentales. El objetivo de estas actividades es demostrar a las autoridades concernidas la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo. (Unesco, 2017)

Las actividades de la UNESCO en este campo están dirigidas esencialmente a recompensar a los artesanos-creadores (mediante el Premio UNESCO de Artesanía 1990-2005), a estimular la creación de productos de calidad e incitar a los artesanos a la comercialización de los productos artesanales en el mercado internacional. Por eso, varias actividades han sido realizadas para la formación de los artesanos y para la promoción de las obras artesanales fuera del contexto nacional (a través de las exposiciones en la Sede de la Organización o en Ferias internacionales).

Desde tiempos prehispánicos las artesanías vienen siendo un mercado importante en los países debido a que representan en magnitud sus culturas y a través de estos cuentan historias a quienes los adquieren. “Hay una amplia tipología de artesanías que predominantemente se refiere a su carácter funcional y algunas veces a sus rasgos estéticos: desde joyería con semillas y madera a piedras preciosas y metales; de objetos utilitarios” (Freitag & Del Carpio, 2016, pág. 244), es por esto que su comercialización es habitual, muchas artesanías son realizadas manualmente con objetos preciosos que le dan un realce mucho mayor preservando las tradiciones que tiene dicho país, ciudad, cantón o pueblo.

La importancia de la producción de este tipo de productos no solo se basa en lo explicado anteriormente, sino que también en que se generan más fuentes de trabajo, es así como muchas personas que se encuentran desempleadas o que recién están entrando al mundo

laboral optan por aprender el proceso para elaborar estos tipos de productos, de a poco comienzan a surgir los emprendimientos y las microempresas que permite generar ingresos para el sustento diario de muchas familias.

La enseñanza que se obtiene es transmitida de forma oral a través de generaciones, desde abuelos a nietos o padres a hijos, el proceso se enseña de manera oral y con práctica diaria que permita desarrollar la técnica precisa que necesitan para obtener los resultados deseados, pero en la actualidad existe el desinterés que tienen la nuevas generaciones, dejando de lado el trabajo familiar por otros oficios y con el avance y auge tecnológico que estamos viviendo se puede evidenciar que muchas veces el proceso es saltado y elaborado por maquinarias, lo que genera que se pierda lo esencial que venden de las artesanías “el esfuerzo artesanal” que tienen los nativos de dicho lugar.

El sector artesanal desempeña un papel determinante en el desarrollo económico local y en la lucha contra la pobreza. Promover nuevas formas de mercadeo, desarrollar redes comerciales y fomentar la participación en exposiciones y ferias comerciales puede generar para los artesanos una mejora en su medio de subsistencia.

La artesanía es una actividad local que cada día se conecta más con el mundo. Se articula en redes con el fin de consolidar procesos que les permita participar en los mercados globales en mejores condiciones y con un volumen importante.

A medida que los artesanos se asocian para crear productos y responder a una demanda global, pueden generarse organizaciones dentro de su contexto, que logran la fuerza e impacto suficientes para participar y mantenerse como unidades productivas que dinamizan las economías y crean condiciones de bienestar para las familias.

Hoy existe un consenso internacional consagrado en estas Convenciones, que constata que no se podrá lograr la reducción de la pobreza y la asunción de los objetivos del desarrollo en general sin tener presente la cultura. Los donantes y poderes políticos son cada vez más conscientes del lugar indispensable que ocupa la cultura en los planes de desarrollo, dejando atrás aquellos proyectos culturales considerados únicamente desde una perspectiva de restauración y conservación, para asumir iniciativas integradas e integradoras con sus contextos y poblaciones. Nuevas alianzas sobre Cultura y Desarrollo están en marcha para colocar de manera seria y real a la Cultura en la cooperación internacional, y sin duda el sector artesanal es uno de sus beneficiarios.

Desde sus comienzos, la fabricación o elaboración de artesanías en Ecuador viene siendo una tradición familiar, lo que genera relaciones conservadoras, los procesos, formas o maneras de elaborar los productos no son compartidas con otros artesanos, excepto cuando se crean sociedades, siempre y cuando las ideas compartidas o recomendaciones sean para perfeccionar el producto, la colaboración de los integrantes planteando sus ideas y comentarios desde el inicio permitirán que cualquier tipo de conflicto se puedan resolver sin generar algún otro tipo de problema (Jalil, Roque, & Enrique, 2018).

En el Ecuador existe un alto nivel de actividad emprendedora basada en el sector económico artesanal, debido a la falta de trabajo muchas personas deciden emprender con el sector artesanal, fabricando variedades de artículos, desde manillas o pulseras hasta vestimenta, estas actividades forman parte del turismo, combinados, son un punto clave de diferentes ciudades que dependen económicamente del turismo, por ejemplo, en Galápagos, los mayores ingresos son por el turismo y por ende por la venta de artesanías. (Herrera, Armas, & Guerrero, 2018).

En el Ecuador, las culturas y costumbres varían en cada ciudad o cantón, por ende también sus artesanías, entre las que se destacan en Orellana son la alfarería, bisutería y cestería, estas son provenientes de la mitología Canelo y para su elaboración necesitan de un conocimiento ancestral, estas son fabricadas para uso diario de los habitantes y a su vez para la venta a turistas, en conjunto se concientiza a la conservación ambiental debido a que se utilizan hojas para elaborar sus productos (Jaramillo Pajuña, Pacheco , y Jaramillo, 2016).

Dentro de las artesanías entra lo que son productos tejidos, estos utilizan principalmente hilos de orlón y lentejuelas, las tejedoras, pueden realizar cualquier tipo de modelo que el cliente desee, desde modelos de flores, hojas, estrellas y corazones hasta una imagen de preferencia personal, usando materiales y su amplio conocimiento sus trabajos son obras de arte (Orozco, 2019), para la producción de calzado se utilizan materiales como plantillas y la piel del pescado, estos elementos brindan una excelente calidad y pueden ser utilizados para elaborar diferentes tipos de zapatos (2020).

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS ARTESANALES A ECUADOR

Industria Textil

Ilustración Importación de industria textil

| Fecha Pais Exportador | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Colombia | 41.501.631 | 24.528.889 | 28.561.475 | 35.020.767 | 39.930.360 | 23.843.796 |
| España | 20.445.626 | 16.400.131 | 24.301.958 | 28.416.911 | 34.599.004 | 20.414.022 |
| China | 23.672.908 | 14.867.738 | 16.994.110 | 14.895.446 | 26.562.767 | 25.358.378 |
| Estados Unidos | 21.005.268 | 12.889.040 | 17.308.660 | 14.381.329 | 20.492.887 | 13.608.993 |
| Panamá | 18.464.426 | 11.041.433 | 16.312.986 | 9.118.610 | 16.710.659 | 8.286.162 |
| Desconocido | 9.146.529 | 9.890.015 | 550.288 | 26.667.247 | | 427.022 |
| Perú | 7.883.879 | 2.488.382 | 3.254.196 | 3.015.845 | 4.614.370 | 2.373.916 |
| Hong Kong | 466.365 | 927.474 | 2.338.547 | 1.359.006 | 3.049.577 | 1.096.901 |
| Chile | 1.486.031 | 1.100.975 | 2.133.739 | 188.336 | 1.029.030 | 530.026 |
| Alemania | 193.818 | 989.563 | 633.005 | 993.889 | 1.824.184 | 1.073.433 |
| Otros | 3.001.993 | 3.730.315 | 3.898.203 | 3.772.408 | 6.187.556 | 8.011.497 |
| Total | 147,268,475 | 98,853,957 | 116,287,166 | 137,829,795 | 155,000,395 | 105,024,147 |

Fuente: Nosistrade

La industria textil y de confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, debido a la pandemia actual se ha visto obligada a reinventarse o rendirse, si bien este sector se enfoca en importar material para la confección de prendas textiles que luego serán exportadas.

Se habla de que inclusive en años anteriores al 2020 ya se presentaba un decaimiento en las importaciones en este sector, como a continuación se muestran las cifras. Estas cifras confirman el estancamiento en la importación de textiles e insumos. Entre enero y agosto de 2019 el sector dejó de adquirir 1.600 toneladas métricas de hilos y 4.400 toneladas métricas de telas.

Las compras de la industria textil ecuatoriana se redujeron en siete de los nueve países donde los textileros ecuatorianos adquieren materia prima.

Vidrio y sus manufacturas

Ilustración 2 Importación de vidrios y sus manufacturas

| Tabla - Ecuador - Importaciones - Evolución - NCE: vidrio y sus manufacturas - Anual FOB USD | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Fecha País Exportador | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| China | 36.701.957 | 32.972.411 | 44.656.464 | 25.679.651 | 45.843.523 | 30.781.284 |
| Colombia | 18.415.864 | 16.219.618 | 19.363.989 | 21.650.616 | 18.891.099 | 13.088.928 |
| Desconocido | 985.315 | 1.959.313 | 242.004 | 40.342.364 | 481 | 316 |
| Estados Unidos | 9.788.934 | 7.744.129 | 7.292.451 | 4.705.169 | 6.843.307 | 5.481.627 |
| Italia | 3.446.056 | 3.612.986 | 4.067.231 | 2.447.374 | 4.338.437 | 2.175.285 |
| México | 2.790.946 | 2.438.421 | 3.531.831 | 2.239.897 | 3.405.540 | 2.348.668 |
| Perú | 1.892.462 | 2.428.034 | 2.738.622 | 2.151.152 | 2.288.290 | 1.647.874 |
| Brasil | 1.950.236 | 1.626.629 | 2.295.444 | 1.051.364 | 3.193.426 | 2.577.440 |
| Bélgica | 2.758.849 | 1.585.324 | 1.206.579 | 1.519.474 | 3.048.467 | 2.334.043 |
| Chile | 1.923.684 | 1.377.335 | 2.264.036 | 1.310.962 | 1.735.903 | 1.061.945 |
| Otros | 9.525.381 | 9.262.305 | 12.658.551 | 9.522.686 | 15.355.125 | 15.961.598 |
| Total | 90,179,683 | 81,226,503 | 100,317,203 | 112,620,708 | 104,943,600 | 77,459,009 |

Fuente: Nosistrade

En cuanto a las manufacturas de vidrio, según el cuadro anterior el país de donde más se importa es China, pero también es importante acotar que durante el año 2020 bajo el valor FOB en relación a los años anteriores.

Bisutería

Ilustración 3 Importación de bisuterías

| Tabla - Ecuador - Importaciones - Evolución - NCE: joyería de imitación - bisutería. - Anual FOB USD | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| Fecha País Exportador | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Colombia | 6.668.544 | 4.361.760 | 7.704.301 | 8.648.186 | 7.289.266 | 2.606.978 |
| Perú | 3.781.536 | 2.167.547 | 3.338.153 | 2.185.788 | 2.571.206 | 1.216.692 |
| Estados Unidos | 1.378.793 | 1.592.671 | 1.562.395 | 2.073.588 | 2.050.445 | 1.111.583 |
| China | 1.280.158 | 812.028 | 1.450.869 | 1.252.568 | 2.209.097 | 1.277.684 |
| España | 107.178 | 195.373 | 311.053 | 958.433 | 972.539 | 370.521 |
| Panamá | 220.836 | 295.325 | 100.238 | 635.543 | 772.416 | 535.232 |
| Desconocido | 556.175 | 74.007 | 44.654 | 1.795.842 | | |
| Corea del Sur | 69.151 | 15.701 | 98.293 | 106.151 | 317.678 | 399.499 |
| Vietnam | 55.858 | 378.392 | 238.399 | 194.169 | 25.176 | 698 |
| Brasil | 161.421 | 128.607 | 104.665 | 129.569 | 82.756 | 42.019 |
| Otros | 290.508 | 237.317 | 242.890 | 339.448 | 576.625 | 492.526 |
| Total | 14,570,158 | 10,258,728 | 15,195,908 | 18,319,285 | 16,867,204 | 8,053,432 |

Fuente: Nosistrade

Importar bisutería de China es un negocio que puede resultar rentable, sencillo y con muchas ventajas. De hecho, es uno de los productos más demandados en el mercado, puedes importarla para vender a través de internet o en tiendas especializadas, puedes comprar la pieza ya tallada completa o las piezas para ensamblar. Este tipo de bisutería ofrece unos diseños muy originales a precios de competencia, y en diversos materiales como, acero inoxidable, plata, oro, fantasía, cristales, perlas, cerámicas y muchos otros.

CONCLUSIÓN

Una vez terminado el trabajo investigativo, se puede indicar que mediante el análisis hecho a las importaciones de artesanías a Ecuador, se ha podido visualizar que es una industria creciente, a pesar que en nuestro país hay bastantes personas que se dedican a este negocios y hacen bonitas mercancías, y algunos productos como los sombreros de pajas de toquilla son bien cotizados en el exterior.

Este mercado artesanal está altamente relacionado con la moda en algunos casos, otros casos es para tener adornos que hacen ver de mejor manera nuestro hogar o lugar de trabajo, por lo que la inversión en estos productos es alta.

La comercialización de estos productos se lo hace a través de venta directa, especialmente para la bisutería fina, la cual es muy apetecida por el consumidor ecuatoriano, siendo los principales de ventas de las artesanías Guayaquil, que a diferencia de Quito es más abierto a los nuevos diseños

Bibliografía

- Alvarado, M., Ullauri, N., & Benítez, F. (2020). Impacto de exportaciones primarias en el crecimiento económico del Ecuador: análisis econométrico desde Cobb Douglas, período 2000-2017. *Innova research journal*, 206-217. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1140>
- Armijos, Y., & Ludeña, X. &. (Julio de 2017). El rol de las exportaciones en el crecimiento: una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores. . *Vista Económica*, 2(1), 66-76. Obtenido de Vista Económica, 2(1), 66-76. Obtenido de <https://revistas.unl.edu.ec/ind>
- Bernal , Y., Andrade, M., & Torres, M. (2020). La competitividad laboral en los Artesanos Macaneros . *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 576.
- Burgos, S., Cortés, J., Martínez, D., Navarro, A., & Villanueva, R. (2019). Un modelo de oferta y demanda con incertidumbre. *Universitat Politècnica de Valencia Vol 12*, 12. doi:<https://doi.org/10.4995/msel.2019.10897>
- Freitag, V., & Del Carpio, O. (2016). Memorias del oficio artesanal: un estudio con alfareros tonaltecas. *Scielo*, 243-274. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rz/v37n148bis/2448-7554-rz-37-148bis-00243.pdf>
- Gómez, A., & Ramirez, Z. (2016). Causalidad entre las importaciones y el crecimiento económico: evidencia empírica para el departamento del Cauca (Colombia). *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas XXV (2)*, 22. doi:<https://doi.org/10.18359/rfce.3068>
- Gonzaga Añazco, S. J., Alaña Castillo, T. P., & Yáñez Sarmiento, M. M. (2018). ESTRATEGIAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO. *Universidad y Sociedad*, 10(2).
- Guarin , A., Sanchez , J., & Gonzales , A. (2020). Retos y Tendencias del sector ceramico artesanal de Cucuta y su Area metropolitana. *Respuestas* , 68.
- Herrera, D., Armas, A., & Guerrero, V. (2018). Arreglos Productivos Locales en el Sector Artesanal de Atacames, Provincia Esmeraldas, Ecuador. *Revista científica Hallazgos*, 17. Obtenido de http://revista.pucese.edu.ec/hallazgos_21
- Huerta Quintanilla, R. (Junio-Noviembre de 2016). Brevísimo curso de microeconomía. *Ciencia Económica*, 5(8), 25-52. doi:doi: 10.22201/fe.24484962e.2016.v5n8.a2
- Jalil, V., Roque, D., & Enrique, &. P. (2018). La asociatividad para el fortalecimiento de los artesanos productores de la semilla de la tagua en la comunidad de Sosote, Manabí, Ecuador. *Revistas unica*, , 248-263. Obtenido de www.revistas.unica.cu/uciencia
- Puglla, R., Andrade, D. M., & Vanegas, J. C. (2017). Análisis comparativo de las exportaciones e importaciones 2013-2016 al implementar la nueva matriz productiva ecuatoriana. *Revista Killkana Sociales*, 8. doi:ISSN 2588-087X
- Valero, G., Rodenes, M., & Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Lebret*, 127 - 147. doi:<https://doi.org/10.15332/rl.v0i8.1689>