



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

Factibilidad comercial para la exportación de artesanías de la costa ecuatoriana al continente europeo a través de Amazon Web Services

AUTOR:

Jean Pierre Vásquez Gortaire

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTORA:

Ing. Ana Ulloa Armijos, PhD.

Guayaquil, Ecuador

A los días 25 del mes de febrero del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Vásquez Gortaire Jean Pierre, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en comercio y finanzas internacionales bilingüe.

TUTORA:

Ing. Ana Ulloa Armijos, PhD.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Dra.

Guayaquil, a los días 25 del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Vásquez Gortaire Jean Pierre

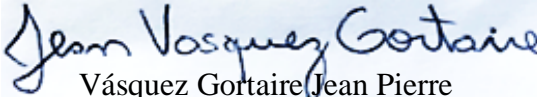
DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Factibilidad comercial para la exportación de artesanías de la costa ecuatoriana al continente europeo a través de Amazon web services previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los días 25 del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:


Vásquez Gortaire Jean Pierre



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, Vásquez Gortaire Jean Pierre

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Factibilidad comercial para la exportación de artesanías de la costa ecuatoriana al continente europeo a través de Amazon web services, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los días 25 del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:

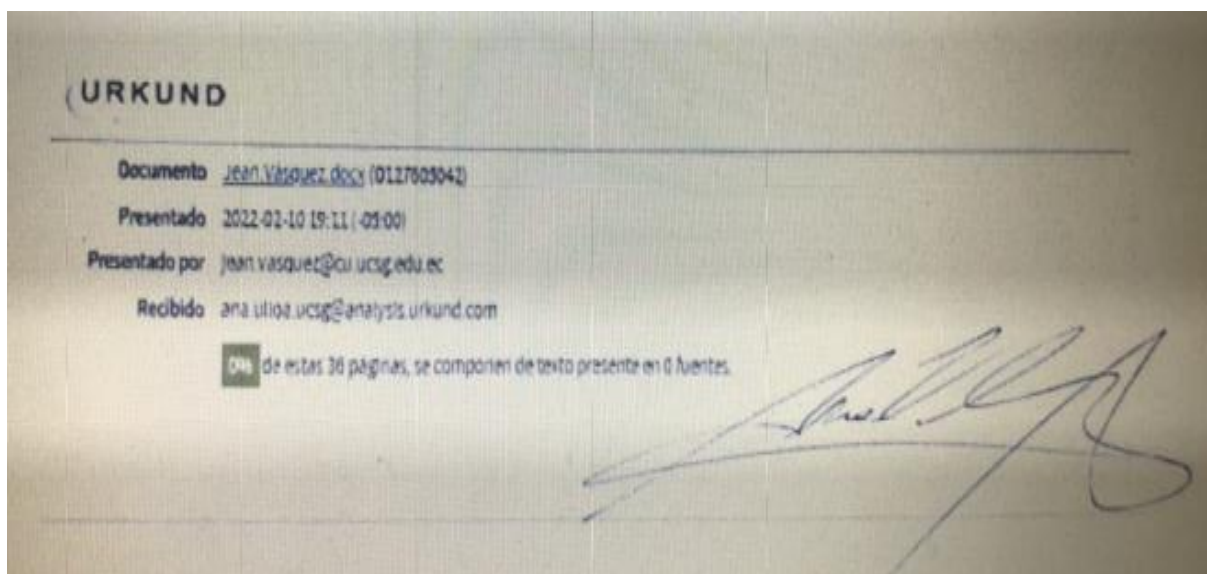
Vásquez Gortaire Jean Pierre



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado - Factibilidad comercial para la exportación de artesanías de la costa ecuatoriana al continente europeo, presentado por el estudiante Vásquez Gortaire Jean Pierre, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Ing. Ana Ulloa Armijos, PhD.

TUTORA

Agradecimiento

Quiero agradecer a todos aquellos quienes hacen parte de la Universidad Católica y que de alguna manera u otra fueron parte de este recorrido educativo que se encuentra próximo a terminar, gracias a los profesores quienes tuvieron la responsabilidad de compartir sus conocimientos día a día a los estudiantes, gracias a esos compañeros que en algún momento te ayudaron y muy especialmente gracias a mis padres, familiares y amigos que en todo momento estuvieron apoyándome e incentivándome para mejorar constantemente tanto en el campo personal como en el profesional.

Jean Pierre Vásquez Gortaire

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo principalmente a mis padres y familiares quienes siempre confiaron en mi capacidad para lograr cumplir este objetivo, apoyándome siendo mi soporte en los momentos malos y compartiendo conmigo los momentos buenos, también dedico el presente trabajo a los amigos y compañeros que tuve durante todo este largo camino por ser personas de bien con las que tuve gratas experiencias.

Jean Pierre Vásquez Gortaire



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Ana Ulloa Armijos, PhD.

TUTOR(A)

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Dra.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Ingeniera Teresa Alcivar

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Vásquez Gortaire Jean Pierre	

Ing. Ana Ulloa Armijos, PhD.

TUTORA

Tabla de contenido

Introducción	2
Capítulo I: Generalidades del Trabajo	3
Antecedentes	3
Justificación	4
Planteamiento del Problema	6
Formulación del Problema	6
Preguntas de Investigación.....	6
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Delimitación del Tema	7
Limitaciones del Trabajo	7
Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico	8
Marco Teórico.....	8
Teoría del Cooperativismo	8
Teoría de la ventaja absoluta.....	10
Teoría de sistemas	11
Teoría de la digitalización	11
Marco Conceptual.....	12
Artesano.....	12
Artesanía.....	13

E- Commerce.....	14
Tecnologías de la información y comunicación	15
Exportación	16
Comercio Internacional.....	17
Amazon	19
Marco Metodológico	20
Enfoque metodológico	20
Diseño de investigación	21
Población	23
Método de muestreo	23
Método de investigación	26
Resultados.....	29
Marco referencial.....	33
La exportación de artesanías a nivel Mundial	33
La exportación de artesanías a nivel Latinoamericano	41
La exportación de artesanías a nivel País - Ecuador.....	44
Capítulo 3. Propositivo	47
Análisis FODA.....	47
Manual de uso de Amazon services.....	48
Logística de Amazon.....	53
Logística de Amazon para exportación	56
Conclusiones y Recomendaciones.....	63
Conclusiones.....	63

Recomendaciones	65
Referencias.....	67
Apéndices.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Variable dependiente</i>	28
Tabla 2. <i>Datos de las entrevistas</i>	29

Índice de Figuras

Figura 1. Pregunta 8. ¿Ha tenido problemas para exportar sus productos?.....	30
Figura 2. Pregunta 7. ¿El producto que ofrece está registrado en la plataforma Amazon para la venta?.....	31
Figura 3. Pregunta 8. ¿Ha manejado Amazon alguna vez?	31
Figura 4. Pregunta 9. ¿Accede a la plataforma Amazon todos los meses?	32
Figura 5. Pregunta 10. ¿Exporta sus productos al continente europeo mínimo 3 veces al año? ..	32
Figura 6. Pregunta 11. ¿Estaría dispuesto a seguir un manual para ofertar sus productos en Amazon?.....	33

Índice de Apéndices

Apéndice A. Pregunta 3. ¿Cuántos empleados maneja en la empresa?	70
Apéndice B. Pregunta 4. ¿Tiene la empresa más de 10 años en el mercado?	71
Apéndice C. Pregunta 6. ¿La mercancía para envío a otros países, tiene seguro?	72

Resumen

Se realizó el presente trabajo de titulación con la intención de analizar la factibilidad comercial de negocios que exportan artesanías de la costa ecuatoriana a través una plataforma digital internacional para vender productos al continente europeo, se busca determinar si es viable para los negocios implementar un nuevo sistema de ventas digitales a través de Amazon, para lograr este objetivo se realizaron entrevistas a los artesanos exportadores en la ciudad de Guayaquil, para lo cual se analiza los marcos teóricos, conceptuales, referenciales y metodológicos que han permitido llegar a la conclusión de que muchas de las personas que trabajan en las empresas de la industria conocen de la posibilidad de vender sus productos al exterior de forma digital y durante la investigación todos los entrevistados opinaron que si el exportar mediante la plataforma digital significa un beneficio para sus negocios, están dispuestos a hacerlo, lo cual muestra que se encuentran abiertos a la posibilidad de dar el siguiente paso hacia la digitalización para seguir creciendo como empresa, es de mucha importancia incrementar la cantidad de medios de información que permitan un mayor entendimiento de cómo sacar provecho de las herramientas digitales y la constante cooperación entre los miembros del mismo gremio.

Palabras Clave: digital, negocio, venta, empresa, exportar

Abstract

The present degree work was carried out with the intention of evaluating the commercial feasibility of a business that exports handicrafts from the Ecuadorian coast to the European continent, it seeks to determine if it is viable for the businesses to implement a new digital sales system through amazon, to achieve this objective, interviews were conducted in the artisan market of the city of Guayaquil, for which the theoretical, conceptual, referential and methodological frameworks are analyzed and as a result of the investigation we conclude that many of the people who work in the companies of the industry know about the possibility of selling their products abroad digitally, all those interviewed think that if exporting through the digital platform means a benefit for their businesses, they are willing to do it, which determines that they are open to the possibility of taking the next step towards digitization to continue growing as a company, it is very important to increase the means of information that allow a greater understanding of how to take advantage of digital tools and the constant cooperation between members of the same guild.

Keywords: *digital, business, sale, company, export.*

Introducción

El presente trabajo se realiza con la intención de conocer si es recomendable para los exportadores la implementación de un nuevo modelo de ventas hacia el exterior, el cual consiste en colocar los diferentes productos de los artesanos de la costa ecuatoriana en la tienda digital de Amazon para su posterior comercialización en el continente europeo.

El estudio se realizó básicamente porque se nota la alta calidad de la producción de artesanías que se da en nuestro país, no caben dudas que son muy hermosos los diseños fabricados por los trabajadores de esta industria, junto con sus distintos materiales de fabricación, colores, significados, etc., hacen que el producto final posea calidad de exportación. Estos factores marcan el inicio hacia la búsqueda de nuevos mercados a los cuales puedan ser ofertados los bienes producidos, y fue elegido el continente europeo como mercado meta, ya que existe gran cantidad de visitantes de esa parte del mundo en nuestro territorio y muchos de ellos al momento de querer llevarse un recuerdo, deciden visitar los mercados artesanales en busca de las distintas opciones que ofrecen estos sitios.

Dentro del desarrollo de este trabajo se visualiza la aparición de capítulos, de los cuales el número uno será destinado a presentar los antecedentes a tratar, el planteamiento del problema, los objetivos que me servirán de guía para determinar la meta que se desea llegar mediante la investigación, las preguntas de investigación que son útiles para plantear como se va a resolver el tema, luego en el capítulo número dos se encuentran el desarrollo de los marcos, teórico, metodológico y el marco referencial, para finalizar el último capítulo es el propositivo donde se propone la creación de un manual para el mejor entendimiento del manejo de Amazon lo que aspiro será de gran utilidad.

Capítulo I: Generalidades del Trabajo

Antecedentes

Historia

(UNESCO, 2019) menciona que:

La artesanía, a nivel nacional, es parte de la belleza turística del país, es uno de los factores más importantes en el desarrollo del turismo, porque son muestras de la cultura y costumbres de los pueblos del Ecuador.

Las artesanías actualmente son emblemas culturales de nuestro país, son accesorios que contienen parte de la historia de nuestro pueblo; el sombrero de paja toquilla es uno de los objetos que en la actualidad son conocidos por su elaboración y por el material, el 5 de diciembre del 2012 la UNESCO otorgó al sombrero ecuatoriano de paja toquilla el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. (p.1)

(Revista Líderes, 2020) expone que:

Sin embargo, una de las condiciones negativas que enfrenta el mercadeo artesanal en Ecuador es la falta de comunicación, lo que no solo perjudica las actividades de mercadeo, sino que además detiene la oportunidad de promocionar sus productos. Superar este problema requiere crear una alternativa de medios que facilite la relación entre medios y marketing aprovechando el potencial de la era digital.

Entrar en el comercio electrónico sigue siendo un desafío para los artesanos y las pequeñas empresas. El coste de desarrollar una tienda online o la falta de conocimiento son algunos de los obstáculos. Sin embargo, la pandemia ha puesto de relieve la necesidad de conectividad a Internet.

La Fundación Wiksi, creada hace dos años por Cristina Elizalde, es ahora un escaparate para los artesanos ecuatorianos. Es un 'mercado' donde diferentes marcas se unen para comercializar sus productos. (p.1)

(El Universo, 2021) expresa que:

El gobierno de Ecuador ha abierto una línea de apoyo económico al patrimonio cultural para promover el estudio, preservación y difusión del conocimiento ancestral, y la transferencia de conocimiento que ha sido interrumpido por el impacto de la pandemia del coronavirus.

Los proyectos deben generar procesos innovadores en las prácticas del patrimonio cultural, tanto en el sector agrícola como artesanal, y en el proceso de selección, los procesos de asociación colectiva serán considerados una obra de arte. También se aplicarán criterios de preferencia regionales y basados en derechos, teniendo en cuenta los países con mayor población ancestral. (p.1)

Justificación

Esta investigación es muy importante porque ayuda a difundir los valores culturales de los pueblos antepasados a través de la artesanía practicada en todo el país.

(El Diario, 2016) expresa que:

Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas, montuvias y afrodescendientes del país, de su rica cultura y tradiciones.

Los artesanos de Ecuador expresan sus sentimientos a través de las manos, creando manualidades como pinturas, tejidos, collares, telas, etc. En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país por medio de ferias y mercados artesanales, señala la web de noticias tvecu.com. Los materiales usados en ciertos productos artesanales varían de acuerdo a la región.

Por ejemplo, en el norte del país los artesanos crean productos elaborados como abrigos, guantes, sombreros, bufandas, entre otros, con lana tinturada de muchos colores.

Otavalo es uno de los lugares más importantes en este campo artesanal y es donde los turistas pueden obtener productos artesanales de distinta naturaleza. Aquí usted podrá encontrar productos como tejidos coloridos de lana, joyas hechas de piedra, tagua, plata y otros tipos de cristalería. Los artesanos son muy creativos y cualquier cosa es posible para ellos.

Quito y Guayaquil. Pero las artesanías se han expandido desde hace varios años por todo el territorio; en Quito, la capital, se puede encontrar mercados artesanales importantes como el Mercado Artesanal de la Mariscal, el cual ofrece una amplia selección de artesanías.

Los turistas, tanto nacionales como extranjeros, pueden escoger desde textiles coloridos autóctonos hasta figuras talladas en madera, pinturas, joyería, sombreros de paja toquilla, así como también otros tipos de adornos hechos de madera.

La mayor selección de pinturas ecuatorianas está localizada en el parque El Ejido, donde muchos artistas se reúnen para tener una gran exposición. Este es un mercado en las afueras, por lo que usted podrá encontrar pinturas de estilos diversos.

Guayaquil no se queda atrás. El Mercado Artesanal del lugar es un encuentro de la cultura andina en medio del trópico guayaquileño.

Camisas, pantalones, chompas, gorros, ponchos, joyas, pinturas, rondadores, quenás, zampoñas, así como otros instrumentos musicales hechos con cuero de alpaca, jarrones, mueblería y otras mercaderías de madera o cerámica con motivos andinos, se encuentran en este mercado, destaca Agencia Andes.

De exportación. Las artesanías ecuatorianas se caracterizan por su heterogeneidad, la tradición y el entorno geográfico en el cual se desarrollan. Se diferencian específicamente por el tipo de material empleado en la confección y la autenticidad del diseño creado por las manos del artesano. (p.1)

Amazon trabaja de la mano con la tecnología para simplificarla y mejorar la experiencia de compra para cada cliente, y a su vez permite el acceso a compras desde cualquier lugar y en cualquier momento, al tiempo que brinda los mejores métodos de pago para el cliente. Otro punto clave del éxito de Amazon es de que es una empresa abierta para todo tipo de empresa.

Su organización tiene seis departamentos: tienda online, tienda física, servicios minoristas, terceros, servicios de suscripción, servicios web de Amazon ("AWS") y otros. Los segmentos reflejan cómo la empresa evalúa su desempeño comercial y gestiona tus actividades.

Planteamiento del Problema

En el presente trabajo de investigación se busca conocer como los exportadores de artesanías venden sus productos al exterior, si se encuentran satisfechos con el sistema que utilizan actualmente y si estarían dispuestos a probar una alternativa de exportación al continente europeo a través de la plataforma digital Amazon web services.

Sería ideal que el gremio de artesanos logre aprovechar la buena cantidad de mano de obra con la que dispone la industria, la mejor manera de incrementar la labor de los fabricantes y todos los involucrados en el proceso de producción es vender más, para lograr conseguir el objetivo se necesita de agrandar el mercado al cual va dirigido el producto que se está ofreciendo, por lo tanto, las ventas por medio de tiendas digitales es una gran alternativa de innovación y excelente forma de conseguir más compradores.

Una de las causas que probablemente podría estar originando el lento incremento de ventas de las artesanías de la costa ecuatoriana a pesar de su alta calidad puede ser el desconocimiento por parte de los compradores potenciales del producto, planteo esto porque cuando vienen de vacaciones personas del viejo continente de visita a nuestro país, son muchos los que van en busca de los diferentes mercados artesanales para abastecerse de productos.

Formulación del Problema

¿Existe falta de conocimiento de uso de las Tic's por parte de los artesanos en Ecuador para que puedan exponer sus productos a través de una plataforma digital?

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de la plataforma Amazon por parte de los artesanos ecuatorianos?
- ¿Será beneficioso el uso de plataformas digitales para que los artesanos puedan vender sus productos al exterior?
- ¿Cuál es el mejor método para que los artesanos realicen ventas por medio de plataformas digitales al exterior?

Objetivo general.

Analizar la factibilidad comercial de una empresa que exporta productos de artesanías al continente europeo y establecer un manual para el uso de una plataforma digital para comercializar los productos de los artesanos.

Objetivos específicos.

- Analizar bibliografía que aporten al tema
- Realizar entrevista a artesanos ecuatorianos que exporten productos al continente europeo
- Determinar el nivel de acceso a los medios digitales que tienen los artesanos para comercializar sus productos
- Elaborar una propuesta de manual de instrucción para promocionar productos de artesanía ecu en Amazon

Delimitación del Tema

La investigación está enfocada en los artesanos de la costa ecuatoriana.

Encontrar otro segmento para comercializar sus productos.

Limitaciones del Trabajo

- Poco conocimiento sobre artesanías ecuatorianas.
- Tiempo muy limitado para analizar el proyecto.
- Escaso contacto con artesanos ecuatorianos.

Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico

Marco Teórico

Teoría del Cooperativismo

(Morales, 2020) menciona que:

El cooperativismo es el movimiento que defiende la cooperación de sus integrantes, exponiéndola en el rango socioeconómico como el medio para lograr que productores y consumidores obtengan un mayor beneficio, así como una mejora en la satisfacción de sus necesidades. El cooperativismo tiende a defenderse como una fuerza económica que favorece la inclusión financiera de los más necesitados.

El sistema de asociación que propone el cooperativismo es el que se produce a través de sociedades llamadas cooperativas. A través de estas, dicha doctrina aboga por el trabajo conjunto para el logro de los objetivos comunes.

El cooperativismo está representado en todo el mundo por la Alianza Cooperativa Internacional.

Principales características y valores del cooperativismo

Entre las características que presenta el cooperativismo cabría destacar las siguientes:

- Apoyo mutuo entre socios.
- Equidad e igualdad entre socios.
- Solidaridad entre partícipes.
- Esfuerzo propio y motivación mutua.
- Sistema democrático y justo.
- Responsabilidad.
- Fines y objetivos comunes entre cooperativistas.

Principios del cooperativismo

A continuación, se exponen aquellos principios en los que se basa el movimiento cooperativo:

- Libre adhesión
- Control democrático
- Gestión de los administradores
- Educación cooperativa.
- Reparto de excedentes.
- Integración cooperativa.
- Preocupación por la comunidad.

Origen del cooperativismo

El cooperativismo comienza a ganar peso durante el siglo XIX, cuando se documenta la aparición de este como movimiento económico y social. No obstante, existen ciertos sucesos a lo largo de la historia que, sirviendo de precedentes, se basaron en el cooperativismo sin si quiera existir el citado movimiento. Así, en 1769 se pueden encontrar ejemplos de cooperativas que basan sus principios en los que posteriormente basaron los principios del movimiento cooperativo. De la misma forma, pensadores anteriores a Marx, ideólogos del socialismo utópico, también basaron sus teorías en el desarrollo de una estructura social y económica basada en la cooperación y los principios del cooperativismo.

No obstante, pese a los precedentes a la aparición del cooperativismo, dicho movimiento nace en 1844, cuando una compañía textil en Reino Unido se constituyó mediante la aportación de los socios que trabajaban en la compañía. Así, con las aportaciones de los comunes, los trabajadores crearon lo que se conocería oficialmente como la primera empresa cooperativa, fundada bajo los valores y principios del movimiento cooperativista. De esta forma, los trabajadores presentaron ante la Cámara de los Comunes los principios bajo los que habían constituido dicha cooperativa. Estos principios, posteriormente, formaron parte de los principios que defendería el movimiento cooperativo.

En 1895 nace la institución que reunía y representaba a dichas cooperativas en el mundo, la Alianza Cooperativa Internacional. Dicha entidad, además de representar a los cooperativistas, también perseguía la difusión y la enseñanza del cooperativismo. (p.1)

Teoría de la ventaja absoluta

(Gascó, 2019) indica que:

El concepto de ventaja absoluta en economía fue acuñado por Adam Smith para definir la productividad de una persona, de una empresa o de un país.

Eso sí, esta ventaja absoluta vendrá siempre determinada en función de la cantidad de factores de producción empleados para conseguir su fin y, el porcentaje de estos factores empleados tendrá que ser siempre lo más bajo posible. Por tanto, podremos hablar de ventaja absoluta cuando para producir un bien, producto o servicio se emplee el menor número posible de costes y recursos.

¿En qué consiste la ventaja absoluta?

Para que la teoría de la ventaja absoluta pueda funcionar los beneficios se tendrán que obtener a través de las ventajas comparativas, es decir, a través de un beneficio comercial. Por ejemplo, un país puede obtener la ventaja absoluta en la medida que comienza a comercializar productos en el extranjero y estos productos cuando van aumentando sus ventas, van aumentando los beneficios.

Una de las características de la ventaja absoluta es que solamente podrá tener lugar cuando uno de los competidores del mercado haya conseguido fabricar sus productos, bienes o servicios al menos coste que el resto de sus competidores. De este modo, la lógica indica que un país exportará únicamente aquellos productos en los que tiene garantizada dicha ventaja. (p.1)

Teoría de sistemas

(Equipo editorial, Etecé., 2021) menciona que:

Se conoce como Teoría de sistemas o Teoría General de Sistemas al estudio de los sistemas en general, desde una perspectiva interdisciplinaria, o sea, que abarca distintas disciplinas.

Su aspiración es identificar los diversos elementos y tendencias identificables y reconocibles de los sistemas, o sea, de cualquier entidad claramente definida, cuyas partes presentan interrelaciones e interdependencias, y cuya suma es mayor que la suma de sus partes.

Esto quiere decir que, para tener un sistema, debemos poder identificar las partes que lo componen y entre ellas debe haber una relación tal, que al modificar una se modifican también las demás, generando patrones de comportamiento predecibles.

Por otro lado, todo sistema tiene una relación con su entorno, al cual se ajusta en mayor o menor medida y respecto del cual deberá poder ser siempre diferenciado. Dichas consideraciones, como se verá, pueden aplicarse a la biología, a la medicina, a la sociología, a la administración de empresas y muchos otros campos del saber humano.
(p.1)

Teoría de la digitalización

(González, 2017) expresa que:

La digitalización es un proceso mediante el cual, algo real (físico, tangible) es pasado a datos digitales para que pueda ser manejado por una computadora (de naturaleza, a su vez, digital), modelándolo, modificándolo, y aprovechándolo para otros propósitos distintos de su cometido o función originales. Por ejemplo, la digitalización de un documento escrito a mano sobre papel puede consistir en su escaneado y posterior interpretación mediante un programa o solo su escaneo. Sin ir más lejos, en el caso del documento escaneado y luego interpretado, una mala caligrafía del autor del texto puede

llevar al programa a interpretar una l donde debía ir una i, o viceversa, o malinterpretar algún otro carácter. La obtención de señales digitales a partir de analógicas (digitalización) aporta ventajas, como son la reproducción sin pérdida de calidad, y su manipulación para convertirla en algo distinto (p.1)

Marco Conceptual

Artesano

(Quiroa, 2020) señala que:

Un artesano es toda persona que realiza un trabajo manual y realiza piezas que son totalmente exclusivas, personalizando sus creaciones de acuerdo con los gustos de sus clientes.

Sobre todo, el trabajo manual excluye la utilización de cualquier tipo de máquina y cada pieza generada es diferente. Una pieza siempre es diferente a la otra debido a que el artesano no logra que todas las piezas queden iguales, porque sus procesos no están estandarizados como resulta en una producción industrial.

Aparte de, la producción artesanal se distingue y se diferencia de la producción que se hace de forma industrial o conocidas con el nombre de producción en serie, debido a que las piezas de una producción en serie reúnen características uniformes en cada producto.

Por otro lado, en la época mercantilista cuando florecieron los gremios, había un gremio de artesanos, y era utilizado para agrupar a un conjunto de personas que desempeñaban el mismo oficio o la misma profesión artesanal.

Los productos artesanales pueden llegar a tener un alto grado de reconocimiento a nivel mundial como los siguientes productos que usamos como algunos ejemplos importantes:

Rusia es reconocida en el mundo por sus muñecas de madera denominadas Matrioskas, que representan el concepto de la maternidad. Son muñecas de madera huecas que dentro de ellas contienen otras muñecas.

China tiene como producto artesanal representativo la porcelana, la cual se caracteriza por sus minuciosos y exclusivos diseños de cada pieza. Mundialmente se considera como un producto de lujo.

Ecuador se caracteriza por sus emblemáticos sombreros de paja de toquilla que tejen según las tradiciones de la región, este producto fue declarado en el año 2,012 como patrimonio intangible de la humanidad. (p.1)

Artesanía

(Cao, 2019) expresa que:

Una artesanía es un objeto que realiza una persona con sus propias manos. Rara vez se utilizan utensilios, aunque es principalmente un trabajo manual. La persona quien lo realiza se lo llama artesano y se lo suele encontrar en ferias. Su trabajo es con un fin comercial y a veces por placer. Se utilizan herramientas que ayudan a moldear al objeto, pero no suelen ser eléctricas ni se trata de un proceso automatizado.

Las artesanías son objetos únicos, ya que al ser una creación de una persona no hay dos iguales. Pueden tratarse de joyerías, como un collar o una pulsera, así como también de un cuadro o algún utensilio para el hogar, como puede ser un cuchillo o un tenedor. Es por el hecho de ser un objeto único e inigualable lo que hace que una artesanía sea algo muy especial.

Los materiales que suelen utilizar para crear las artesanías son objetos que se encuentran en el lugar en el que viven. Por ejemplo, si el artesano es oriundo de una playa, su material más común que se encontrarán en sus artesanías serán caracoles. El método que utiliza también es específico de la región donde se encuentra.

Lo que hace que los productores artesanales sean inigualables es el hecho de que representan al artesano, así como también al lugar donde vive. Son un símbolo de la cultura propia del país donde se crea la artesanía. Al ser realizados con esmero y cuidado, utilizando las manos, también lo hace único e inigualable.

Algunas formas de hacer artesanías son: la alfarería, la cerámica y la talla en madera. Este último se trata de dibujos creados en madera, especiales para colgar en las

paredes de un hogar. La alfarería es el arte de crear vajillas en arcilla, que se va moldeando con las manos y con una herramienta especial que hace que el material tome forma.

Crear una artesanía no es lo mismo que hacer una manualidad. Si bien en ambas se trabajan los materiales con las manos, la manualidad es algo que se realiza principalmente en un colegio, para que los niños aprendan a utilizar diferentes elementos. También, es un objeto que se crea solamente una vez, como puede ser para realizar un regalo.

En cambio la artesanía se crea para su comercialización y es el medio de vida de un artesano. La artesanía posee un valor incalculable y artístico en relación a la cultura y a la historia de un lugar. Puede estar relacionada al clima del lugar o a los objetos que se pueden encontrar allí mismo, entre otras cosas. (p.1)

E- Commerce

(Alcalde, 2016) señala que:

El comercio electrónico conocido popularmente como e-commerce, es la compraventa y distribución de bienes y servicios a través de internet u otras redes informáticas.

Constituye un nuevo soporte para la actividad comercial porque carece de materialidad y de pautas físicas (espacio y tiempo) pero le da accesibilidad y rapidez. De tal modo que se pueden realizar transacciones todos los días del año a cualquier hora y en cualquier lugar del mundo.

Origen y desarrollo del e-commerce

El comercio electrónico es la última fase en la evolución del comercio, entendido como el intercambio de bienes y servicios que se viene dando a lo largo de la historia.

En la década de los 70 aparecen los primeros ordenadores y con ellos, las primeras relaciones comerciales. Estas primeras transacciones ofrecen servicios muy limitados como órdenes de compra o facturas. Sin embargo, no fue hasta 1989 cuando se creó la www (Word Wide Web), el sistema que potenció la transmisión de información a nivel mundial. Es decir, las páginas webs a las que ahora estamos habituados a acceder.

Durante los 90, comienza el auge del comercio electrónico, tal y como lo conocemos hoy en día. En esta época, se crean los gigantes del sector Amazon o Ebay.

Es en 1995 cuando el G7 y G8 crearon un Mercado Global para PYMES, con el objetivo de impulsar el comercio electrónico de este sector y brindarles la posibilidad de abrirse a nuevos mercados.

En el siglo XXI el comercio electrónico es un método más de compra integrado entre los consumidores a nivel mundial. Se realiza desde distintos dispositivos móviles, y la web 2.0, así como las redes sociales, ayudan a su difusión y expansión. (p.1)

Tecnologías de la información y comunicación

(Claro S.A., 2019) expresa que:

Para empezar, tenemos que decirte qué son las TIC o tecnologías de la información y la comunicación: Son tecnologías que utilizan la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones para crear nuevas formas de comunicación a través de herramientas de carácter tecnológico y comunicacional, esto con el fin de facilitar la emisión, acceso y tratamiento de la información.

Esta nueva forma de procesamiento de la información logra combinar las tecnologías de la comunicación (TC) y las tecnologías de la información (TI), las primeras están compuestas por la radio, la telefonía y la televisión. Las segundas se centran en la digitalización de las tecnologías de registro de contenidos. La suma de ambas al desarrollo de redes, da como resultado un mayor acceso a la información, logrando que las personas puedan comunicarse sin importar la distancia, oír o ver situaciones que ocurren en otro lugar y, las más recientes, poder trabajar o realizar actividades de forma virtual.

Ventajas

Las tecnologías de la información y la comunicación cuentan con varias características que han cambiado la forma en como las personas se comunican alrededor del mundo:

- Instantaneidad: la velocidad con la que se transfiere la información
- Inmaterialidad: la información se puede trasladar de forma inmediata a cualquier lugar y a múltiples usuarios
- Interconexión: la unión de diferentes tecnologías que posibilitan la creación de nuevas herramientas
- Interactividad: el intercambio de información entre usuarios y dispositivos
- Alcance: capacidad de impacto en diferentes áreas como la economía, la educación, la medicina, el gobierno, etc.
- Innovación: todo el tiempo están creciendo y cambiando para crear nuevos medios de comunicación
- Diversidad: ejecutan más de una función por lo que sirven para diferentes propósitos
- Automatización: cada vez más las herramientas tienden a automatizar procesos para mejorar la productividad y los tiempos de ejecución (p.1)

Exportación

(García, 2017) plantea que:

El concepto de exportación es el conjunto de bienes y servicios comercializados por un país a otro estado o territorio extranjero. Desempeña una labor muy importante en la economía de los países junto con las importaciones.

Ampliando la definición de exportación se puede decir que se trata de cualquier servicio o bien que un país productor o emisor envía a un tercero para su utilización o compra.

Dispone de un ente gubernamental que se ocupa de la gestión de este trámite como es la aduana, que se ocupa tanto de las salidas como de las entradas a otro territorio de la

mercancía. A nivel fiscal y legal entraña una cierta complicación este tipo de operaciones entre los países.

El término exportación, procede del latín «exportatio», y es un sistema empleado desde la antigüedad. Hace referencia a la operación de enviar y recibir mercancías, con una ganancia para el territorio o empresa que lo emite.

Tipos de exportación

Hay varias clases de exportación. Una de ellas hace referencia a las transacciones entre una empresa central hacia una sucursal instalada en otro estado o las operaciones con consumidores independientes a través de una compañía intermediaria, que es lo que ocurre por ejemplo cuando se realiza una compra de ropa o material tecnológico a través de plataformas de venta internacionales. Otra posibilidad consiste en la exportación de bienes semiacabados o materia prima para que la entidad importadora la pueda concluir de manufacturar.

En la actualidad los países tienden a proteger sus productos nacionales, de ahí que elaboren normativas que beneficien a sus propios intereses, en donde haya obstáculos a las importaciones a través de tarifas o tasas muy elevadas. De esta manera se evita la competencia exterior. Los acuerdos comerciales, como los existentes en la Unión Europea, acaban con cualquier tipo de barrera comercial, facilitando tanto la salida (exportación) como la entrada de mercancía (importación). (p.1)

Comercio Internacional

(López, 2018) señala que:

El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas han ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias.

Las economías que participan en el comercio internacional se conocen como economías abiertas. Las economías abiertas son aquellas regiones o naciones cuyo

comercio está abierto al exterior. Lo que quiere decir que compran bienes y servicios del exterior (importaciones) y venden bienes y servicios fuera de sus fronteras (exportan). Dentro de las economías abiertas existen distintos grados de proteccionismo. Aquellas cuyos aranceles son de menor cuantía, son más cercanas al libremercado. Por el contrario, aquellas que imponen aranceles altos se conocen como proteccionistas.

Lo contrario de las economías abiertas, son las economías cerradas. Las economías cerradas no realizan intercambios con el exterior y, por tanto, no participan en el comercio internacional. Un ejemplo de economía cerrada es la autarquía. Procura que el intercambio con el exterior sea ínfimo y, por supuesto, no importa nada (se autoabastece).

Beneficios

El comercio internacional se considera una parte muy importante del crecimiento económico global. Su nacimiento surge por la incapacidad de producir todo lo que una economía necesita para desarrollarse. No todos los países tienen todos los bienes, y aunque los tengan, no todos tienen todos los bienes de la mejor calidad. Su desarrollo implica muchos beneficios para la economía y su crecimiento.

Un ejemplo de ello se encuentra en la energía. El petróleo es una fuente de energía, sin embargo, pocos países lo producen en cantidades suficientes para autoabastecerse. Como carburante, el petróleo es necesario para el transporte, la calefacción o la producción industrial de plásticos. Si un país no dispone de petróleo suficiente, solo le queda una opción: comprarlo del exterior.

Para ilustrar otro ejemplo, supongamos un país que produce café. Tiene los medios para producir el café que su nación consume. Sin embargo, por condiciones geográficas relacionadas con el clima o la calidad de la tierra, lo produce de mala calidad. Y no solo lo produce de mala calidad, sino que además el coste de producción es mayor. Es indudable que acabará importando café de otros países que lo producen más barato y de mayor calidad.

Para entender mejor los ejemplos ilustrados, así como los beneficios del comercio internacional recomendamos leer los siguientes dos conceptos:

El comercio internacional no actúa solo con los bienes, también actúa con los servicios. A día de hoy, gracias a los avances de la comunicación, podemos tener un asesor financiero en China, aunque operemos desde México. Puede que el servicio sea mejor y nos cueste más barato.

En definitiva, el comercio internacional actúa sobre casi todos los sectores de la economía. Desde las finanzas y la industria, hasta la educación. (p.1)

Amazon

(Redacción, 2021) menciona que:

El término Amazon es utilizado para describir la organización, compañía o empresa de nacionalidad estadounidense encargada del comercio electrónico y servicios a diferentes niveles con sede principal en la ciudad de Seattle ubicada en el Estado de Washington. Es decir, se trata de una corporación de comercio electrónico calificada como la más importante a nivel mundial, cuyo lema principal es «and you're done», que traducido al español es «y tú estás listo».

Amazon fue constituida en el año de 1994 por el nativo de Albuquerque, Nuevo México Jeff Bezos un ingeniero eléctrico e informático; pero fue el 16 de julio de 1995 cuando se lanzó la página de venta al público con el nombre de cadabra.com. En sus inicios Amazon se trataba de una tienda online de libros, pero con el tiempo y gracias a su gran éxito alcanzado, además dieron inicio a la comercialización de otros productos tales como películas, videojuegos, o CD's de música. Pasado un tiempo su nombre fue cambiado por lo que hoy en día conocemos por «Amazon» debido al río sudamericano con el mismo nombre.

Esta compañía estadounidense fue una de las principales compañías en vender bienes por medio de Internet. La corporación Amazon hoy en día también es dueña de The Washington Post, Alexa Internet, Internet Movie Database (IMDb), Shopbop, Kongregate, a9.com, Zappos.com y DPreview.com.

La compañía Amazon ha instalado sitios web independientes en el Reino Unido, Alemania, Francia, Canadá, Japón, España, Australia, México, China, Austria e Italia,

con la finalidad de ofrecer cada uno de los productos existentes en dichos países. Hoy en día Amazon comprende una gran diversidad de diferentes líneas de productos que ofrecen desde software, DVD, videojuegos, ropa, comida, libros, etc. (p.1)

Marco Metodológico

Enfoque del trabajo

La presente investigación se enmarca dentro del paradigma interpretativo también llamado paradigma cualitativo, fenomenológico, naturalista, humanista o etnográfico. Se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social.

Enfoque metodológico

La investigación tendrá un enfoque cualitativo, debido a que pretende facilitar la compra y venta de artesanías por una plataforma digital y está enfocada en intentar tener una prospectiva de cómo va a responder el mercado en base a lo que se propone, vamos a recopilar datos para saber cómo el exportador y productor de artesanías va a reaccionar a la idea de digitalizar sus ventas.

(Qualtrics, 2021) menciona que:

La investigación cualitativa es un método para recoger y evaluar datos no estandarizados. En la mayoría de los casos se utiliza una muestra pequeña y no representativa con el fin de obtener una comprensión más profunda de sus criterios de decisión y de su motivación. En la investigación de mercado, los métodos de investigación cualitativa suelen incluir entrevistas, debates en grupo o métodos de observación cualitativa. Los resultados y las respuestas resultantes de estos métodos se interpretan en función del contexto y no se representan cuantitativamente. Así pues, la investigación de mercado representa información que no puede medirse directamente.

Ventajas

La investigación cualitativa permite una recolección transparente de datos a la vez realista y práctica. En lugar de utilizar sólo números, los métodos de investigación

cualitativa revelan el trasfondo de las decisiones, el comportamiento o los motivos. Los clientes pueden presentar su propio punto de vista sin estar restringidos por opciones de respuestas predefinidas. Esto puede revelar informaciones que no se les había ocurrido a los investigadores. Si se utilizan la investigación cualitativa junto con la investigación cuantitativa, se pueden realizar estudios completos con resultados significativos. (p.1)

Diseño de investigación

Diseño de investigación no experimental, en el cual se realizan encuestas a personas relacionadas a la exportación de artesanías lo me permitirá tener datos claros de cómo se maneja la industria y también servirá de base para realizar una investigación más sólida teniendo datos de las personas que tienen experiencia en la industria.

(Montano, 2021) expresa que:

La investigación no experimental es aquella que se realiza a través de la observación, sin intervenir o manipular el objeto estudiado, o tratar de controlar las variables de una situación observada.

La investigación no experimental se utiliza en las ciencias sociales (sociología, antropología, psicología, etc.), en algunas ramas de las ciencias naturales (como en la etología o la botánica), o en áreas como mercadeo o comunicación social.

En este tipo de investigación el objeto de estudio es observado en su espacio habitual o ambiente natural, se registran las variables y procesos sin agregar o quitar nada que pueda perturbar los procesos evaluados.

Ventajas

- Recolección de datos confiables
- Al mantener el investigador la distancia y no introducir variables externas, los datos que obtenga serán más confiables
- Carácter ético de la investigación
- Este tipo de estudio, con pocas excepciones, no produce daños en el objeto de estudio: no se inoculan enfermedades o se proporcionan drogas, o se sacrifican

ejemplares (excepto en algunos inventarios biológicos que conllevan mediciones de biomasa, por ejemplo)

- La investigación no experimental, basada en la observación y recopilación de información, es menos invasiva que la investigación experimental.
- Menor esfuerzo y costos
- La investigación no experimental generalmente necesita menos recursos e infraestructura que la investigación experimental
- Visión panorámica

Este tipo de investigación puede proporcionar al investigador una visión más completa de determinados eventos y sirve para identificar y localizar puntos de estudios más precisos.

Desventajas

Falta de control sobre las variables

La investigación no experimental está sujeta a imprevistos y variables no consideradas de antemano. Al no controlar todas las variables es posible que las conclusiones no sean correctas.

Superficialidad

Los resultados de una investigación no experimental pueden ser un poco superficiales, aunque esta pueda ser un paso previo a una investigación más profunda.

Margen de error en las correlaciones

Al tratar de determinar las correlaciones entre variables de un estudio solo mediante la observación, es posible que no se estén contemplando todas las posibilidades, lo que aumenta la posibilidad de una percepción errónea. (p.1)

Población

(Torres, 2019) expresa que:

En Ecuador existen alrededor de 120 mil talleres artesanales que agrupan alrededor de 480 mil artesanos aproximadamente de manera directa, y si consideramos a todos los encadenamientos productivos; prestadores de servicios, proveedores, estamos hablando de una población total de 2 millones 400 mil personas, que depende directamente de la actividad artesanal en general. (p.1)

Teniendo en cuenta la gran cantidad de mano de obra que posee el Ecuador para el desarrollo de esta industria, es de vital importancia explotar mayormente los recursos con los que cuenta el país, son muchas las empresas que exportan artesanías en la actualidad y existe una tendencia a la utilización de las tiendas digitales en casi todos los negocios del mundo y este no es la excepción.

La población de la presente es de 40 empresas en la ciudad de Guayaquil, que se dedican a la exportación artesanías a Continente Europeo.

Método de muestreo

El método de muestreo será probabilístico aleatorio simple, porque se va a realizar encuestas a personas que tengan experiencia en la industria en la medida en que ellos tengan la disponibilidad del tiempo para respondernos y cada una de estas encuestas tendrá el mismo peso de importancia al momento de analizar los datos.

(Editorial Grudemi, 2019) señala que:

El muestreo aleatorio simple es un tipo de muestreo probabilístico en el cual todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Este sistema funciona a través de un método de sorteo entre un universo de individuos, en el que se le asigna a cada integrante un número para ser escogido.

Por ejemplo, si se necesita seleccionar una muestra de 50 personas entre un universo de 1000, se les asignará a esas 1000 personas un número y, a modo de sorteo, se seleccionarán 50 números al azar que conformarán la muestra requerida.

Dicho procedimiento garantiza que todos los elementos tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra.

La muestra aleatoria de la presente investigación consideró 5 empresas de venta de artesanías con sede en el mercado artesanal de Guayaquil que exportan sus productos al mercado europeo principalmente a países como España y Italia.

Ventajas

- Es sencillo para armar las muestras
- Toma de forma equitativa la selección de las muestras a partir de una población
- En general, todos los individuos de la población tienen iguales oportunidades de ser seleccionados
- La población es representativa, siendo el único margen de error la suerte, llamada error de muestreo
- Es el mejor método a la hora de explicar los resultados, ya que su selección es aleatoria e imparcial
- Por la representatividad obtenida se pueden realizar generalizaciones con respecto a la población, a partir de los resultados de las muestras

Desventajas

- Se requiere de una lista completa de todos los miembros de la población.
- Esta lista debe estar debidamente elaborada, completa y actualizada.

- En las poblaciones grandes es difícil disponer de los datos necesarios para este tipo de muestreo, por lo que se recomienda utilizar otra técnica.

Veamos el siguiente ejemplo: una consultora que realiza auditorías sobre diversas organizaciones decide realizar una investigación en una empresa donde trabajan 500 empleados.

Para llevar a cabo dicho estudio, la consultora debe trabajar sobre una muestra estadística de 50 personas (10%), por lo que escoge utilizar el método de muestreo aleatorio simple, para el cual sigue los siguientes pasos:

1. Enlistar con número a los 500 empleados de la organización
2. Elegir 50 números al azar
3. Finalmente, aquellos 50 números que correspondan a un empleado serán los individuos que conformen la muestra

De esta manera quedará conformada la muestra para realizar la investigación, habiéndole otorgado, a todos los empleados de la organización, las mismas posibilidades de ser seleccionados. (p.1)

Materiales

- Formulario de preguntas
- Computadora
- Una persona encargada de ingresar datos a la computadora

Método de investigación

El método de investigación será teórico descriptivo analítico, porque al momento de realizar las encuestas se tendrá un panorama más amplio de cómo funciona la industria y poder analizar la idea que se propone, basándonos en datos recopilados reales.

(Orellana, 2020) indica que:

El método analítico es un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos.

Los métodos de investigación científicos no sólo sirven a estudiantes y profesionales de dichas áreas. También, su forma y metodología pueden ser de gran utilidad para otras disciplinas de tipo social, como lo son la economía, las finanzas, el marketing y los recursos humanos.

Es precisamente la efectividad y precisión que tienen los métodos científicos los que sirven a estas nuevas ciencias que necesitan de imparcialidad para diagnosticar procesos de tipo económico, comercial o industrial.

El método analítico consta de las siguientes etapas:

Observación: En esta etapa el investigador se limita a observar una muestra del proceso empresarial y/o económico, a efectos de extraer información suficiente para trabajar en las etapas siguientes.

Descripción: Luego de haber observado la muestra, el investigador define de manera objetiva y sin sesgos, ni inclinaciones de ningún tipo, lo que ve en la muestra.

Examen crítico: Teniendo una definición técnica sobre la muestra, el examen crítico aporta propuestas que van en la línea más lógica de abordar el problema.

Segmentación del fenómeno: Es la descomposición de la muestra en partes para analizarlas una a una y posteriormente entregar descripciones que permitan relacionarlas y ordenarlas.

Enumeración de partes: Es el proceso de identificación de la cantidad de partes en que fue descompuesta la muestra.

Ordenación y clasificación: Identificadas y descritas las partes por separado, se procede a ordenarlas cronológicamente en función de la relación que existe entre ellas, entregando un nuevo análisis más completo y actualizado de la muestra. (p.1)

Técnicas para recolección de información

Entrevistas personales

Proceso de sistematización de datos

Hoja de cálculo Excel

Variable dependiente

Artesanías

Variables independientes

- Exportación
- Plataforma Amazon

Tabla 1.

Variable dependiente

	Dimensiones o tipos	Indicadores	Instrumentos	Escala valorativa
Artesanía ecuatorianas		Color		
		Textura		
La artesanía en el Ecuador es una actividad manufacturera permanente, implementada a través del tiempo por los diversos pueblos y culturas que elaboraban objetos utilitarios como vasijas, utensilios, herramientas, prendas de vestir, joyería	Cuero	Animal		1 No utiliza internet para la venta
	Madera	Color Tipo Olor Textura Forma	Entrevistas	5 Utiliza mucho internet para la venta

Nota. Esta tabla muestra las variables dependientes a ser consideradas.

Preguntas de investigación

1. ¿Nombres del entrevistado?
2. ¿Qué cargo ocupa?
3. ¿Cuántos empleados maneja en la empresa?
4. ¿Tiene la empresa más de 10 años en el mercado?
5. ¿Ha tenido problemas para exportar sus productos?
6. ¿La mercancía para envío a otros países, tiene seguro?
7. ¿El producto que ofrece esta registrado en la plataforma Amazon para la venta?
8. ¿Ha manejado Amazon alguna vez?
9. ¿Accede a la plataforma de Amazon todos los meses?
10. ¿Exporta sus productos al continente europeo mínimo 3 veces al año?
11. ¿Estaría dispuesto a seguir un manual para ofertar sus productos en Amazon?

Resultados

Tabla 2.

Datos de las entrevistas

Nombre empresa	Contacto	Cargo	Ubicación	Exporta a Europa
Villanueva	Luisa Vera	Encargada del local	Mercado Artesanal Guayaquil	Si
Sombreros Fermin	María Espinoza	Administradora	Mercado Artesanal Guayaquil	Si
La cholita	Kleber Salinas	Dueño del negocio	Mercado Artesanal Guayaquil	Si

Lemil	Ana Burgos	Administradora	Mercado Artesanal Guayaquil	Si
Costeñita	Raúl	Vendedor	Mercado Artesanal Guayaquil	Si

Nota. Esta tabla muestra los datos obtenidos en las entrevistas realizadas en el mercado central de Guayaquil.

Resultados de entrevistas

En los siguientes gráficos las empresas que tengan un valor de 1 significa respuesta positiva, mientras que las empresas que sus respuestas sean de 0 significa negativo.

Figura 1.

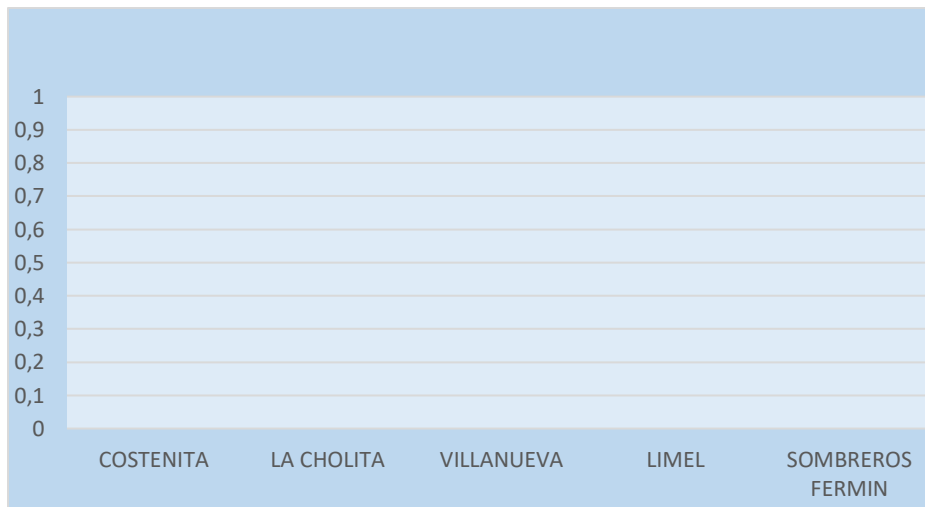
Pregunta 8. ¿Ha tenido problemas para exportar sus productos?



Nota: Este gráfico muestra que los negocios han tenido problemas para exportar.

Figura 2.

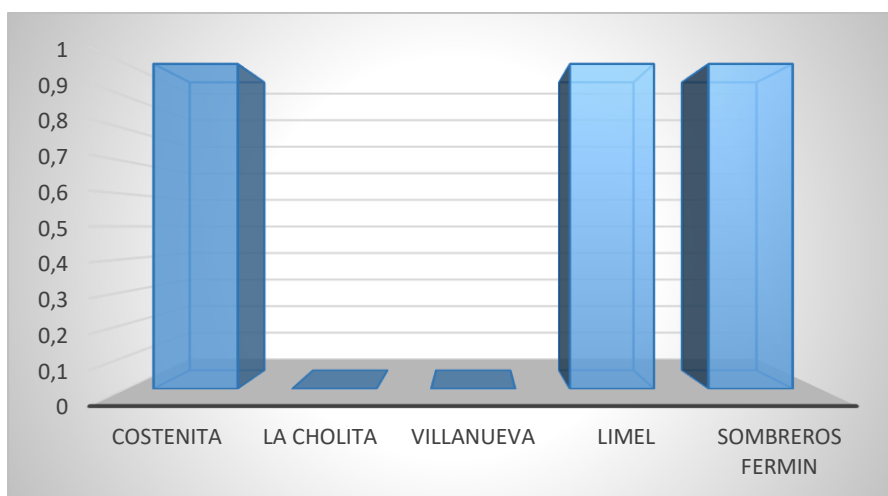
Pregunta 7. ¿El producto que ofrece está registrado en la plataforma Amazon para la venta?



Nota: Este gráfico muestra que empresas han registrado sus productos en Amazon.

Figura 3.

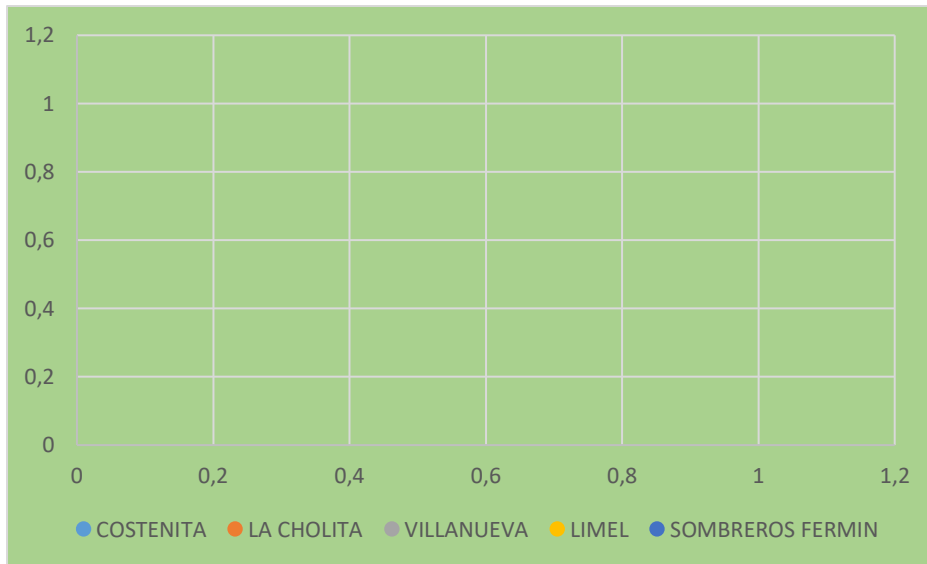
Pregunta 8. ¿Ha manejado Amazon alguna vez?



Nota: Este gráfico muestra que miembros de las empresas han manejado Amazon.

Figura 4.

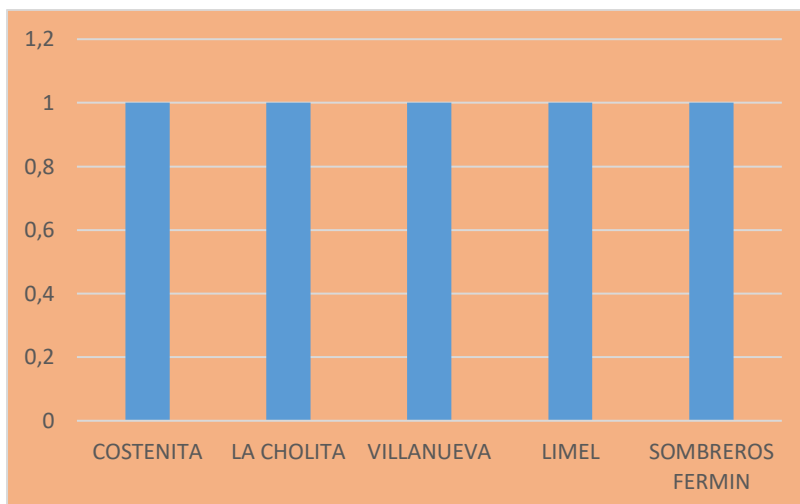
Pregunta 9. ¿Accede a la plataforma Amazon todos los meses?



Nota: Este gráfico muestra con qué frecuencia los miembros de las empresas ingresan a Amazon.

Figura 5.

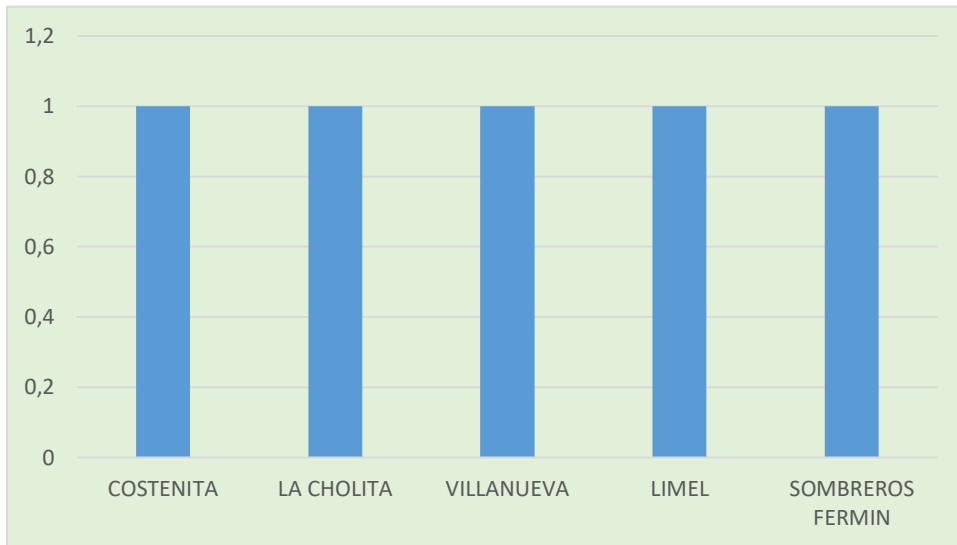
Pregunta 10. ¿Exporta sus productos al continente europeo mínimo 3 veces al año?



Nota: Este gráfico muestra con qué frecuencia las empresas exportan sus productos a Europa.

Figura 6.

Pregunta 11. ¿Estaría dispuesto a seguir un manual para ofertar sus productos en Amazon?



Nota: Este gráfico muestra cuales empresas estarían dispuestas a seguir un manual de Amazon.

Marco referencial

La exportación de artesanías a nivel Mundial

En la actualidad el mundo entero se adapta constantemente a los cambios que se dan día a día, debido a la pandemia iniciada en el año 2020, las restricciones impuestas por los gobiernos de todos los países del mundo como por ejemplo disminuir el contacto físico, evitar salir de su vivienda excepto por emergencias, desinfectar todo tipo de compras, etc., dieron paso a que determinados mercados se beneficien de la situación y saquen ventaja a los cambios que se van a evidenciar post pandemia, entre los mercados beneficiados se encuentra las ventas digitales lo que implica realizar una compra mediante un aparato electrónico por ejemplo una laptop, iPad o teléfono inteligente en una tienda digital.

El avance de la tecnología ha permitido crear un enlace entre el comprador y el vendedor sin la necesidad de tener contacto físico al momento de realizar la transacción, el único método cien por ciento efectivo para evitar contagiarse por el Covid es mantener una distancia de mínimo dos metros con personas que tengan síntomas de la enfermedad, todos estos factores contribuyeron a que los consumidores se animen más a hacer sus compras de forma online y este tipo de negocios incrementaron sus ganancias notablemente. Cabe mencionar que las tiendas digitales ya venían en auge en la última década y las industrias que se vieron mayormente afectadas con la aparición de la pandemia fueron en las que se concentraban un número alto de personas en sus negocios como por ejemplo restaurantes, cines, gimnasios, teatros, bares, discotecas, etc.

No cabe duda que el sistema digital que conecta los vendedores y sus productos con el mercado ha llegado para quedarse y lo más probable es que sigan aumentando las personas que decidan realizar sus compras utilizando este método, Amazon es la empresa dentro de la industria de las tiendas digitales más reconocida a nivel mundial por lo tanto no es de sorprenderse que sus ventas junto con sus ganancias económicas incrementaron desde el inicio de la pandemia , todos estos indicadores nos animan a pensar que cada vez van a ser más las empresas que decidan vender online y mucha de las personas que emprendan sus negocios lo harán solo de forma digital, o también optar por tener tiendas físicas y digitales dependiendo de las necesidades.

(Prieto, 2020) expresa que:

La pandemia del coronavirus empuja a la adopción del comercio electrónico. El confinamiento ha animado a nuevos consumidores a probar el canal online, ha aumentado la frecuencia de la compra de los que ya eran cibercompradores y ha abierto los ojos a multitud de pymes que aún no vendían por Internet.

Según un reciente estudio de IAB, asociación de publicidad y marketing digital, España cuenta con 22,5 millones de compradores online, un 72% de la población internauta de entre 16 y 70 años. La inmensa mayoría combina la compra física con el canal digital, pero es significativo que un 23% de los encuestados compra bienes y

servicios exclusivamente online, lo que supone un incremento de siete puntos porcentuales respecto al año previo.

El confinamiento ha modificado hábitos de compra, según muestra este estudio. Una de cada dos personas entrevistadas aumentó la frecuencia de las cibercompras, y un 45% ha empezado a comprar online productos físicos, algo que no hacía antes de la pandemia. Aunque la mayoría de los consumidores tiene intención de retomar su frecuencia de compra online pre-Covid cuando se recupere la normalidad, una cuarta parte de los encuestados cree que la experiencia de estos meses se traducirá en un mayor uso de este canal.

Muchos compradores han utilizado por primera vez los supermercados online para llenar sus despensas. Kantar estima que un millón de hogares utilizan este canal, que ha duplicado su cuota hasta el 3,6%, el doble que hace un año. En las peores semanas de la pandemia se dispararon los pedidos de alimentación -uno de los ámbitos de menor penetración del ecommerce- y otros bienes de primera necesidad. Una situación que desbordó a distribuidores como Carrefour, Alcampo, El Corte Inglés o Día, que se vieron obligados a dilatar sus plazos de entrega y a redimensionar unos servicios que no estaban preparados para soportar esa fuerte demanda.

El carrito online

Según datos de Asedas, la patronal de supermercados, el Covid-19 ha reducido un 8% el porcentaje de compradores que jamás han realizado la compra de alimentación online. Aun así, sigue siendo significativo, puesto que el 69% de los encuestados en la IV Observatorio sobre Comercio Electrónico en Alimentación, publicado a finales de junio, aseguraba que siempre adquieren este tipo de productos en establecimientos físicos.

Este tipo de compradores sigue mostrando desconfianza hacia el canal online en alimentación porque prefiere elegir los productos frescos presencialmente en función del

surtido del establecimiento y comprobar la fecha de caducidad de los productos, según revela el estudio. Muchos aseguran, además, que están acostumbrados a llenar la despensa en establecimientos físicos y no tienen intención de cambiar.

Antes del estallido de la pandemia, la consultora eMarketer publicó un informe en el que reseñaba las buenas perspectivas del comercio electrónico en España, el país de Europa occidental donde pronostica una mayor tasa de incremento en los próximos tres años. La consultora estimaba un crecimiento de las ventas retail online este año del 12,5% hasta 31.730 millones de dólares. Según las proyecciones de esta compañía, el volumen de negocio que moverá el mercado español en 2023 alcanzará los 40.120 millones de dólares (36.000 millones de euros).

La batalla que libran Amazon y Aliexpress por atraer a las pymes a sus plataformas es uno de los grandes dinamizadores del mercado, según señala la consultora. Estos dos gigantes se han convertido en grandes centros comerciales online donde venden sus productos miles de tiendas. Ambas compañías aseguran que cuentan con más de 8.000 pymes españolas en sus respectivos marketplaces.

La hora de las pymes

La pandemia ha acelerado el salto digital de las pymes, que bien han iniciado operaciones en marketplaces como los de Amazon, Aliexpress o eBay, o han decidido crear sus cibertiendas utilizando herramientas de plataformas como Shopify, PrestaShop y WooCommerce.

Por ejemplo, Aliexpress explica que más de 2.000 empresas españolas se unieron a su plataforma entre el 18 de abril y el 21 de junio, periodo en el que la compañía eliminó el cobro de comisiones. La plataforma china ha lanzado recientemente un nuevo programa de incentivos para los vendedores en España que les permite conseguir un reembolso del 2% de sus ventas en la plataforma -hasta un máximo de hasta un máximo

de 10.000 euros- si cumplen con condiciones para mejorar el servicio logístico a los compradores.

La compañía china asegura que ha invertido más de un millón de euros en los últimos meses en iniciativas de marketing para impulsar las ventas de empresas españolas, tanto dentro del territorio nacional como en sus exportaciones a otros países europeos.

Más de la mitad de los artículos que se venden en las tiendas de Amazon son de pequeñas y medianas empresas. El 75% de las más de 8.000 compañías presentes en el Marketplace de la compañía exporta sus productos principalmente en Europa. Según Amazon, 350 de estas compañías españolas superaron el año pasado el millón de dólares en ventas y 1.000 ingresaron más de 500.000 dólares. En 2018, las pequeñas y medianas empresas con sede en España alcanzaron un récord de exportaciones de más de 400 millones de euros, un 50% más que el año anterior.

Las iniciativas de inditex, mercadona y el corte inglés

El aumento de la demanda ha obligado a tomar medidas a las empresas de distribución españolas. Durante el confinamiento, El Corte Inglés multiplicó por cinco sus ventas online, según la compañía, que tuvo que abrir un nuevo almacén logístico en Alcalá de Henares para hacer frente al incremento de los pedidos online de alimentación en Madrid y alrededores. Internet se ha convertido ya en la tienda que más factura de El Corte Inglés.

Por su parte, Mercadona puso en marcha en abril en Getafe (Madrid) un almacén destinado al servicio online en el que ha invertido 12 millones de euros. La compañía se vio obligada en marzo a suspender temporalmente el servicio online en las comunidades donde no tenía almacenes específicos, como Madrid, que denominan 'colmenas', para abordar la logística de los pedidos realizados en Internet.

Mientras, Inditex reveló en junio que invertirá en los próximos tres años 2.700 millones de euros con el objetivo de duplicar el peso de la venta online, integrar sus plataformas digitales y sus tiendas físicas, y avanzar en sostenibilidad. El plan contempla

que la venta online suponga el 25% de los ingresos en 2022, frente al 14% de 2019, objetivo al que dedicará al menos 1.000 millones.

El dominio de Amazon

Amazon ha sido uno de los grandes vencedores de la crisis del coronavirus. A pesar de los elevados costes en los que ha tenido que incurrir debido a la pandemia, el fuerte crecimiento de las ventas online se ha traducido en unos beneficios netos de 5.200 millones de dólares durante el segundo trimestre del año, el doble que en el mismo periodo de 2019. Los ingresos del gigante del comercio electrónico, que fortalece su posición de dominio, crecieron un 40% interanual hasta 88.900 millones de dólares. La compañía maneja buenas previsiones para el actual trimestre, en el que estima unos ingresos de entre 87.000 millones y 93.000 millones de dólares. Las ventas online en Amazon se dispararon un 48% interanual hasta 45.896 millones de dólares, mientras que el negocio del marketplace le generó unos ingresos de 18.195 millones, un 53% más.

La compañía ha tenido que reforzar su plantilla y ha creado más de 175.000 puestos de trabajo desde marzo.

En cifras

22,5 millones de compradores online hay en España, un 72% de la población internauta de entre 16 y 70 años, según IAB

1 millón de hogares españoles hace la compra de alimentación a través de Internet, un canal que supone el 3,6% de total, según Kantar

69% de los consumidores sigue realizando la compra de alimentación exclusivamente en tiendas físicas, según Asedes (pp. 1-3)

(El Periódico, 2021) menciona que:

La pandemia del coronavirus sigue siendo el principal motor detrás del espectacular crecimiento de Amazon, que acumula ya varios meses de subidas importantes y que

en los pasados tres meses vio cómo sus beneficios se triplicaban. El gigante del comercio electrónico anunció este jueves unas ganancias entre enero y marzo de 2021 que alcanzaron los 8.107 millones de dólares, más del triple que los 2.535 millones logrados en el mismo período de 2020.

Cabe apuntar que la firma consiguió en el conjunto de 2020 el doble de beneficios que, en el ejercicio anterior, por lo que estas primeras cifras de 2021 indican que su ritmo no solo se mantiene, sino que incluso se acelera, pese a que algunos países como Estados Unidos tienen muy avanzado el proceso de vacunación y su economía va reabriéndose.

La firma que dirige Jeff Bezos, el hombre más rico del mundo según Forbes, facturó durante los pasados tres meses 108.518 millones de dólares, por encima de los 75.452 registrados a principios de 2020, mientras que sus inversores se embolsaron 16,09 dólares por título, frente a los 5,09 de hace un año. (p.1)

Amazon beneficiada por las restricciones

(El periódico, 2021) señala que:

Amazon es una de las compañías que más se ha lucrado a lo largo del año de pandemia, gracias al impulso del comercio por internet derivado de las restricciones a la movilidad y el cierre o reducción de capacidad y horarios de las tiendas físicas. La empresa de Seattle (estado de Washington, EEUU) disparó sus ventas tanto en su principal mercado, el norteamericano, con una subida del 40% hasta los 64.366 millones de facturación, como en el resto del mundo, donde los ingresos crecieron un 60% hasta los 30.649 millones de dólares.

Por su parte, la plataforma de computación en nube Amazon Web Services (AWS), líder en el sector, aumentó los ingresos un 32% hasta los 13.503 millones. AWS es la gran apuesta de futuro de la compañía y su negocio más rentable, además de tener un dominio indiscutido en el mercado, muy por encima de sus mayores perseguidores Azure de Microsoft y Google Cloud. A principios de este año, Bezos, el fundador de la empresa, anunció que en verano abandonará el cargo de consejero delegado y será sustituido por quien ha estado al frente de AWS durante los últimos años, el directivo Andy Jassy. (p.1)

Servicios que ofrece Amazon web services

(Amazon Inc., 2021) plantea que:

Amazon web services cuenta con una cantidad de servicios y de características incluidas en ellos que supera la de cualquier otro proveedor de la nube, ofreciendo desde tecnologías de infraestructura como computo, almacenamiento y bases de datos hasta tecnologías emergentes como aprendizaje automático e inteligencia artificial, lagos de datos y análisis e internet de las cosas. Esto hace que llevar las aplicaciones existentes a la nube sea más rápido fácil y rentable y permite crear casi cualquier cosa que se pueda imaginar.

Amazon web services también tiene la funcionalidad más completa dentro de esos servicios. Por ejemplo, ofrece la más amplia variedad de bases de datos que están diseñadas especialmente para diferentes tipos de aplicaciones, de modo que usted puede elegir la herramienta adecuada para el trabajo a fin de obtener el mejor costo y rendimiento.

Es una plataforma de servicios de nube que proporciona una variedad de servicios de infraestructura tales como almacenamiento, redes, bases de datos, servicios de aplicaciones, potencia de cómputo, mensajería, inteligencia artificial, servicios móviles, seguridad, identidad y conformidad, entre otros, los cuales permiten el crecimiento de las empresas. Veamos 5 aspectos que debes saber de AWS y cuáles son los beneficios de su implementación para las empresas.

1. AWS ofrece más de 50 servicios de manera rápida y sencilla a las empresas. Con tan solo un par de clics y sin gastos adelantados, los clientes podrán tener acceso a los elementos básicos que necesitan para responder rápidamente a las diferentes necesidades empresariales.

2. Se dice que la seguridad en la nube es mejor que cualquier infraestructura física y es prioridad para AWS. Las certificaciones y acreditaciones, cifrado de datos en reposo y en tránsito, módulos de seguridad hardware y una fuerte seguridad física, permiten implementar funciones de seguridad para administrar la infraestructura de las empresas

de manera segura y confiada. Amazon Web Services permite que sus clientes crezcan e innoven simultáneamente, garantizándoles la seguridad.

3. Amazon Web Services permite que los clientes puedan utilizar sus servicios de manera innovadora gracias a la gran cantidad de características avanzadas que implementa, tales como la gama de motores de base de datos.

4. Esta plataforma integra capacidades para controlar, auditar y administrar la identidad, configuración y uso, lo cual permite satisfacer los requisitos de conformidad, gobernanza y normativa.

5. Grandes empresas como Shazam, Yelp, Airbnb, Johnson & Johnson, Kellogg's, Spotify, WIX, Unilever y SoundCloud confían en AWS y la utilizan.

6. Ha desarrollado un número de capacidades híbridas de almacenamiento, redes, seguridad, implementación de aplicaciones y herramientas de gestión, las cuales permiten una más fácil y rápida integración de la nube como una aplicación segura en sus inversiones; así como también han desarrollado alianzas con empresas líderes como Intel y Microsoft, con el fin de brindar soporte a la hora de ejecutar aplicaciones empresariales existentes en AWS. Todo esto les permite a las empresas simplificar operaciones y alcanzar los objetivos trazados de una manera más sencilla. (p.2)

La exportación de artesanías a nivel Latinoamericano

(Ezfrontiers, 2021) indica que:

Cómo vender en Amazon desde Latinoamérica (2021)

Para vender en Amazon la solución es tan sencilla como vender desde un país aprobado.

Aunque claro, no es la idea que te mudes a otro país, porque no es una solución del todo viable si no está en tus planes. Así como tampoco lo es el que busques un socio que viva en algún país aprobado si es que no lo necesitas. Por tanto, la solución más simple que tienes a tu disposición, la más práctica y la más ventajosa es la de crear una empresa en alguno de los países que se encuentren aprobados.

Vendiendo como empresa y no como particular. Puede sonar complejo, pero para nada lo es.

Crear una empresa en Estados Unidos desde tu país

Entre todos los países que tienes disponibles para formar una empresa, Estados Unidos es el que más destaca.

Y no lo decimos solamente porque sea uno de los servicios que ofrecemos, sino porque objetivamente es una de las mejores soluciones que existen para vender en Amazon desde cualquier país.

Aunque más allá de eso destaca por la facilidad y rapidez que tiene para constituirse.

Pues, a diferencia de gran cantidad de países, no hace falta viajar hasta allí como tampoco ser residente.

Cualquiera tiene a su alcance la posibilidad de formar una empresa en Estados Unidos, ya sea una compañía de responsabilidad limitada (LLC) o Corporación C (Inc.), ya que solo existe un único requisito:

Ser mayor de 18 años

Sea cual sea el país en el que vives puedes abrir una LLC o Inc. a distancia.

Si te estás preguntando qué tipo de empresa elegir para vender online a la distancia, la opción preferida por la mayoría es una LLC, debido a su tratamiento tributario y flexibilidad fiscal.

Ello porque si vives en el extranjero, y tu negocio no tendrá presencia física en Estados Unidos, no tendrías que pagar impuestos en el país americano.

Algo que siempre ocurre con las Inc., que además se encuentran sujetas a una doble tributación. (p.1)

Ventajas de una compañía de responsabilidad limitada (LLC por sus siglas en inglés) para Amazon y e-commerce.

(Ezfrontiers, 2021) expresa que:

La ventaja más evidente de una LLC para Amazon es la de, por supuesto, poder registrarse como vendedor en la plataforma pese a no vivir en uno de los países aprobados para hacerlo.

Sin eso, de nada serviría tener un producto ganador o con potencial porque Amazon no estaría al alcance, pero afortunadamente no es el caso. Sin embargo, no todo acaba ahí. Porque operar como empresa conlleva muchas otras ventajas, tanto dentro como fuera de la plataforma. Veamos las principales:

Al registrar una cuenta en Amazon como LLC esta será profesional en lugar de individual, teniendo como principales ventajas la mayor personalización de listados, el poder vender productos en todas las categorías, y minimizar el costo por venta cuando estas superan las 40 unidades.

Se cuenta con protección legal ante posibles demandas de clientes, muy útil sobre todo para ciertas categorías, gracias a la responsabilidad limitada. De este modo, se evita exponer el patrimonio personal.

Con una LLC es posible abrir una cuenta bancaria en USA desde el extranjero sin tener que viajar. Esto es muy útil no solo para gestionar el flujo del negocio por separado, sino que también para realizar pagos en Amazon, como la membresía Pro y publicidad PPC.

Asimismo, una cuenta bancaria en USA permite recibir las ganancias generadas en Amazon, teniendo en cuenta que no realiza pagos a cuentas de todos los países.

Por otra parte, con una LLC no solo existe la posibilidad de registrarte en Amazon, sino que también en muchos otros mercados internacionales en los que vender simultáneamente, aumentando el alcance de tu negocio.

Al vender como empresa, la confianza de los clientes debería aumentar tanto en Amazon como en otros canales en vista de que se demuestra mayor profesionalismo.

Por su parte, al contrario de lo que ocurre cuando se vende de forma individual, se pueden deducir de la utilidad final los costos en que se incurre, tanto en la elaboración de productos, publicidad, membresía Pro, etc. Ello podría significar un importante ahorro de impuestos.

Dicho lo anterior, ahora ya sabes que vender en la plataforma de Amazon está a tu alcance mediante la figura de una LLC estadounidense. (p.1)

La exportación de artesanías a nivel País - Ecuador

(Correos del Ecuador, 2018) plantea que:

Más productos ecuatorianos estarán presentes en importantes mercados internacionales, a través del programa de gobierno Exporta Fácil. Este lunes 05 de noviembre de 2018, la Junta Nacional de Defensa del Artesano consolidó alianzas de cooperación técnica con la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE E.P. mediante un convenio interinstitucional suscrito durante el acto de conmemoración al Día del Artesano Ecuatoriano.

Con la presencia de más de 400 artesanos nacionales y estudiantes de las unidades de formación artesanal de todo el país, se materializó la cooperación interinstitucional que dotará de capacitaciones y soporte técnico permanente a todo el sector. Exporta Fácil se convierte en la herramienta de los pequeños empresarios y actores de las cadenas de producción del país, para sumarse a la dinamización de la economía nacional.

Para el Gerente General de esta Empresa Pública, Javier Martínez, lo importante es que aunemos esfuerzos para abrirnos al mundo y fortalecer relaciones internacionales en el ámbito comercial. Además, enfatizó que “a través de este convenio, los exportadores obtendrán un servicio postal universal de excelencia y al alcance de todos los ecuatorianos”. Por su parte la Presidenta de la JNDA, dijo que esta es una oportunidad que estaban esperando para que los artesanos tengan “la facilidad, el conocimiento y la asesoría de exportar sus productos” (p.1)

(Villón, 2021) considera que:

Amazon es un gigante portal de comercio electrónico que poco a poco ha ganado terreno en América Latina. Los ecuatorianos lo han usado más para comprar productos y traerlos del exterior.

Pero la plataforma digital también tiene otra vía comercial: sirve como un canal para que las empresas puedan vender al extranjero, es decir, una oportunidad para exportar.

Para que las empresas puedan usar esa plataforma, el gigante estadounidense habilita a los países como elegibles para vender productos. El último país de la región que ha entrado a ese listado ha sido Uruguay.

El Gobierno de esa nación calificó esa decisión de Amazon como un “hito” que supone una oportunidad para el desarrollo y proyección internacional de sus empresas.

Dentro de la lista de naciones que pueden vender a través de Amazon está Ecuador, que fue considerado antes de la habilitación de Uruguay, explica un funcionario conecedor del tema que estuvo en el gobierno anterior.

En total, hay 188 naciones que tienen aval para que sus empresas vendan en esa plataforma de comercio electrónico.

Xavier Rosero, docente universitario y especialista en comercio exterior, indica que antes Amazon no tenía abierta la posibilidad de que productos salgan desde Ecuador, por lo que esta habilitación del país puede ser resultado conexo de las medidas de facilitación al comercio y el acuerdo de fase 1 con Estados Unidos. “Se abre un canal para las pymes que quieren internacionalizar a través del e-commerce y plataformas como Amazon”, dice.

Para Leonardo Ottati, director de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, el hecho de que Ecuador esté habilitado en esa plataforma es “positivo”, pero agrega que hay que entender cómo funcionará el tema logístico. Él refiere que subir un producto es fácil, pero sacarlo fuera del país es otra cosa.

Actualmente hay productos de origen ecuatoriano que se comercializan en el portal de Amazon. Los consumidores pueden hallar snacks, conservas, fideos, sombreros de paja toquilla y palo santo.

Esos productos nacionales, sin embargo, han logrado entrar a la gigante plataforma a través de alianzas de distribución que se tienen con empresas que operan en los países donde se vende el producto.

El año pasado, Tortolines, una marca de chifles de la empresa Inalecsa, llegó a Amazon a través de su distribuidor en Estados Unidos, Wise Foods Inc., empresa que también forma parte de Arca Continental.

Amazon no tiene una logística propia en Ecuador, por lo que los envíos se realizan a través de otros canales que proveen empresas para sacar la mercancía vía aérea y marítima.

Y ese es un desafío que queda por mejorar, pues los costos logísticos para exportar aún no son atractivos especialmente para pequeñas empresas, indica un emprendedor.

Un exfuncionario del Ministerio de la Producción indica que la plataforma de Amazon podrá tener más utilidad y se podrá potenciar como canal para exportar una vez que se ejecute el programa de fomento a las exportaciones a través de Courier.

Esto es algo que se anunció en la recta final del gobierno anterior y que deberá poner en ejecución la administración de Guillermo Lasso. Ese plan incluye la posibilidad de fijar tarifas con descuentos y asesorías para que los emprendedores puedan usar los Courier para exportar.

Alfredo Velazco, de la agrupación Usuarios Digitales, espera que no existan trabas tributarias con esta nueva posibilidad de comercializar productos, como las que impuso el Servicio de Rentas Internas (SRI) al cobrar IVA a los servicios digitales que se adquieren en plataformas digitales domiciliadas en el exterior.

Sostiene que los usuarios que compran en portales foráneos están pagando IVA al comprar productos cuando la resolución especifica que se debe aplicar solo por servicios digitales. (p.1)

Capítulo 3. Propositivo

Se debe como primer paso aplicar un análisis FODA de la empresa que desee exportar sus productos de artesanía usando una plataforma digital con alcance internacional.

Análisis FODA

Aplicado a una empresa de artesanías que requiere exportan sus productos al exterior utilizando una herramienta digital.

FORTALEZA

- * Innovar mediante la digitalización de ventas
- * Bajo costo de producción de artesanías
- * Experiencia exportando a Europa
- * La mayoría de los productos artesanales son no perecibles

OPORTUNIDADES

- * Expandirse a nuevos mercados en el continente europeo
- * Incrementar volumen de ventas
- * Reconocimiento de marca en el extranjero
- * Ganar experiencia en el mundo de las ventas digitales

DEBILIDADES

- * Falta de experiencia en las ventas digitales
- * Es necesario perfeccionar la calidad del producto ya que el mercado es exigente
- * Marcas no posicionadas en la mente del consumidor

AMENAZAS

- * Entrada de productos similares al mercado
- * Productos sustitutos provenientes de otros países
- * Poco conocimiento del producto por parte de potenciales compradores

A su vez se propone seguir un manual que ofrece la plataforma de Amazon para las empresas de artesanía ecuatorianas que deseen exportar sus productos al continente europeo.

Manual de uso de Amazon services

Se realizó la propuesta del desarrollo de un manual en el que se indique los pasos a seguir para crear una cuenta de vendedor de Amazon:

(Amazon Inc., 2021) menciona que:

Pasos para crear una cuenta de vendedor en Amazon:

1. Selecciona un plan de ventas

Con el plan Individual, pagarás \$0,99 cada vez que vendas un artículo. El plan de ventas Profesional cuesta \$39,99 por mes, independientemente de cuántos artículos vendas. En ambos planes, Amazon también cobra una tarifa por referencia por cada venta, que es un porcentaje del total de la transacción y varía según la categoría del producto. Visita nuestra página de precios para obtener un resumen de las tarifas de venta.

2. Considera tu estrategia de ventas

Los revendedores encuentran productos populares que ya existen y los ofrecen en las tiendas de Amazon.

Los propietarios de las marcas fabrican sus propios productos, o los adquieren para venderlos bajo una marca privada, para ofrecer a los compradores una selección única.

Muchos vendedores tienen ambas opciones. Puedes elegir el método que funcione para tus objetivos. Si tienes pensado vender tu propia marca en Amazon, disponemos de muchos recursos y herramientas para ayudarte.

3. Crea una cuenta de vendedor de Amazon

Puedes usar tu cuenta de cliente para empezar a vender o puedes crear una nueva cuenta de vendedor de Amazon con el correo electrónico de tu empresa. Antes de registrarte, asegúrate de tener listo lo siguiente:

Dirección de correo electrónico de la empresa o cuenta de cliente de Amazon

Tarjeta de crédito válida

Identificación gubernamental (la verificación de identidad protege a vendedores)

Información fiscal

Número de teléfono

Una cuenta bancaria a la que Amazon pueda enviarte los ingresos de tus ventas

4. Agregar productos

¿Qué puedes vender en Amazon? Depende del producto, categoría y marca.

Algunas categorías están abiertas a todos los vendedores, algunas requieren una cuenta de vendedor del plan de ventas Profesional, otras requieren autorización para vender y otras incluyen productos que no pueden ser vendidos por vendedores externos.

Visita la Ayuda de Seller Central para obtener más información sobre las restricciones y cómo solicitar autorización. Si envías pedidos con Logística de Amazon, asegúrate de revisar la lista específica de restricciones de productos de Logística de Amazon.

5. Detalles del listado de productos

Para empezar a vender un producto en Amazon, tendrás que crear un listado de productos en Seller Center. Un listado de productos incluye:

Un identificador de producto, como el número global de artículo comercial (GTIN), código universal del producto (UPC), número estándar internacional de libro (ISBN) o número de artículo europeo (EAN), para especificar exactamente el artículo que vendes. Puedes obtener un código UPC directamente desde GS1 o solicitar una exención.

Un SKU, que es un identificador del producto que creas para hacer un seguimiento de tu propio inventario

Detalles de la oferta, incluidos el precio, estado del producto, cantidad disponible y opciones de envío

Detalles del producto, como el nombre, marca, categoría, descripción e imágenes

Palabras clave y términos de búsqueda para ayudar a los compradores a encontrar tu producto

Si otro vendedor ya ofrece el mismo producto, tendrás que vincular un listado existente (lo que significa que ya se implementarán algunos detalles, como el identificador de producto). Si eres el primer vendedor en ofrecer un producto, crearás un nuevo listado.

6. La página de detalles del producto

Los detalles de tu oferta se mostrarán en una “página de detalles del producto”. Si alguna vez has comprado en Amazon.com, ya has visto una. Las páginas de detalles del producto son el lugar en el que los clientes encuentran toda la información pertinente sobre un artículo en particular.

Cuando varios vendedores ofrecen el mismo producto, Amazon combina los datos de estas diferentes ofertas en una única página de detalles. Los vendedores que ofrecen el producto pueden aportar información en la página de detalles o solicitar revisiones de la página de detalles si la información que se muestra es incorrecta.

Si vendes tus productos bajo una marca registrada, considera la posibilidad de inscribirte en el Registro de marcas de Amazon, un servicio gratuito que ofrece un mayor control sobre las páginas de detalle de los productos que usan tu nombre de marca.

1. Título

Máximo de 200 caracteres y escribe en mayúscula la primera letra de cada palabra

2. Imágenes

500 x 500 o 1000 x 1000 píxeles para aumentar la calidad de los listados

3. Variantes

Por ejemplo, diferentes colores, fragancias o tamaños

4. Lista de características

Frases breves y descriptivas que destaquen las funciones y beneficios clave

5. Oferta destacada

La oferta destacada en una página de detalles. Los clientes pueden agregar a su carrito o “Comprar ahora”

6. Otras ofertas

El mismo producto vendido por varios vendedores que ofrecen un precio diferente, opciones de envío, etc.

7. Descripción

Las palabras clave aumentan las posibilidades de que la gente encuentre tu listado

7. Anuncia tus ofertas

Ayuda a mejorar la visibilidad de los productos individuales y aumentar el conocimiento de la marca mediante la publicidad en los resultados de búsqueda y páginas de productos. Otra forma de promocionar tus productos es mediante una oferta o un cupón.

8. Establece precios competitivos

Muchos clientes buscan el mejor precio. Las herramientas de Seller Central, como el reajuste de precios automatizado y los precios en lote para los clientes de Amazon Business, pueden ayudarte a mantener la competitividad.

9. Obtén reseñas de producto

Las reseñas de producto benefician a los clientes y vendedores. Asegúrate de familiarizarte con las formas correctas e incorrectas de obtener más reseñas de productos y evitar el incumplimiento de políticas. (pp.1-5)

Logística de Amazon

(Amazon Inc., 2021) manifiesta que:

Aprovecha las redes de gestión y experiencia de Amazon para que tus clientes y tu empresa se beneficien. Envías tus productos a los centros logísticos de Amazon y ellos los reciben, empaquetan y envían. Además, proporcionan servicio de atención al cliente. Tú lo vendes, nosotros lo enviamos.

Entre las ventajas de usar Logística de Amazon, se incluyen las siguientes:

Apto para optar por el envío gratis en pedidos que cumplan los requisitos y de Amazon Prime A los clientes de Amazon les encanta recibir entregas gratis y Amazon Prime, y estas opciones de entrega están disponibles para tus listados de Amazon.

Precios competitivos: Los listados de Logística de Amazon están ordenados en Amazon por precio del producto sin gastos de envío, ya que tus productos son aptos para entregas gratis en pedidos superiores a MXN 299 o con Amazon Prime.

Servicio de atención al cliente y devoluciones confiables: Los listados de Logística de Amazon aparecen con el logotipo de Logística de Amazon, por lo que los clientes saben que es Amazon el que se encarga del empaquetado, entrega, servicio de atención al cliente y posibles devoluciones.

Nuestros servicios permiten que tu empresa crezca rápido: nos encargamos de los detalles para que ahorres tiempo y puedas centrarte en el desarrollo de tu empresa.

Y más: Tus clientes también se benefician de cada vez más ventajas, como la envoltura para regalo y la cuenta atrás al minuto para el Envío en un día y la Entrega en el mismo día.

¿Cómo usar Logística de Amazon?

Es muy fácil usar Logística de Amazon tanto para ti como para tus clientes.

Paso 1: Configurar Logística de Amazon

Al registrarte para vender en Amazon, te registrarás automáticamente en Logística de Amazon. (puedes confirmar tu registro en Información de cuenta en la pestaña Configuración y si administras Tus servicios). Para comenzar a publicar tus productos, selecciona Logística de Amazon como método de envío. También puedes convertir tu inventario actual a Logística de Amazon.

En la página Administración de inventario, selecciona los productos que quieras vender a través de Logística de Amazon.

Selecciona Cambiar a gestionado por Amazon en el menú desplegable Acciones.

Si quieres continuar creando tu envío, haz clic en Convertir y enviar inventario. Si quieres agregar más productos al inventario antes de crear el envío, haz clic en Sólo convertir.

Para más información, consulta el video Convertir productos a Logística de Amazon de Seller University.

Paso 2: Envía tus productos a Amazon.

Envía productos nuevos o usados a los centros logísticos de Amazon.

Carga tus listados a Seller Central.

Deja que Amazon gestione todo o parte de tu inventario.

Imprime las etiquetas en formato de documento portátil (PDF) que te proporciona Amazon o usa el Servicio de etiquetado de Logística de Amazon.

Usa el envío con tarifas rebajadas de Amazon o selecciona tu propio transportista.

Paso 3: Amazon almacena tus productos.

Amazon cataloga y almacena tus productos en nuestro inventario listo para enviar.

Amazon recibe y escanea tu inventario.

Las dimensiones de las unidades se registran para facilitar su almacenamiento.

Puedes controlar tu inventario con el sistema de seguimiento integrado.

Paso 4: los clientes hacen pedidos de tus productos.

Tus listados se ordenan por precio sin gastos de envío, ya que son aptos para entrega gratis en pedidos superiores a MXN 299. *

Los miembros de Amazon Prime* pueden actualizar las opciones de entrega en tus listados de Logística de Amazon aptos.

Paso 5: Amazon recolecta y empaca tus productos.

Logística de Amazon recolecta los productos del inventario y los empaca para entregarlos.

Amazon localiza tus productos mediante el avanzado sistema de recepción y clasificación de alta velocidad, que abarca desde el sitio web hasta el almacén.

Los clientes pueden combinar tus pedidos con otros productos gestionados por Amazon.

¿Por qué usar Logística de Amazon?

Aumenta tus ventas: al incorporarte a Logística de Amazon, tus ofertas se vuelven más visibles y más competitivas. Muchos de tus productos serán aptos para recibir beneficios que ayuden a impulsar tus ventas y te hagan más competitivo.

Aprovecha el servicio de atención al cliente ininterrumpido de Amazon: con Logística de Amazon, tienes a tu disposición el reconocido servicio de atención al cliente disponible 24 horas al día y siete días a la semana en el idioma local del sitio web de Amazon en el que vendes tus productos.

Tú descansas, nosotros vendemos por ti: con la configuración de Días festivos de Logística de Amazon, puedes seguir vendiendo, aunque estés de vacaciones.

...y más: los clientes también se beneficiarán de ventajas adicionales, como el servicio de envoltura para regalo y el Envío en un día. (pp. 1-3)

Logística de Amazon para exportación

(Amazon Inc., 2021) presenta sobre:

La información relacionada con Logística de Amazon que se muestra en esta página se aplica sólo a los vendedores que venden a otros países desde Amazon.com.

Sin ningún cargo adicional, el programa Logística de Amazon para exportación te ayuda a ampliar tu negocio a más de 100 países sin los inconvenientes habituales de vender internacionalmente.

Cientes de más de 100 países pueden visitar tu sitio web de origen y comprar los productos aptos para Logística de Amazon para exportación.

Generamos un reporte para ayudarte a identificar los productos aptos para Logística de Amazon para exportación, gestionamos tus pedidos internacionales, nos hacemos cargo de las obligaciones aduaneras y de importación, y enviamos el producto a la dirección del comprador en su país.

Los compradores internacionales pagan tanto los costos de envío como las obligaciones aduaneras. No hay ningún costo adicional para ti.

Puedes establecer qué productos quieres excluir de Logística de Amazon para exportación a fin de satisfacer las necesidades de tu negocio.

Las políticas de devoluciones de Amazon serán las que determinen si una unidad gestionada mediante Logística de Amazon para exportación se puede devolver. Como

vendedor, no pagas los costos de envío de las devoluciones del comprador a Logística de Amazon para exportación.

En el programa Logística de Amazon para exportación, usas los listados de productos de tu cuenta de Seller Central para vender productos aptos para este programa a clientes internacionales que compren en Amazon.com. No hay tarifas adicionales por estas ventas.

Inscripción en Logística de Amazon para exportación

La mayoría de los vendedores quedan registrados automáticamente en "Logística de Amazon para exportación" de forma predeterminada. Para comprobar si estás registrado en Logística de Amazon para exportación, haz clic en Logística de Amazon en el menú desplegable Configuración de Seller Central y ve a la sección Configuración de exportación. Puedes activar o desactivar Logística de Amazon para exportación en Configuración de exportación.

Al utilizar Logística de Amazon para exportación, nos autorizas a firmar una factura comercial en tu nombre por cada envío de Logística de Amazon para exportación. Esta factura comercial detalla y describe el contenido del envío, y autoriza tanto a agentes como a otros terceros a emitir los documentos adicionales necesarios para exportar tus productos.

Productos aptos

Para ver qué productos de tu inventario de Logística de Amazon son aptos para exportación, ve a Reportes > Logística de Amazon y, en la sección "Inventario", haz clic en Ver más reportes... para acceder al reporte Inventario exportable (EE. UU.). Puedes comprobar la lista en cualquier momento, incluso si has desactivado Logística de Amazon para exportación. Actualizamos esta página de forma periódica, por lo que, si no tienes productos exportables en este momento, vuelve a comprobarlo más tarde.

Nota: Puedes enviar música, videos y DVD a Canadá. No puedes enviar libros desde EE. UU. a Canadá.

Nota: Amazon se reserva el derecho de impedir la exportación de un determinado producto o de interrumpir el servicio de Logística de Amazon para exportación sin previo aviso, tal y como se describe en la política de productos aptos.

Los productos podrían no ser aptos para Logística de Amazon para exportación por una variedad de motivos:

Restricciones de exportación: para determinados tipos de productos, las leyes del país de origen prohíben el envío internacional de los artículos. Por ejemplo, el gobierno de Estados Unidos prohíbe la exportación de productos militares por cuestiones de seguridad nacional. Por lo general, los siguientes tipos de productos están restringidos para la exportación:

- Armas y armas de imitación
- Plantas, productos para plantas, semillas y abono
- Animales y determinados productos derivados de animales
- Equipo de vigilancia
- Punteros láser y productos relacionados

Restricciones de importación: aunque un país de origen permita la exportación de un producto, los países de destino tienen sus propias políticas sobre qué se puede importar. Las normativas varían según el país. Para evitar retrasos, problemas con aduanas y un servicio insatisfactorio para el cliente, Amazon por lo general restringe el envío internacional de los siguientes tipos de productos (la restricción se aplica según el país):

- Alcohol
- Armas, componentes de armas y accesorios, incluidos aerosoles de defensa, pistolas y accesorios de paintball o de aire comprimido, miras telescópicas, fundas y estuches
- Productos químicos, incluidos pesticidas, fertilizantes, insecticidas, productos químicos industriales o automotrices, y determinados productos de limpieza
- Alimentos, medicamentos y suplementos alimenticios, incluidos suplementos y comida para mascotas
- Dispositivos médicos, incluidos dispositivos médicos de alerta, kits de diagnóstico y kits de determinación del sexo
- Artículos destinados al consumo de drogas
- Productos para adultos
- Equipo para destilar bebidas alcohólicas
- Andadores con ruedas para bebés, dispositivos para que el bebé se alimente solo y asientos para auto

- Equipamiento electrónico criptográfico
- Artículos y materiales relacionados con el juego y las apuestas
- Moneda de imitación

Restricciones de transporte y logística: existen algunas restricciones en función de las limitaciones logísticas o de transporte. Por ejemplo, los productos que superen cierto peso y tamaño están excluidos del programa de exportación. Las restricciones en el transporte incluyen:

- Artículos pesados o voluminosos, como colchones o camas
- Materiales peligrosos
- Baterías de iones de litio grandes o independientes
- Aceite usado, como aceite de cocina o de motor
- ASIN sin procesar: son artículos pendientes de revisión para determinar si son aptos para Logística de Amazon para exportación. Revisamos la aptitud de los nuevos ASIN una vez al mes. Asegúrate de que el producto incluya una descripción completa o una lista de características exhaustiva para que podamos evaluar su aptitud en el próximo ciclo.

Reporte de inventario exportable para vendedores de MWS

Si utilizas una API de servicio web integrada para administrar tu negocio en Amazon y tienes una cuenta de vendedor apta para Amazon Marketplace Web Service (MWS), puedes utilizar la siguiente operación de API para descargar el reporte de inventario exportable más reciente.

Tipo de reporte: `_GET_FBA_EXPORTABLE_OFFERS_REPORT_`

Número de reporte: 26600

Nota: Se suspendió la siguiente operación de API para el reporte de inventario exportable. Utiliza la operación de API anterior para ver una lista actualizada de los productos que puedes enviar mediante Logística de Amazon para exportación:

Tipo reporte

`_GET_FBA_FULFILLMENT_EXPORTABLE_INVENTORY_DATA`

Número de reporte: 2620

Acuerdos de Logística de Amazon para exportación y distribución de productos

Si te inquieta que los acuerdos de distribución puedan limitar la venta de tus productos en el extranjero, puedes optar por no participar en Logística de Amazon para exportación o excluir ciertos productos de este programa. Puedes excluir hasta 10 000 artículos que no sean multimedia, en cualquier momento y por cualquier motivo.

Excluir productos de Logística de Amazon para exportación

Para excluir productos, dirígete al menú desplegable Configuración de Seller Central y haz clic en Logística de Amazon. En la sección Configuración de exportación, haz clic en el enlace Excluir productos. Puedes excluir hasta 10 000 productos no multimedia a la vez mediante un archivo de carga. Podrás modificar, agregar o eliminar productos de la lista de exclusión en cualquier momento.

Nota: Las unidades de tamaño estándar pueden ser aptas para Logística de Amazon para exportación; las de tamaño grande, no.

Nota: No podemos exportar libros a Canadá.

Pedidos internacionales

Con Logística de Amazon para exportación, los clientes internacionales podrán comprar los productos de tu inventario que sean aptos para la exportación internacional.

Para consultar tu reporte de ventas de Logística de Amazon para exportación, ve a Reportes > Logística de Amazon y en la sección Ventas del panel izquierdo, selecciona Envíos gestionados por Amazon. Puedes ver tus pedidos internacionales de Logística de Amazon para exportación filtrando por país de destino.

Para los vendedores que utilizan API, el valor de enumeración es `_GET_AMAZON_FULFILLED_SHIPMENTS_DATA_`.

Devoluciones internacionales con Logística de Amazon para exportación

Logística de Amazon para exportación pone a tu disposición un servicio de gestión logística y de atención al cliente para tus pedidos que también incluye el procesamiento de las devoluciones de los compradores. Utilizamos las políticas de devoluciones de Amazon para determinar si una unidad es apta para la devolución. Sin embargo, a fin de garantizar que el comprador tenga una excelente experiencia, nos reservamos el derecho de realizar excepciones en ciertos casos y aceptar devoluciones de unidades gestionadas por Logística de Amazon después de que haya pasado el período de devolución.

Cuando un comprador devuelve un producto, se sigue la política de devoluciones estándar de Amazon. Si el producto devuelto se recibe en un estado apto para la venta, se reincorporará al inventario del vendedor original. Si no es apto para la venta, determinaremos quién es el responsable (Amazon o el comprador) y realizaremos el reembolso del producto de acuerdo con la Política de reembolsos por inventario extraviado o dañado de Logística de Amazon.

El comprador debe pagar los costos de envío de la devolución si el producto no es defectuoso. Si el producto presenta un defecto, el comprador paga y envía el producto defectuoso a nuestro centro logístico. Compensaremos al comprador por los gastos pertinentes de envío de la devolución cuando recibamos el paquete. Como vendedor, no pagas los costos de envío de las devoluciones del comprador a Logística de Amazon para exportación.

Logística de Amazon para exportación admite en este momento los siguientes países y territorios:

Albania, Andorra, Argentina, Australia, Austria, Baréin, Barbados, Bélgica, Bermudas, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Bulgaria, Camboya, Canadá, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Estonia, Fiyi, Finlandia, Francia, Guayana Francesa, Polinesia Francesa, Alemania, Ghana, Gibraltar, Grecia, Guadalupe, Guam, Hong Kong, Hungría, Islandia, India, Indonesia, Irlanda, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Kazajistán, Kenia,

República de Corea, Kuwait, Letonia, Lituania, Liechtenstein, Luxemburgo, Macao, Malasia, Malta, Islas Marshall, Martinica, Mayotte, Mauricio, México, Mónaco, Marruecos, Namibia, Países Bajos, Nueva Caledonia, Nueva Zelanda, Nigeria, Noruega, Omán, Palaos, Panamá, Perú, Puerto Rico, Filipinas, Polonia, Portugal, Catar, Reunión, Rumanía, Rusia, San Bartolomé, San Martín, San Marino, Arabia Saudita, Singapur, Eslovaquia, Eslovenia, Sudáfrica, España, Sri Lanka, Suecia, Suiza, Tanzania, Taiwán, Tailandia, Trinidad y Tobago, Turquía, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguay, Venezuela, Islas vírgenes (EE. UU.), Zimbabue. (pp. 1-5)

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Existe falta de conocimiento de cómo vender digitalmente hacia el exterior mediante el uso de plataformas por parte de la gran mayoría de artesanos ecuatorianos, cabe señalar que muchos conocen que existe la posibilidad de realizar ventas de dicha manera pero que no se animan a hacerlo hasta el momento, si hubiera un mayor entendimiento del manejo de Amazon por parte de los exportadores de artesanías, me animo a pensar que será sustancial el incremento de los negocios que aplicaran este sistema moderno de ventas al exterior, al cual muchos negocios aún se adaptan en la actualidad.

En base a las entrevistas realizadas en este trabajo se determina que el nivel de conocimiento general de la plataforma es alto, es decir los artesanos conocen de su existencia y la han utilizado en alguna ocasión para la búsqueda de productos, sin embargo, ninguno de los artesanos entrevistados ha vendido mediante la tienda digital Amazon hasta el momento, aunque todos respondieron que si estarían dispuestos a hacerlo si es que analizando las ventajas y desventajas de realizarlo ellos consideran que es beneficioso para sus aspiraciones. El nivel de reconocimiento de la marca de la empresa influye en la decisión de los artesanos, porque siendo reconocida a nivel mundial les inspira mayor confianza.

Guiándome de los datos obtenidos en mi visita al mercado artesanal de Guayaquil, será de gran beneficio para los artesanos tener la capacidad de promocionar sus productos al exterior ya que de esta manera van a ampliar sus posibles compradores posicionándose en el mercado europeo que posee buena capacidad de compra, teniendo en cuenta también la gran cantidad de inmigrantes ecuatorianos que se encuentran en países como España, Italia, Francia, etc., asumo que existe una gran probabilidad de éxito con la utilización de Amazon. Otro de los beneficios del que puede gozar el exportador al aplicar este nuevo sistema de ventas digitales es la internalización y reconocimiento de la marca.

Para que el exportador ecuatoriano pueda animarse a dar el siguiente paso en el desarrollo de su negocio de vender sus productos al exterior mediante el uso de

Amazon, deben de tener la información pertinente que le permita analizar la situación basándose en sus necesidades, no es el mismo caso por el cual atraviesan todos los artesanos ya que fabrican diferentes tipos de artesanías y cada negocio está en la obligación de buscar la opción que más se adapta a ellos. Con el acceso al manual con la información obtenida de la página web oficial de Amazon propuesto en este trabajo, los exportadores ecuatorianos van a poder evaluar por ellos mismos cual es la alternativa que satisfaga mayormente sus objetivos y tomar la decisión de si será satisfactorio o no la implementación de este sistema a su negocio.

Recomendaciones

Luego de realizar el trabajo de investigación entre los elementos a considerar más importantes tenemos la alta producción de artesanías en nuestro país, existe mucha mano de obra lista para trabajar en cuanto se lo solicite, lo cual da lugar a que la oferta sea mayor que la demanda en el mercado ecuatoriano. Debido a que disminuir el ritmo con el cual se fabrican las artesanías no es la mejor alternativa porque al mismo tiempo los fabricantes tendrían menos trabajo, entre las medidas a tomar destaco la búsqueda de nuevos compradores porque siempre será una buena opción obtener ingresos económicos de más fuentes, para alcanzar este objetivo que permitiría la creación de nuevas oportunidades de trabajo para los artesanos, se necesita de que el gremio posea un mejor conocimiento de las herramientas de las cuales puede sacar ventaja.

Para quienes vayan a realizar trabajos de investigación relacionados a la venta de artesanías ecuatorianas en el viejo continente, en el transcurso de este proceso de desarrollo de tesis se me ocurre la posibilidad de conocer que piensa el consumidor europeo y nuestros compatriotas viviendo en el exterior acerca de los productos que se encuentran a la venta en esos territorios de origen nacional, de esta manera vamos a tener un mejor entendimiento de lo que desean nuestros clientes, para poder recopilar esta información se necesitara de la ayuda de algún contacto viviendo en alguno de los países en donde se encuentran nuestro público meta que realice entrevistas a los compradores y dueños de locales o que una de las personas realizando el trabajo tenga el tiempo de viajar a alguno de estos países dentro de las posibilidades de la persona encargada de obtener los datos.

Uno de los factores importantes es la participación del gobierno nacional para incentivar al desarrollo de negocios que realicen sus ventas de forma digital, considero que, creando mayores fuentes de información como por ejemplo ferias, conferencias, entrevistas a expertos en el tema, etc., alrededor de las ciudades más influyentes del país contribuirá para que más comerciantes se interesen en el tema y se decidan a explotar las herramientas que proporciona la tecnología actual. Si bien es cierto que el gobierno nacional puede servir de guía mediante el ofrecimiento de información para la aplicación de este nuevo sistema de ventas digitales, quienes realmente tienen la

decisión de aprender son los mismos artesanos y está en manos de ellos el desarrollo de sus negocios e incremento de ganancias.

Cabe mencionar la necesidad de que el gremio sea más unido para que se apoyen entre ellos e intercambien información que les sea de beneficio a todas las partes involucradas.

Referencias

- Alcalde, J. (15 de Diciembre de 2016). *Comercio electrónico*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-electronico-ecommerce.html>
- AMAZON. (2021). *Cómo empezar a vender en Amazon?*. Amazon web services. Obtenido de: <https://sell.amazon.com/es/sell>
- AMAZON. (2021). *La plataforma líder en la nube*. Amazon web services. Obtenido de: <https://aws.amazon.com/es/what-is-aws/>
- AMAZON. (2021). *Logística de Amazon*. Amazon web services. Obtenido de: https://sellercentral.amazon.com.mx/gp/help/external/help-page.html?itemID=53921&language=es_MX&ref=efph_53921_bred_G200149570
- Cao, C. (20 de Mayo de 2019). *Artesanía*. La definición. Obtenido de: <https://ldefinicion.com/artesania/>
- Claro S.A. (23 de Mayo de 2019). *¿Qué son las TIC? ¿Y por qué son tan importantes?* Obtenido de: <https://www.claro.com.co/institucional/que-son-las-tic/>
- Correos del Ecuador. (5 de Noviembre de 2018). *Artisanos ecuatorianos podrán incrementar sus exportaciones en 192 países del mundo*. Obtenido de: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/artesanos-ecuatorianos-podran-incrementar-sus-exportaciones-en-192-paises-del-mundo/>
- Editorial Grudemi. (2019). *Muestreo aleatorio simple*. Enciclopedia económica. Obtenido de: <https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-aleatorio-simple/>
- El Diario. (7 de Abril de 2016). *Artesanía es reconocida*. Obtenido de: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/388245-artesania-es-reconocida/>
- El Periódico . (30 de Abril de 2021). *La pandemia le sigue sonriendo a Amazon, que triplica sus ganancias*. Obtenido de El periódico : <https://www.elperiodico.com/es/economia/20210430/pandemia-amazon-triplica-ganancias-11691238>
- El Universo. (24 de Enero de 2021). *Ecuador abre línea de apoyo a artesanos patrimoniales para preservar memoria*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2021/01/24/nota/9600625/fondo-artesanos-patrimonial-saber-ancestral-ecuador/>
- Equipo editorial, Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Teoría de sistemas*. Obtenido de: <https://concepto.de/teoria-de-sistemas/>

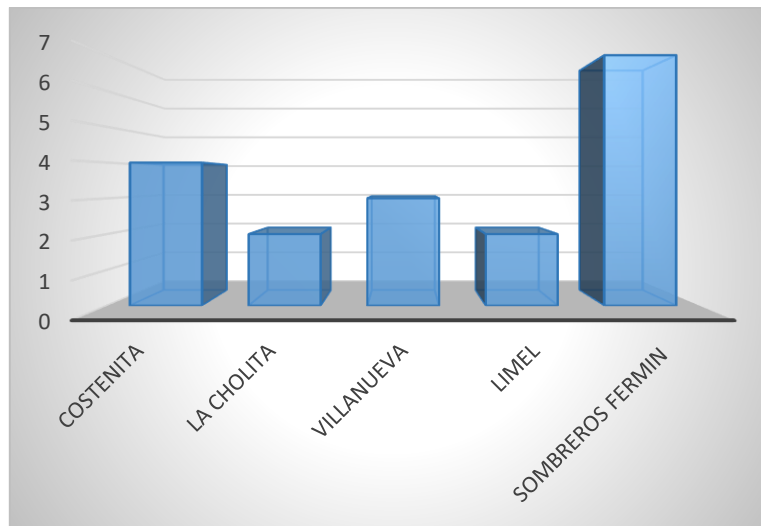
- Ezfrontiers. (2021). *Cómo vender en Amazon desde Latinoamérica*. Obtenido de: <https://ezfrontiers.com/como-vender-en-amazon-desde-latinoamerica/>
- García, I. (8 de Noviembre de 2017). *Definición de exportación*. Obtenido de: <https://www.economiasimple.net/glosario/exportacion>
- Gascó, T. (18 de Enero de 2019). *Definición de ventaja absoluta*. Obtenido de: <https://www.economiasimple.net/glosario/ventaja-absoluta>
- González, A. (Septiembre de 2017). *Digitalización*. Obtenido de Teoría Digital: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/digitalizacion.php>
- López, J. (1 de Diciembre de 2018). *Comercio Internacional*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- Montano, J. (28 de Marzo de 2021). *Investigación no experimental*. Lifeder. Obtenido de: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Morales, F. (14 de Julio de 2020). *Cooperativismo*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/cooperativismo.html>
- Orellana, P. (5 de Junio de 2020). *Método analítico*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Prieto, P. (20 de Agosto de 2020). *La explosión del comercio electrónico*. Expansión. Obtenido de: <https://www.expansion.com/economia-digital/2020/08/20/5f3d852f468aeb11628b45c3.html>
- Qualtrics. (2021). *Investigación cualitativa*. Obtenido de : <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cualitativa/>
- Quiroa, M. (10 de Enero de 2020). *Artesano*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/artesano.html>
- Redacción. (5 de Febrero de 2021). *Definición de Amazon*. Obtenido de: <https://conceptodefinicion.de/amazon/>
- Revista Líderes. (21 de Diciembre de 2020). *Una vitrina digital para los productos artesanales*. Obtenido de: <https://www.revistalideres.ec/lideres/vitrina-digital-productos-artesanales-ecuatorianos.html>

- Torres, J. (6 de Noviembre de 2019). *Gobierno ratifica su compromiso con el artesano ecuatoriano*. Ministerio de Producción. Obtenido de: <https://www.produccion.gob.ec/gobierno-ratifica-su-compromiso-con-el-artesano-ecuatoriano/>
- UNESCO. (2019). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de: <https://www.turismo.gob.ec/tejido-del-sombrero-de-paja-toquilla-un-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- Villón, J. (27 de Mayo de 2021). *La plataforma de Amazon está abierta para exportar desde Ecuador*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-plataforma-de-amazon-esta-abierta-para-exportar-pero-hay-retos-para-estimular-envios-nota/>

Apéndices

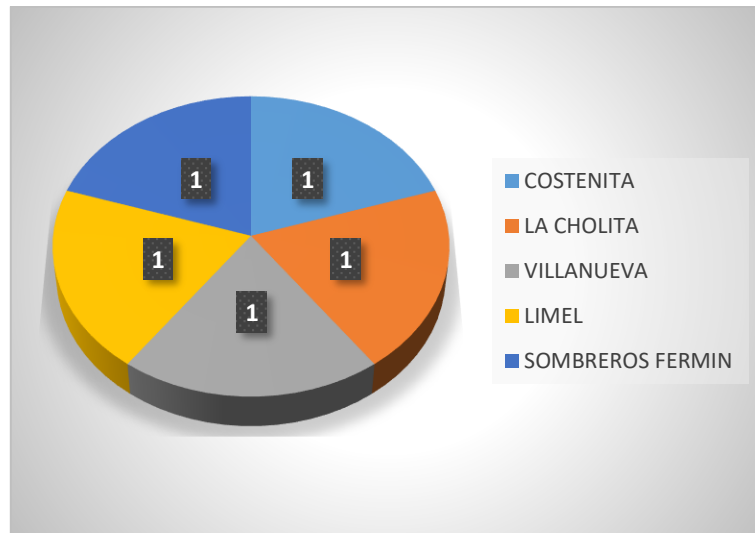
En los siguientes gráficos las empresas que tengan un valor de 1 significa respuesta positiva, mientras que las empresas que sus respuestas sean de 0 significa negativo.

Apéndice A. *Pregunta 3. ¿Cuántos empleados maneja en la empresa?*



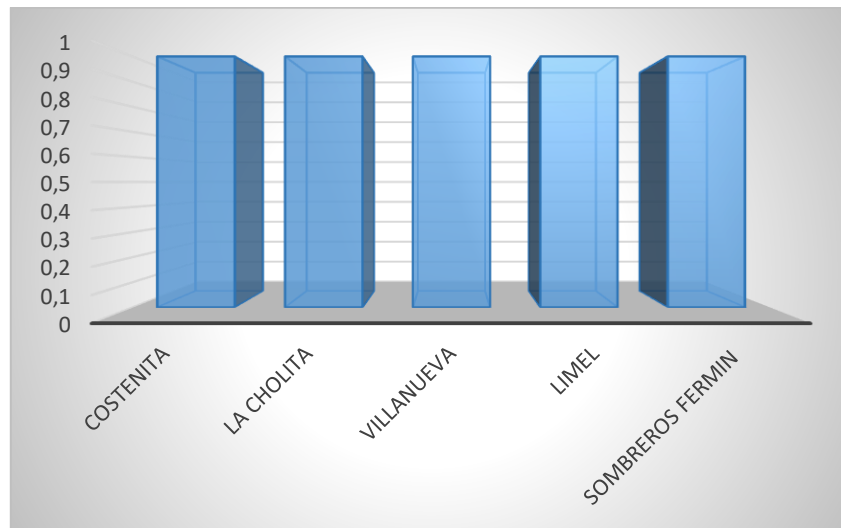
Nota: Este gráfico muestra cuantos empleados trabajan en la empresa.

Apéndice B. Pregunta 4. ¿Tiene la empresa más de 10 años en el mercado?



Nota: Este gráfico muestra la antigüedad de la empresa en el mercado.

Apéndice C. Pregunta 6. ¿La mercancía para envío a otros países, tiene seguro?



Nota: Este gráfico muestra si la mercadería que se exporta está asegurada.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vásquez Gortaire Jean Pierre**, con C.C: **0930243613** autor del trabajo de titulación: **Factibilidad comercial para la exportación de artesanías de la costa ecuatoriana al continente europeo a través de Amazon web services** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los días 25 del mes de febrero del año 2022

Vásquez Gortaire Jean Pierre

C.C: 0930243613



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Factibilidad comercial para la exportación de artesanías de la costa ecuatoriana al continente europeo a través de Amazon web services		
AUTOR(ES)	Vásquez Gortaire Jean Pierre		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Ana Ulloa Armijos, PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de febrero de 2022	No. DE PÁGINAS:	72
ÁREAS TEMÁTICAS:	Organización Industrial y Políticas Gubernamentales		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Artesanías, exportación, Amazon, artesano, digital		
<p>Resumen: Se realizó el presente trabajo de titulación con la intención de analizar la factibilidad comercial de negocios que exportan artesanías de la costa ecuatoriana a través una plataforma digital internacional para vender productos al continente europeo, se busca determinar si es viable para los negocios implementar un nuevo sistema de ventas digitales a través de Amazon, para lograr este objetivo se realizaron entrevistas a los artesanos exportadores en la ciudad de Guayaquil, para lo cual se analiza los marcos teóricos, conceptuales, referenciales y metodológicos que han permitido llegar a la conclusión de que muchas de las personas que trabajan en las empresas de la industria conocen de la posibilidad de vender sus productos al exterior de forma digital y durante la investigación todos los entrevistados opinaron que si el exportar mediante la plataforma digital significa un beneficio para sus negocios, están dispuestos a hacerlo, lo cual muestra que se encuentran abiertos a la posibilidad de dar el siguiente paso hacia la digitalización para seguir creciendo como empresa, es de mucha importancia incrementar la cantidad de medios de información que permitan un mayor entendimiento de cómo sacar provecho de las herramientas digitales y la constante cooperación entre los miembros del mismo gremio.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0019294319315	E-mail: jpier-vg@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			