



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y  
COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**MODALIDAD ANÁLISIS DE CASO**

**TEMA:**

**DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE ENFRENTA LA ORFEBRERÍA EN ECUADOR:  
CASO MARÍA JOSÉ ZAMBRANO**

**AUTORA:**

**MARÍA PAULA PALMA VÁSQUEZ**

**TUTORA:**

**LCDA. AMNUSKA KOYITO VÉLIZ INTRIAGO, PhD.**

**MANTA**

**2026 - 1**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, **MARÍA PAULA PALMA VÁSQUEZ**,

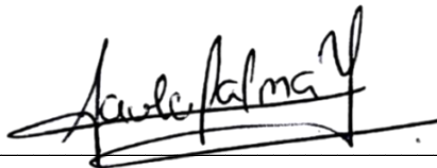
### **DECLARO QUE:**

El contenido en el presente Trabajo de Titulación, **“DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE ENFRENTA LA ORFEBRERÍA EN ECUADOR: CASO MARÍA JOSÉ ZAMBRANO”** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y pie de las páginas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los resultados, análisis, lecciones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son única y exclusiva responsabilidad de la autora, datos que no pueden ser modificados sin la debida autorización.

A través de esta declaración, cedo la investigación a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí para que la utilice como estime conveniente, según lo establecido por las Leyes y Reglamentos estipulados y por la normativa institucional vigente.

Manta, 16 de julio del 2026



---

María Paula Palma Vásquez  
CI: 1726419177

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

|                                                                                   |                                                                                               |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
|  | NOMBRE DEL DOCUMENTO:                                                                         | CÓDIGO: PAT-04-F-004         |
|                                                                                   | CERTIFICADO DE TUTOR(A).                                                                      |                              |
|                                                                                   | PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO<br>BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR | REVISIÓN: 1<br>Página 1 de 1 |

### CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Titulación bajo la autoría de la estudiante **MARÍA PAULA PALMA VÁSQUEZ**, legalmente matriculada en la carrera de Comercio Exterior, período académico 2025 (2) - 2026 (1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del Análisis de Caso es **"DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE ENFRENTA LA ORFEBRERÍA EN ECUADOR: CASO MARÍA JOSÉ ZAMBRANO"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 23 de julio de 2026

Lo certifico,



Lcda. Amnуска Koyito Véliz Intriago, PhD.  
Docente Tutora  
Área: Comercio Exterior

**UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y  
Comercio**

**Carrera de Comercio Exterior**

**APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL  
TRIBUNAL**

Los miembros del tribunal de grado aprueban el informe del proyecto de investigación, presentado por la Srta. María Paula Palma Vásquez; de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Laica "Eloy Alfaro de Manabí".

Con el tema **"DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE ENFRENTA LA ORFEBRERÍA EN ECUADOR: CASO MARÍA JOSÉ ZAMBRANO"**.

Para constancia firman:

Mgrt. Vanessa Guadalupe Fernández  
Álava

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

Mgrt. Boris Tubay Cedeño  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Mgrt. Jorge Mendoza García  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

# CERTIFICADO DE SIMILITUD



Certificado de análisis

Compilatio Magister+ | ULEAM-ECU

Desafíos y oportunidades que enfrenta la orfebrería en Ecuador\_Caso María José Zambrano-Maria Paula Palma

ID : c28e3627d9f09c6d6e13459e0f68b495e17416ec



**1%**  
Textos  
sospechosos

**Nombre del fichero :** Desafíos y oportunidades que enfrenta la orfebrería en Ecuador\_Caso María José Zambrano-Maria Paula Palma.txt  
**Tamaño del archivo original :** 37,02 kB  
**Número de palabras :** 3816  
**Número de caracteres :** 26761

**Depositante :** VELIZ INTRIAGO AMNUSKA KOYITO  
**Fecha de depósito :** 24 de junio de 2026  
**Tipo de carga :** interface  
**fecha de fin de análisis :** 24 de junio de 2026

## Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



### Similitudes

**1%**

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



### Textos entre comillas

**1%**

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

## **DEDICATORIA**

Con todo mi corazón, dedico este trabajo a Dios, por darme la fortaleza para alcanzar esta meta tan importante. Su amor ha sido la luz que abrazó mi camino durante todo este proceso.

Este logro no es solo mío, sino también de quienes caminaron a mi lado, celebraron mis avances y me impulsaron a no rendirme. Con profunda gratitud y amor, les dedico este trabajo, porque sin ustedes llegar hasta aquí habría sido mucho más difícil.

***María Paula Palma Vásquez***

## **RECONOCIMIENTO (AGRADECIMIENTO)**

Este trabajo representa mucho más que la culminación de una investigación; representa años de esfuerzo, aprendizaje y crecimiento, acompañados por personas que dejaron una huella especial en mi camino.

A mis padres y familiares, gracias por ser mi mayor ejemplo de esfuerzo y constancia. Gracias por brindarme siempre el apoyo necesario para seguir adelante. Detrás de cada meta alcanzada se encuentra el cariño y sacrificio que me han entregado a lo largo de los años.

A cada una de las personas que formaron parte de este camino, gracias por aportar, de una u otra manera, a mi crecimiento académico y personal. Hoy culmino esta etapa con la satisfacción de haber alcanzado una meta importante y con la gratitud de haber estado rodeada de personas que hicieron el recorrido mucho más valioso.

***María Paula Palma Vásquez***

## ÍNDICE

|                                                                            |      |
|----------------------------------------------------------------------------|------|
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....                                               | I    |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....                                               | II   |
| CERTIFICADO DE SIMILITUD.....                                              | III  |
| DEDICATORIA .....                                                          | V    |
| RECONOCIMIENTO (AGRADECIMIENTO).....                                       | VI   |
| RESUMEN / SUMMARY .....                                                    | VIII |
| 1. Introducción .....                                                      | 1    |
| 2. Antecedentes .....                                                      | 2    |
| 3. Definición del Problema .....                                           | 3    |
| 3.1. Delimitación.....                                                     | 3    |
| 3.2. Planteamiento.....                                                    | 3    |
| 3.3. Preguntas .....                                                       | 3    |
| 4. Justificación y Propósito .....                                         | 3    |
| 5. Objetivos .....                                                         | 4    |
| 5.1. General.....                                                          | 4    |
| 5.2. Específicos .....                                                     | 4    |
| 6. Idea a Defender .....                                                   | 4    |
| 7. Unidades de Análisis.....                                               | 4    |
| 8. Metodología .....                                                       | 5    |
| 9. Marco Conceptual .....                                                  | 6    |
| 9.1. Orfebrería Artesanal e Innovación .....                               | 6    |
| 9.2. Teoría de la Ventaja Competitiva .....                                | 6    |
| 9.3. Comercio Exterior e Internacionalización .....                        | 6    |
| 9.4. El Efecto País de Origen .....                                        | 7    |
| 9.5. Barreras Arancelarias y No Arancelarias .....                         | 7    |
| 9.6. Regímenes Aduaneros de Exportación y Facilitación del Comercio .....  | 7    |
| 9.7. Logística de Distribución Física Internacional (DFI) en MIPYMES ..... | 7    |
| 10. Resultados Obtenido .....                                              | 8    |
| 11. Análisis de Resultados.....                                            | 9    |
| 12. Lecciones y Recomendaciones .....                                      | 9    |
| 13. Preguntas de Reflexión .....                                           | 11   |
| 14. Fuentes de Información.....                                            | 12   |
| 15. Anexos.....                                                            | 14   |

## RESUMEN

La investigación examina los desafíos y oportunidades de internacionalización de la orfebrería de autor ecuatoriana a través del estudio de caso del microemprendimiento "Joyas María José Zambrano". Con un enfoque cualitativo y de alcance descriptivo-narrativo, el estudio recopiló datos empíricos mediante revisión documental y una entrevista semiestructurada. Los hallazgos demuestran que la firma sorteó la competencia masiva mediante una estrategia de diferenciación sustentada en la identidad cultural manabita. No obstante, al contrastar la realidad con la hipótesis de partida, se refuta que el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador constituya una traba burocrática; los beneficios de la calificación artesanal mitigan las barreras no arancelarias. En su lugar, el obstáculo estructural radica en el incremento de aranceles estatales para la importación de piedras naturales y metales base, presionando la estructura de costos.

*Palabras clave:* Comercio exterior, Internacionalización, Orfebrería artesanal, Barreras arancelarias, Ventaja competitiva.

## SUMMARY

This research examines the internationalization challenges and opportunities facing Ecuadorian designer goldsmithing through a single case study of the micro-enterprise "Joyas María José Zambrano". Utilizing a qualitative approach with a descriptive-narrative scope, empirical data was gathered via documentary review and a semi-structured interview. The findings demonstrate that the firm bypasses mass industrial competition through a differentiation strategy rooted in Manabí's cultural identity. However, contrasting reality against the initial hypothesis, the study refutes that the National Customs Service of Ecuador acts as a bureaucratic hurdle; rather, artisan qualification benefits mitigate non-tariff barriers. Instead, the real structural obstacle lies in the increase of state tariffs on imported natural stones and base metals, which directly pressures the firm's cost structure.

*Keywords:* International trade, Internationalization, Artisanal goldsmithing, Tariff barriers, Competitive advantage.

## 1. Introducción

La orfebrería en Ecuador constituye un pilar fundamental del patrimonio cultural y una expresión artística con raíces históricas documentadas en regiones como Quito y Sangolquí (Espinosa Chamorro, 1985). Sin embargo, en el escenario del comercio exterior contemporáneo, este sector enfrenta desafíos estructurales que limitan su proyección competitiva a escala global. A pesar de poseer técnicas de alto valor identitario, como la filigrana de Chordeleg, la industria nacional padece de una escasa diversificación de mercados y persistentes obstáculos en su comercialización (El Telégrafo, 2022).

El presente análisis de caso surge ante la necesidad de examinar, desde una perspectiva empírica, las variables que condicionan la internacionalización de esta actividad. La literatura previa ha tendido a identificar las trabas burocráticas y el entorno fiscal como los principales frenos para la exportación artesanal (Gualotuña, 2024; Uquillas Granizo, 2024). No obstante, esta investigación parte de la premisa de que dichos supuestos requieren ser contrastados con la realidad operativa de un emprendimiento concreto, pues las barreras percibidas no siempre coinciden con las barreras reales que enfrentan quienes ya han transitado el proceso exportador.

Mediante el estudio del emprendimiento "Joyas María José Zambrano", con sede en Manta, Ecuador, se analiza cómo la convergencia entre el diseño contemporáneo y la innovación estratégica puede actuar como motor de diferenciación en mercados internacionales. El caso resulta representativo por varias razones: su trayectoria de más de una década, su experiencia exportadora activa en Estados Unidos y Europa, y su modelo organizativo que integra dimensiones de responsabilidad social en la cadena productiva.

El análisis se desarrolla bajo un enfoque cualitativo de estudio de caso único, combinando investigación documental y entrevista semiestructurada aplicada directamente a la fundadora de la marca. Este diseño metodológico permite acceder a información de primera fuente sobre la gestión de costos, las decisiones de internacionalización y los obstáculos reales del entorno comercial, información que las fuentes secundarias disponibles no logran capturar con suficiente precisión.

La investigación se estructura en torno a tres propósitos complementarios: identificar los obstáculos que limitan la internacionalización de la orfebrería ecuatoriana, analizar la experiencia de María José Zambrano como caso representativo del sector, y proponer lineamientos estratégicos que contribuyan a la inserción competitiva de la oferta artesanal nacional en mercados globales de alto valor. A través de este enfoque, se busca transformar las

limitaciones del entorno en oportunidades de crecimiento sostenible, reconociendo que el talento creativo local, aunque extraordinario, requiere de condiciones estructurales y políticas públicas que lo potencien más allá de las fronteras nacionales.

## **2. Antecedentes**

La orfebrería en Ecuador representa un pilar del patrimonio cultural con raíces históricas documentadas detalladamente en regiones como Quito y Sangolquí, donde la maestría técnica ha sido la base de la identidad artística nacional (Espinosa Chamorro, 1985). No obstante, el paso de una producción artesanal a una competitiva escala internacional ha estado marcado por limitaciones estructurales. Estudios socioeconómicos previos en polos productivos como Cuenca ya advertían que la carencia de insumos de calidad y los bajos niveles de organización gremial constituían barreras históricas para el crecimiento del sector (Tonon Ordóñez et al., 2005).

A esta problemática se suma la volatilidad económica del mercado de metales. La fluctuación en los precios de los metales preciosos y la dificultad para adquirirlos bajo condiciones de comercio justo han restado competitividad a la oferta exportable ecuatoriana frente a otros mercados de la región (López & Matute, 2018). Si bien existen zonas de alta relevancia cultural como Chordeleg, donde la filigrana es un referente de sostenibilidad artesanal, persisten vacíos significativos en la comercialización externa y el posicionamiento de marca (El Telégrafo, 2022).

En el ámbito regulatorio actual, investigaciones recientes subrayan que el desconocimiento técnico sobre los procesos de exportación y las barreras no arancelarias en mercados de alto valor, como la Unión Europea, impiden que las artesanías nacionales trasciendan las fronteras (Gualotuña, 2024). A pesar de que el Ministerio de Cultura y Patrimonio (2025) impulsa políticas de fomento para las industrias creativas, la realidad operativa del país muestra que la burocracia y las trabas administrativas continúan siendo el principal desincentivo para la internacionalización de los microemprendimientos (Uquillas Granizo, 2024). Estos antecedentes evidencian la necesidad de modelos de gestión que, apoyados en la innovación y el valor agregado (Ministerio de Ambiente, 2021), logren mitigar las deficiencias del entorno comercial nacional.

### 3. Definición del Problema

#### 3.1. Delimitación

**Tema macro:** Exportación de productos de orfebrería ecuatoriana.

**Delimitación:** Emprendimiento "Joyas María José Zambrano", Manta - Ecuador.

**Problemática:** Desafíos y Oportunidades que enfrentan los artesanos ecuatorianos para internacionalizar sus productos.

#### 3.2. Planteamiento

Si bien la orfebrería en el país tiene un enorme potencial artístico, la realidad es que nuestros artesanos no logran llegar al mercado internacional por una brecha competitiva bastante crítica. El problema central radica en los elevados costos operativos y las severas restricciones del entorno fiscal y normativo. Específicamente, aunque las exportaciones están técnicamente exentas de ciertos tributos, el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) actúa como una barrera indirecta al encarecer la importación de maquinaria especializada e insumos necesarios para la producción, elevando el costo final del producto. Asimismo, las complejas regulaciones de control aduanero para metales preciosos (SENAE, 2024) actúan como obstáculos que dificultan la fluidez del proceso exportador. Estas dificultades, sumadas a la falta de innovación estratégica, impiden que la oferta artesanal se adapte eficientemente a las tendencias de consumo global. En este contexto, el análisis de caso de "Joyas María José Zambrano" permite investigar si una propuesta basada en el diseño contemporáneo y la diferenciación puede actuar como catalizador para superar estas deficiencias sistémicas.

#### 3.3. Preguntas

- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la exportación de la orfebrería ecuatoriana?
- ¿Qué oportunidades existen para la mejora del posicionamiento de la orfebrería ecuatoriana en mercados internacionales?
- ¿De qué manera el caso local María José Zambrano ejemplifica los retos y estrategias de internacionalización del sector?

### 4. Justificación y Propósito

Esta investigación se justifica en la necesidad de analizar críticamente los obstáculos fiscales y operativos que limitan la internacionalización de la orfebrería ecuatoriana, tomando como unidad de análisis el caso de "Joyas María José Zambrano". Ante un entorno normativo complejo, caracterizado por restricciones aduaneras y sobre costos derivados del Impuesto a la

Salida de Divisas (ISD), se vuelve indispensable estudiar alternativas estratégicas de viabilidad comercial.

El propósito fundamental es determinar cómo el diseño contemporáneo actúa como mecanismo de diferenciación para absorber dichas deficiencias. Prácticamente, este estudio servirá como una guía metodológica y estratégica para los emprendedores y artesanos del sector orfebre que buscan expandirse al mercado internacional. Académicamente, la investigación enriquece la literatura sobre comercio exterior en el país, aportando lineamientos prácticos que transforman las limitaciones del entorno en oportunidades de crecimiento sostenible y fortalecen la competitividad sectorial.

## **5. Objetivos**

### **5.1. General**

Analizar los desafíos y oportunidades de la exportación de productos de orfebrería ecuatoriana a través del estudio de caso local María José Zambrano.

### **5.2. Específicos**

1. Identificar los principales obstáculos que limitan la internacionalización de la orfebrería ecuatoriana.
2. Analizar la experiencia de María José Zambrano como caso representativo, evaluando sus limitaciones y aprendizajes en el proceso de inserción en mercados extranjeros.
3. Proponer lineamientos estratégicos que contribuyan a la inserción competitiva de la orfebrería ecuatoriana en mercados globales, a partir del estudio de caso local María José Zambrano.

## **6. Idea a Defender**

La internacionalización de Joyas María José Zambrano es una estrategia viable y necesaria, dado que su propuesta de diseño contemporáneo e innovación artesanal permite diferenciar la oferta ecuatoriana en el exterior, superando las limitaciones tradicionales de comercialización y aprovechando las oportunidades competitivas en los mercados globales de alto valor.

## **7. Unidades de Análisis**

La unidad de análisis principal es el emprendimiento "Joyas María José Zambrano" para evaluar sus estrategias de gestión y desarrollo comercial. (*ver Anexo A*)

## 8. Metodología

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, el cual se define como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, transformándolo en una serie de representaciones en forma de observaciones y anotaciones (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Para este caso de estudio, el enfoque cualitativo resulta el más adecuado, ya que facilita profundizar en la gestión de 'Joyas María José Zambrano' y entender desde su propia experiencia cómo afectan las trabas fiscales y aduaneras de los procesos de internacionalización en la operatividad real de los microemprendimientos en Ecuador.

El alcance de la investigación es descriptivo-propositivo. El nivel descriptivo tiene como propósito "medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren" (Arias, 2020). En el ámbito del comercio exterior, esto facilita la especificación de perfiles del sector orfebre, identificando variables críticas como el impacto del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) y las regulaciones de control aduanero vigentes. Por su parte, el componente propositivo se orienta a la formulación de lineamientos estratégicos que sirvan como guía práctica para los emprendedores del sector y como base de consulta para la academia.

Se emplea el método de estudio de caso, definido como una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo en profundidad y dentro de su contexto de la vida real (Yin, 2018). Se toma como unidad de análisis al emprendimiento estudiado para evaluar cómo la innovación estratégica y el diseño de autor actúan como factores de éxito para superar las deficiencias sistémicas de la orfebrería nacional.

La recolección de información se realiza mediante dos técnicas fundamentales:

**Investigación Documental:** Consiste en un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis e interpretación de datos secundarios (Arias, 2020). Se revisan resoluciones del SENA, informes del Ministerio de Cultura y literatura académica previa para fundamentar teóricamente el estudio.

**Entrevista Semiestructurada:** Definida como una técnica flexible que se apoya en una guía de preguntas, donde el entrevistador puede introducir nuevos temas para profundizar en conceptos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Esta técnica fue aplicada directamente a la diseñadora María José Zambrano, con el fin de obtener datos primarios de primera fuente

sobre sus retos operativos, gestión de costos, evolución técnica y experiencias de internacionalización (*ver Anexo B y C*).

## **9. Marco Conceptual**

Entender el rumbo estratégico que tomó "Joyas María José Zambrano" exige analizar el escenario donde conviven la identidad cultural y el comercio global. Por ello, resulta indispensable precisar las categorías teóricas que sostienen este estudio, aterrizándolas directamente a la realidad del entorno ecuatoriano.

### **9.1. Orfebrería Artesanal e Innovación**

El punto de partida se centra en la orfebrería artesanal y la innovación. La primera se comprende como el arte de transformar manualmente metales ya sean preciosos como la plata, o base como el bronce y el cobre en piezas con una fuerte carga cultural. Como bien estipula la Ley de Defensa del Artesano (1953), en esta actividad predomina el trabajo manual sobre el mecánico, otorgando exclusividad a cada obra. Ahora bien, innovar en este sector no significa necesariamente llenar el taller de maquinaria automática; implica aplicar la creatividad de forma constante al diseñar colecciones, experimentar con materiales y optimizar los procesos (Manual de Oslo [OCDE], 2018). Para desenterrar y comprender estas dinámicas internas, el método de estudio de caso se vuelve la herramienta idónea, ya que examina un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, difuminando las fronteras entre el hecho y su entorno (Yin, 2018).

### **9.2. Teoría de la Ventaja Competitiva**

A este cruce entre arte y negocio se le suma la Teoría de la Ventaja Competitiva, planteada por Michael Porter. Según este enfoque, las empresas pueden competir por liderazgo en costos o por diferenciación (Porter, 1985). En el sector artesanal y de la joyería contemporánea, competir por costos es una estrategia inviable frente a las producciones industriales masivas de bajo precio. Por lo tanto, el microemprendimiento analizado se ve en la necesidad de construir una ventaja basada en la diferenciación sustancial, donde el cliente perciba un valor único en el diseño de autor, la autenticidad y la exclusividad, estando dispuesto a pagar un precio premium.

### **9.3. Comercio Exterior e Internacionalización**

Cuando un taller decide cruzar fronteras, ingresa al campo del comercio exterior y la internacionalización. En Ecuador, este ecosistema se rige por el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010), cuyo fin es potenciar la competitividad

local en el extranjero. Al internacionalizarse, la empresa adapta sus operaciones para capturar ventas fuera del país y mitigar riesgos (Daniels et al., 2018). Para lograrlo, debe elegir su forma de entrada al mercado; Root (1994) las divide en exportación directa como el canal digital e indirecta, siendo las ferias internacionales una vitrina clave para ganar terreno.

#### **9.4. El Efecto País de Origen**

En el marketing internacional, esta inserción global se apoya fuertemente en el Efecto País de Origen (Country-of-Origin Effect). Este concepto explica cómo los consumidores extranjeros evalúan un producto basándose en el prestigio, la cultura o los estereotipos asociados al país de fabricación. Para la orfebrería de autor ecuatoriana, el origen no debe ser visto como una limitación, sino como un activo intangible. El rescate de las técnicas tradicionales y la herencia identitaria manabita añaden un componente exótico e histórico que eleva el valor percibido del producto en nichos de mercado de alto poder adquisitivo que buscan autenticidad cultural.

#### **9.5. Barreras Arancelarias y No Arancelarias**

No obstante, este avance choca con las barreras del entorno. Hill (2015) las clasifica en arancelarias (impuestos en el destino) y no arancelarias (regulaciones y trabas administrativas). Para el artesano ecuatoriano, las barreras no arancelarias se traducen en la compleja tramitología de control del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2024). A esto se suma, a nivel interno, el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), que funciona como una presión fiscal indirecta al encarecer la tecnología e insumos importados que el taller necesita para competir (Uquillas Granizo, 2024).

#### **9.6. Regímenes Aduaneros de Exportación y Facilitación del Comercio**

El flujo de salida de mercancías está regulado por la legislación nacional para garantizar la legalidad operativa. El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) define a la exportación definitiva como el régimen que permite la salida de mercancías para su consumo definitivo en el exterior. La facilitación del comercio busca simplificar estos procesos aduaneros; para los artesanos calificados, contar con mecanismos ágiles de despacho mitiga la carga administrativa interna, reduciendo tiempos y optimizando la competitividad en los canales de distribución internacionales de entrega directa al consumidor final.

#### **9.7. Logística de Distribución Física Internacional (DFI) en MIPYMES**

La Distribución Física Internacional comprende las operaciones indispensables para desplazar la carga desde el taller del productor hasta el comprador en el país de destino,

abarcando transporte, embalaje y seguros. Para las microempresas que exportan bienes de alto valor unitario, pero de bajo volumen físico, como la orfebrería de autor, la selección logística determina la viabilidad comercial. Ante la imposibilidad de consolidar grandes volúmenes, las firmas dependen del transporte aéreo mediante mensajería acelerada (couriers), garantizando seguridad y rastreo directo para preservar el margen de ganancia global.

## 10. Resultados Obtenido

Los hallazgos empíricos se organizan en cinco dimensiones temáticas derivadas de la entrevista semiestructurada y la revisión documental.

**Trayectoria productiva y gestión de insumos.** Desde su fundación en 2011, el emprendimiento transitó progresivamente de la bisutería convencional hacia la orfebrería contemporánea de autor, incorporando baños en oro y trabajos en bronce y cobre. La obtención de piedras naturales —águas, cuarzos y perlas barrocas— depende íntegramente de intermediarios internacionales con proveedores en Turquía, Colombia y Brasil, ante la inexistencia de una oferta nacional de estos materiales.

**Modelo organizativo y cadena de valor interna.** La operación se sostiene sobre una estructura colaborativa diferenciada por función. La diseñadora principal trabaja junto a una co-diseñadora en la dirección creativa, mientras que artesanos especializados ejecutan la manufactura en taller. Los puntos de venta en Manta y Quito cuentan con asesoras fijas, y el registro visual de las colecciones está a cargo de fotógrafos especializados. Adicionalmente, un grupo de mujeres amas de casa participa en la manufactura de líneas complementarias de pulseras tejidas, incorporando un componente de inclusión productiva al modelo de negocio.

**Expansión nacional e impacto de factores externos.** La marca abrió un punto de venta en Quito como respuesta a la demanda espontánea de clientes. Sin embargo, el impacto económico de la pandemia derivó en el cierre del local del Quicentro Shopping tras acumular pérdidas durante un año, evidenciando la fragilidad financiera de la expansión física ante shocks externos.

**Proceso de internacionalización.** La primera experiencia exportadora se concretó en Milán, Italia, a través de una convocatoria de Pro-Ecuador con financiamiento privado. La distribución internacional hacia el mercado activo en Estados Unidos se ejecuta a través de DHL como operador logístico. La demanda externa proviene en más del 95% de la comunidad latina, mientras que el consumidor anglosajón nativo representa menos del 5%.

**Barreras operativas reales.** El cumplimiento documental riguroso y el estatus de artesana calificada neutralizaron las trabas con el SENA, sin registrarse obstáculos críticos en los trámites de salida. Los sobrecostos identificados corresponden a logística y tributos en destino, que incrementan el precio de la pieza entre un 15% y un 20%. La barrera más crítica al momento del estudio es el incremento arancelario sobre la importación de materias primas desde Colombia, que afecta directamente la estructura de costos del taller.

## **11. Análisis de Resultados**

El examen crítico de los hallazgos permite articular tres planos de interpretación que reconfiguran la comprensión inicial del problema.

La investigación asumió que las trabas del SENA y el ISD constituían los obstáculos centrales para la internacionalización. Los datos contradicen esta premisa, puesto que la calificación artesanal actúa como mecanismo facilitador que simplifica el despacho aduanero, trasladando el nudo crítico real hacia el costo de insumos importados y la logística en destino.

Los resultados confirman que, al ser inviable competir por costos frente a la producción industrial, el emprendimiento construyó una propuesta centrada en el diseño de autor y la identidad cultural manabita. Este posicionamiento convierte la procedencia ecuatoriana en un activo de valor para nichos de alta disposición a pagar, aunque la demanda se concentra aún casi exclusivamente en la comunidad latina, dejando sin conquistar al consumidor anglosajón nativo.

La vulnerabilidad principal no reside en el entorno regulatorio doméstico, sino en la dependencia de cadenas de suministro externas sin alternativa nacional. El incremento arancelario sobre materias primas colombianas expresa una fragilidad estructural que ninguna estrategia creativa puede compensar por sí sola. Adicionalmente, el modelo organizativo inclusivo —que incorpora mujeres amas de casa en la cadena productiva— representa un activo de comercio justo aún no capitalizado como argumento de diferenciación en mercados internacionales.

## **12. Lecciones y Recomendaciones**

### **Lecciones.**

El valor del aprendizaje que emerge de este caso demuestra que la sostenibilidad internacional en el sector artesanal no depende del volumen de producción, sino del blindaje que otorga el diseño de autor. Al transicionar hacia la orfebrería contemporánea con identidad

cultural, se evidencia que los nichos de mercado globales están dispuestos a asumir un precio premium, validando que el valor intangible de una pieza puede neutralizar las desventajas de costes frente a la industria masiva. La identidad local, por tanto, se consolida como el activo estratégico más potente de la firma.

Por otro lado, la experiencia comercial de la marca deja una lección crítica sobre la configuración de las cadenas de suministro. La falta de una base minera nacional de piedras naturales revela una vulnerabilidad estructural: la dependencia de intermediarios externos. El aprendizaje clave aquí es que el éxito creativo puede verse severamente condicionado si la estructura de costos queda expuesta a la volatilidad de las políticas arancelarias de los países vecinos, transformando un problema de abastecimiento en un riesgo financiero directo para el taller.

Finalmente, el proceso desmitifica las asunciones teóricas de la investigación de campo al demostrar que las aduanas nacionales no constituyen un freno burocrático cuando existe rigor documental. Se aprende que el estatus normativo que otorga la legislación artesanal funciona como un mecanismo facilitador eficiente, trasladando el verdadero desafío operativo desde los trámites de salida de la aduana hacia los costos impositivos de entrada de los insumos.

### **Recomendaciones.**

Para el fortalecimiento del sector orfebre, es imperativo diseñar estrategias que permitan la transición desde el mercado de la nostalgia latina hacia el consumidor global nativo. Se recomienda desarrollar colecciones híbridas que fusionen la herencia técnica manabita con las tendencias estéticas occidentales contemporáneas, permitiendo que la exclusividad de la joya penetre en los segmentos anglosajones de alto poder adquisitivo que aún no han sido conquistados.

Asimismo, ante las limitaciones fiscales para importar materias primas, se propone impulsar un modelo de asociatividad gremial entre los talleres de la región. El diseño de un consorcio de compras conjuntas permitiría consolidar importaciones directas de piedras y metales desde los países de origen, eliminando los márgenes de los intermediarios y negociando mejores tarifas de flete logístico para mitigar los sobrecostos actuales.

Por último, el sector debe migrar hacia el aprovechamiento de políticas públicas de fomento no explotadas, como el programa estatal Exporta Fácil del MIPRO. La adopción técnica de esta herramienta simplificada de envíos postales permitiría a los artesanos reducir sustancialmente

los costos de distribución física internacional, optimizando los márgenes de ganancia frente a los operadores logísticos tradicionales.

### **13. Preguntas de Reflexión**

**¿Qué implicaciones tiene para el investigador asumir marcos teóricos como verdades previas al trabajo de campo, y de qué manera esta experiencia transforma la forma en que se deben construir los supuestos en futuras investigaciones sobre comercio exterior en sectores artesanales?**

La idea inicial identificaba al SENA y al ISD como las barreras centrales para la internacionalización, pero los datos empíricos demostraron lo contrario. Esta contradicción fue el aprendizaje más valioso del proceso: los supuestos teóricos, aunque necesarios para estructurar la investigación, pueden convertirse en un sesgo si no se someten a una revisión crítica constante durante el trabajo de campo. Asumir que la burocracia aduanera era el obstáculo principal limitó inicialmente la capacidad de observar otras variables igualmente relevantes, como la estructura de costos de insumos o el perfil real del consumidor internacional.

**¿En qué medida los demás emprendimientos del sector orfebre ecuatoriano comparten la misma vulnerabilidad estructural identificada en este caso, y qué información adicional sería necesaria para determinar si este patrón es generalizable?**

El hallazgo más significativo —la dependencia de cadenas de suministro externas sin alternativa nacional— no estaba contemplado en el diseño original del estudio. Esto abre una pregunta que la investigación no logra cerrar: si esta fragilidad es exclusiva del caso analizado o representa una condición sistémica del sector. Responderla requeriría ampliar el estudio hacia otros talleres de orfebrería en regiones como Chordeleg o Cuenca, lo que permitiría identificar patrones comunes y construir conclusiones con mayor alcance sectorial.

**¿Qué ajustes metodológicos habrían fortalecido la capacidad explicativa de los resultados y permitido construir conclusiones con mayor alcance?**

La entrevista semiestructurada resultó la técnica más valiosa del proceso al permitir acceder a información que ninguna fuente documental recogía. Sin embargo, apoyarse en una única unidad de análisis limita la transferibilidad de los hallazgos. Incorporar casos comparativos, grupos focales con artesanos calificados o análisis de datos aduaneros del SENA habría fortalecido significativamente la solidez del estudio y abierto nuevas líneas de interpretación.

## 14. Fuentes de Información

- Arias, F. G. (2020). El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica (7ma ed.). Editorial Episteme.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. (2010). Registro Oficial Suplemento 351. República del Ecuador.
- Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2021). Marketing internacional (11.ª ed.). Cengage Learning.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2018). Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones (16.ª ed.). Pearson Educación.
- El Telégrafo. (2022, 14 de junio). Chordeleg, labor ancestral de la filigrana. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-sur/205/chordeleg-orfebreria-labor-ancestral>
- Espinosa Chamorro, J. (1985). Manual del Orfebre. Editorial Universitaria.
- Gualotuña, W. (2024). Barreras arancelarias de la Unión Europea para las exportaciones de las artesanías en Ecuador. Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui. <https://repositorio.ister.edu.ec>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.
- Hill, C. W. (2015). Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global (10.ª ed.). McGraw-Hill.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2016). Economía Internacional: Teoría y política (10.ª ed.). Pearson Educación.
- Ley de Defensa del Artesano. (1953). Registro Oficial 356. República del Ecuador.
- López, K., & Matute, J. (2018). Propuesta de planificación estratégica para el sector joyero artesanal ante la fluctuación de precios de metales preciosos. Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec>
- Ministerio de Ambiente. (2021). Taller de orfebrería en Portovelo: Transformando minerales locales.

- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2025). Informe de rendición de cuentas 2025: Fomento cultural e industrias creativas.
- Observatorio de Complejidad Económica [OEC]. (2023). Ecuador exportación de joyería de imitación. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/imitation-jewellery/reporter/ecu>
- OCDE/Eurostat. (2018). Manual de Oslo: Directrices para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (4.<sup>a</sup> ed.). Publicaciones de la OCDE.
- Porter, M. E. (2015). Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior (2.<sup>a</sup> ed.). Grupo Editorial Patria.
- Ramírez, P. (2025). Factores de competitividad empresarial en los emprendimientos productivos artesanales en Ecuador. ResearchGate.
- Root, F. R. (1994). Entry Strategies for International Markets. Jossey-Bass.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE]. (2024). Resolución Nro. SENAE-SENAE-2024-0123-RE: Regulaciones para exportaciones definitivas y control aduanero. <https://www.aduana.gob.ec>
- Tonon Ordóñez, R., Carvallo Coellar, M., & Aldás Ordóñez, F. (2005). Estudio socioeconómico del sector orfebre en la ciudad de Cuenca. Universidad de Cuenca.
- Uquillas Granizo, G. G. (2024). Dificultades para la internacionalización de negocios y empresas en el Ecuador. *Perspectivas Sociales Y Administrativas*, 2(1), 16–26. <https://doi.org/10.61347/psa.v2i1.62>
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6.<sup>a</sup> ed.). SAGE Publications.

## 15. Anexos

### Anexo A: Ficha técnica del emprendimiento

| CAMPO                   | DETALLE                                                                           |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre Comercial        | Joyas María José Zambrano                                                         |
| Logo/Imagotipo          |  |
| Fundadora / Diseñadora  | María José Zambrano                                                               |
| Ubicación Matriz        | Manta, Manabí, Ecuador                                                            |
| Línea de Producto       | Orfebrería de autor, joyería contemporánea                                        |
| Materiales Base         | Plata, Cobre, Bronce, Piedras Semipreciosas                                       |
| Presencia Nacional      | Locales Propios y puntos de distribución a nivel nacional                         |
| Canales internacionales | Ventas directas al extranjero y participación en ferias internacionales           |

*Elaboración propia*

***Fuente:*** Entrevista

### Anexo B: Entrevista a María José Zambrano fundadora y diseñadora de “Joyas María José Zambrano”



*Elaboración propia*

***Fuente:*** Entrevista

## Anexo C. Instrumento de entrevista semiestructurada aplicada

| INSTRUMENTO DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA APLICADA                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Objetivo:</b>                                                                                                                                                  | Recopilar información primaria sobre la internacionalización y gestión del emprendimiento "Joyas María José Zambrano"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Dirigido a:</b>                                                                                                                                                | María José Zambrano, fundadora y diseñadora principal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Fecha:</b>                                                                                                                                                     | Martes 16 de junio de 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Bloque 1: Trayectoria y modelo productivo                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Pregunta                                                                                                                                                          | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1. <i>¿Qué fue lo que realmente la motivó a ingresar en el mundo de la orfebrería y cómo recuerda esos primeros pasos para dar a conocer su marca en Ecuador?</i> | El proyecto inició en 2011 de manera empírica, naciendo como un pasatiempo en el que se utilizaban herramientas básicas y materiales sintéticos. La motivación principal fue la búsqueda de independencia económica. Los primeros pasos comerciales se dieron mediante la participación en ferias pequeñas y el lanzamiento de colecciones privadas orientadas a un grupo selecto de aproximadamente cincuenta invitadas.                                                                     |
| 2. <i>Si compara sus primeras colecciones con lo que diseña hoy, ¿qué cambios significativos nota en las técnicas y en los metales que utiliza?</i>               | Los inicios estuvieron marcados por técnicas de bisutería simple, basadas en la manipulación de hilos y perlas plásticas. La producción actual incorpora fundición, acabados especializados y baños en oro sobre metales base como el bronce.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3. <i>¿Quiénes la acompañan actualmente en el taller o en la empresa y cómo se divide el trabajo en el día a día?</i>                                             | La estructura organizativa cuenta con asesoras comerciales fijas en Manta y Quito. La dirección de diseño está a cargo de su hermana, mientras que la dirección operativa general la ejerce de forma directa. Se dispone además de fotógrafos profesionales y artesanos calificados en taller. Un pilar fundamental es el enfoque de responsabilidad social: se genera empleo directo para mujeres amas de casa, quienes elaboran líneas de pulseras tejidas integradas a la cadena de valor. |
| 4. <i>¿De dónde obtiene las materias primas principales como metales y piedras? ¿Trabaja con proveedores locales o internacionales?</i>                           | Ecuador no posee una oferta nacional consolidada de piedras naturales. Por este motivo, la empresa importa bronce y piedras como ágatas, cuarzos, cristales, perlas barrocas, madreperla y ámbar a través de intermediarios con proveedores en Turquía, Colombia y Brasil.                                                                                                                                                                                                                    |
| 5. <i>¿Cuando el negocio empezó a crecer, ¿tuvo dificultades para conseguir materiales de buena calidad y cómo resolvió ese problema?</i>                         | No se presentaron dificultades críticas dado que el crecimiento ha sido progresivo. Conforme la marca se posicionó, se amplió la red de contactos, diversificando la cartera de proveedores de dos iniciales a cuatro o cinco alternativas estables.                                                                                                                                                                                                                                          |
| 6. <i>¿De dónde nace la inspiración para cada colección y cómo logra que el diseño propio le gane terreno a la joyería industrial producida en masa?</i>          | El proceso creativo surge de manera orgánica al conectar con una idea, investigando combinaciones de colores y formas. La estrategia de diferenciación frente a la producción masiva se fundamenta en el diseño de piezas grandes, atrevidas y llamativas, constituyendo el factor clave por el cual los clientes seleccionan la marca.                                                                                                                                                       |

| Bloque 2: Expansión nacional                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pregunta                                                                                                                                                 | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 7. <i>Para abrir nuevos locales en el país, ¿en qué criterios se basó para elegir las ciudades y los puntos de venta?</i>                                | Las operaciones iniciaron en Manta por ser la ciudad matriz. La expansión hacia Quito respondió a la demanda directa de clientes de esa zona, estableciendo contacto con la gerencia del Mall El Jardín. Posteriormente se inauguró un punto de venta en el Quicentro Shopping, que debió cerrarse tras un año de operación debido a las restricciones económicas de la pandemia, ya que generaba pérdidas financieras en lugar de rentabilidad. |
| Bloque 3: Internacionalización                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Pregunta                                                                                                                                                 | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 8. <i>¿Cómo fue esa primera experiencia vendiendo sus joyas fuera del país y qué canales utilizó para hacer llegar el producto al exterior?</i>          | La primera incursión internacional se dio mediante una invitación de Pro-Ecuador para participar en una feria comercial en Milán, Italia. Al no contar con capital suficiente, se gestionó apoyo del sector privado. Aunque no generó rentabilidad inmediata, aportó un alto valor intangible a la marca. Actualmente se participa anualmente en ferias internacionales y la distribución se ejecuta mediante DHL.                               |
| 9. <i>¿Quiénes son sus clientes internacionales más fuertes y en qué mercados específicos se concentra la mayor valoración de sus diseños?</i>           | Los esfuerzos comerciales se concentran en Estados Unidos, donde el mercado está compuesto mayoritariamente por la comunidad latina de origen mexicano, colombiano, venezolano y ecuatoriano. El segmento de consumidores estadounidenses nativos representa menos del 5% de las ventas internacionales.                                                                                                                                         |
| 10. <i>¿Qué tanto le sirvieron las ferias internacionales para posicionar la marca y qué lecciones obtuvo sobre las exigencias del mercado global?</i>   | La asistencia a ferias actúa como un efecto multiplicador que facilita el acceso a nuevos eventos y permite que los mercados globales conozcan la marca y la identidad cultural plasmada en las piezas. No se han experimentado barreras técnicas de calidad, dado que el producto cuenta con un estándar competitivo en el mercado internacional.                                                                                               |
| Bloque 4: Barreras y entorno regulatorio                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Pregunta                                                                                                                                                 | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 11. <i>En la práctica, ¿cuáles han sido las trabas reales al exportar, considerando la aduana, los impuestos y los costos logísticos?</i>                | No se han experimentado trabas aduaneras críticas, dado que el cumplimiento riguroso de la tramitología y los procesos de declaración preventiva evitan inconvenientes con las autoridades de control. La logística y la tributación en destino sí generan un incremento estimado entre el 15% y el 20% sobre el valor final de la pieza.                                                                                                        |
| 12. <i>Evaluando el papel de instituciones como el SENAE o el Ministerio de Cultura, ¿hubo algún trámite o apoyo que realmente haya funcionado bien?</i> | Los trámites institucionales se han desarrollado dentro de parámetros de normalidad. La condición de artesana calificada otorga beneficios normativos que agilizan los procesos frente a figuras societarias convencionales. No obstante, el reciente incremento arancelario a materiales provenientes de Colombia representa una afectación económica directa para la estructura de costos del taller.                                          |

| Bloque 5: Perspectivas y aprendizajes                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pregunta                                                                                                                                                                            | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>13.</b> <i>Con toda su experiencia internacional, ¿en qué países o para qué tipo de clientes ve las mejores oportunidades comerciales para la orfebrería ecuatoriana?</i></p> | <p>El mercado con oportunidades más sólidas sigue siendo Estados Unidos, impulsado por el volumen de su comunidad latina y su apertura constante a productos innovadores. La Unión Europea, específicamente España, representa un nicho altamente atractivo por su consolidada cultura de valoración hacia la joyería y orfebrería de alta gama.</p>                                                        |
| <p><b>14.</b> <i>Mirando hacia adelante, ¿qué les hace falta o qué caminos deberían tomar los artesanos ecuatorianos para exportar con éxito de forma sostenida?</i></p>            | <p>El principal desafío radica en la falta de capacitación técnica y administrativa integral. Existen limitaciones críticas en facturación, educación financiera y visión global de negocios. El país posee un talento artístico extraordinario, pero la producción y comercialización se ejecutan bajo esquemas empíricos e informales que restringen su escalabilidad hacia mercados internacionales.</p> |

*Elaboración propia a partir de la aplicación de entrevista semiestructurada*