



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TEMA

**INFLUENCIA DE LA GLOBALIZACIÓN EN EL COMERCIO ARTESANAL
DEL PUEBLO COTACACHEÑO**

AUTOR:

Victor Sebastián Benalcázar Barrera

TUTOR:

Mgs. María Francisca Fernández Badillo

IBARRA – ECUADOR

Julio, 2026

Ibarra, 07 de julio de 2026

CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado: **INFLUENCIA DE LA GLOBALIZACIÓN EN EL COMERCIO ARTESANAL DEL PUEBLO COTACACHEÑO**, presentado por el estudiante Victor Sebastián Benalcázar Barrera con cédula de ciudadanía N° **1005358716**, para obtener el Título de Licenciado en Negocios Internacionales.

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 07-jul-2026 11:54 -05
Identificador: 2994760947
Número de palabras: 26033
Entregado: 1

TESIS VICTOR SEBASTIAN BENALCAZAR BARRERA Por Maria Francisca FERNANDEZ BADILLO

Visualizador de documentos

Índice de similitud	Similitud según fuente
10%	Fuentes de Internet: 10% Publicaciones: 2% Trabajos del estudiante: 3%

excluir citas | incluir bibliografía | excluir las coincidencias menores | modo: [ver informe en vista quickview (vista clásica)] | imprimir | actualizar | descargar

Coincidencia del 1% (Internet desde 26-ago-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/e9e2de85-88ad-4731-bf2a-1299aab0df14/content	❌
Coincidencia del 1% (Internet desde 09-ene-2023) https://www.lahora.com.ec/noticias/especial-cotacachi-talabarteria-un-saber-ancestral-y-productivo-en-cotacachi/	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 01-abr-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3805bee1-c2e2-4e21-a4af-5a6cc06ec53e/content	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 19-ene-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/795ebc9e-76cc-4cf0-b491-d6b4ed34b601/content	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 12-sept-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d188ed52-4305-4a58-b35c-69bcb6db59ff/content	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 01-abr-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cc73a1e2-c3dd-4644-8b72-e3974f9bf1fa/content	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 08-abr-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c07f081d-7616-4705-b60e-6402be33aed5/content	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 11-may-2024) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0e6d9e49-0ac1-41d2-9508-0e56c43918b2/content	❌
Coincidencia del <1% (Internet desde 11-sept-2025) https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8ad5083b-8d8a-4998-8d35-72b6010fb16d/content	❌

María
 Francisca
 Fernández

Firmado digitalmente
 por María
 Francisca
 Fernández

(f):
 Mgs. María Francisca Fernández Badillo
TUTOR DE TRABAJO
 C.C.: 0604145342

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

María
Francisca
Fernández
(f): Z
Firmado digitalmente por María Francisca Fernández

Mgs. María Francisca Fernández Badillo

C.C.: 0604145342

Roberto
Tadeo
(f):
Firmado digitalmente por Roberto Tadeo

Msc. Patricio Roberto Tadeo Tadeo

C.C.: 1001709045

Esthela
Alfonsina
Andrade
Ortega
(f):
Firmado digitalmente por Esthela Alfonsina Andrade Ortega®

Ms. Alfonsina Andrade Ortega

C.C.: 1002158648

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Victor Sebastián Benalcázar Barrera, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 2 de julio de 2026

VICTOR
SEBASTIÁN
BENALCÁZAR
(f): BARRERA



Firmado digitalmente
por VICTOR SEBASTIÁN
BENALCÁZAR BARRERA
Fecha: 2026.07.07
17:03:48 -05'00'

Victor Sebastián Benalcázar Barrera

C.C.: 1005358716

AUTORIA

Yo, Victor Sebastián Benalcázar Barrera, portador de la cedula de ciudadanía N° 1005358716 declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

VICTOR SEBASTIÁN
BENALCÁZAR
BARRERA

Firmado digitalmente por
VICTOR SEBASTIÁN
BENALCÁZAR BARRERA
Fecha: 2026.07.07
17:04:17 -05'00'

(f):.....

Victor Sebastián Benalcázar Barrera

C.C.: 1005358716

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo principalmente a Dios, que ha sido mi fortaleza inquebrantable y la luz que iluminó cada paso de este camino. Su presencia me recordó que todo esfuerzo tiene su recompensa. A mis padres, quienes son y siempre serán los pilares sobre los que se sostiene todo lo que soy. Gracias por su amor incondicional, por su infinita paciencia, por cada palabra de aliento en los momentos más difíciles, y por acompañarme con orgullo en cada paso de este camino. Este logro es tan suyo como mío. A mi abuelita, tías y primos, mi equipo silencioso y fiel. Gracias por estar presentes con su cariño, su apoyo y su respaldo a lo largo de todo este proceso. Saber que los tenía a mi lado hizo más liviano cada esfuerzo.

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por brindarme la salud, por iluminar mi mente en los momentos de incertidumbre y por confirmarme, una y otra vez, que con fe y dedicación cada meta es alcanzable. A mis padres y a toda mi familia, por ser mi motor, mi fuerza y mi fuente constante de motivación en cada paso que doy. A mis compañeros y amigos especialmente a: Lenin, Jonathan y Daniela: gracias por las noches de desvelo y por el esfuerzo conjunto. Fueron mucho más que compañeros de estudio; fueron cómplices de este sueño, y su recuerdo permanecerá siempre en mi corazón. Y sin duda, a la Mgs. María Francisca Fernández, mi tutora y guía durante este proceso, por su dedicación, su paciencia y por compartir su conocimiento con generosidad. Su acompañamiento fue fundamental para llevar acabo el desarrollo de este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN TUTOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORIA.....	v
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS	vi
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xiii
1. INTRODUCCIÓN	1
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Marco teórico	7
2.2.1. Teorías del comercio internacional	7
2.2.1.1. Teoría de la Ventaja Comparativa.	7
2.2.1.2. Modelo de Dotación de Factores (Heckscher-Ohlin).	8
2.2.1.3. Teoría del modelo del diamante de la ventaja competitiva (Michael Porter).	8
2.2.2. Globalización	9
2.2.2.1. Definición:	9
2.2.2.2. Beneficios y desafíos de la globalización.	11
2.2.3. La artesanía	12
2.2.3.1. Concepto.	12
2.2.3.2. Tipos de artesanía en Ecuador.	14
2.2.4. Cotacachi	17
2.2.4.1. Ubicación, historia, cultura y características.	17
2.2.5. Los artículos de cuero de Cotacachi y su tradición artesanal.....	20
3. MATERIALES Y METODOS	23

3.1. Enfoque	23
3.2. Metodología	24
3.3. Población y Muestra	24
3.3.1. Cálculo del tamaño de la muestra	26
3.4. Variables, indicadores y técnicas	28
3.5. Instrumentos	29
3.5.1. Encuesta dirigida a los almacenes de artículos de cuero de Cotacachi	29
3.5.2. Entrevista dirigida a la presidenta de la Sociedad de Artesanos de Cotacachi (AIAC)	29
3.5.3. Entrevista dirigida a artesanos expertos del cuero de Cotacachi	30
3.6. Procedimiento de aplicación	30
3.7. Análisis de datos de los instrumentos aplicados.	33
3.7.1. Análisis de las Encuestas	33
3.7.2. Entrevista dirigida a la Presidenta de la Sociedad de Artesanos de Cotacachi .	45
3.7.3. Entrevista al Presidente de Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos Santa Ana de Cotacachi (AIMASAC)	53
3.7.4. Entrevista dirigida al Artesano local Cotacacheño y dueño de su propio negocio	61
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	69
5. PROPUESTA	81
5.1. Lineamientos Estratégicos	81
5.1.1. Principales ejes temáticos.....	81
5.1.2. Primer lineamiento estratégico.....	83
5.1.3. Segundo lineamiento estratégico.....	84
5.1.4. Tercer lineamiento estratégico	85
5.1.5. Cuarto lineamiento estratégico.....	86
5.1.6. Quinto lineamiento estratégico.....	87
5.2. Matriz resumen consolidada de los lineamientos estratégicos	87
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	91
5.1. Conclusiones	91
5.2. Recomendaciones.....	93
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95
ANEXOS.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ventajas y desventajas de la globalización en el sector artesanal de cuero en Cotacachi.....	11
Tabla 2 Principales tipos o ramas de artesanía en Ecuador según material y técnica....	15
Tabla 3 Matriz de variables, indicadores y técnicas	28
Tabla 4 Análisis de la aplicación de encuestas a los almacenes en la ciudad de Cotacachi.....	33
Tabla 5 Resultados de la entrevista a la Magister Sandra Gavilanes	45
Tabla 6 Resultados de la entrevista al Sr. Marco Hidalgo	53
Tabla 7 Resultados de la entrevista al Sr. Paúl Gonzales	61
Tabla 8 Matriz consolidada de lineamientos estratégicos.....	88
Tabla 9 KPIS (Indicadores) de los lineamientos estratégicos.....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Un mundo globalizado y comercial.....	10
Figura 2	Artesanía en cuero suela.....	14
Figura 3	“Las letras” El mirador que se encuentra en la entrada a Cotacachi.....	17
Figura 4	“Inty Raymi” Fiesta tradicional y característica de Cotacachi.....	20
Figura 5	Artículos de cuero populares.....	23
Figura 6	Principales ejes temáticos.....	82
Figura 7	Lineamiento estratégico 1	83
Figura 8	Lineamiento estratégico 2	84
Figura 9	Lineamiento estratégico 3	85
Figura 10	Lineamiento estratégico 4	86
Figura 11	Lineamiento estratégico 5	87

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo analizar la influencia de la globalización en el comercio artesanal de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi, con el propósito de determinar los efectos económicos, sociales y culturales que este proceso genera en los artesanos locales, así como su incidencia en la proyección de sus productos hacia mercados nacionales e internacionales. La investigación surge a partir del reconocimiento de Cotacachi como uno de los principales referentes del comercio artesanal del cuero en el Ecuador, cuyo posicionamiento histórico convive hoy con desafíos significativos derivados de la competencia internacional, las nuevas exigencias del consumidor nacional y global y las debilidades estructurales que limitan la inserción sostenida del sector en mercados internacionales.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas, sustentadas en los métodos analítico-sintético, deductivo e inductivo. Se aplicaron 71 encuestas estructuradas a los locales comerciales dedicados a la venta de artículos de cuero, sobre un universo de 87 establecimientos formalmente registrados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi, junto con tres entrevistas semiestructuradas a actores clave de dicha actividad: la presidenta de la Sociedad de Artesanos de Cotacachi, el presidente de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos de Cotacachi (AIMASAC) con experiencia exportadora, y un artesano local con trayectoria heredada generacionalmente que se mantiene vigente. El marco teórico se fundamentó en las teorías clásicas del comercio internacional de David Ricardo, Heckscher-Ohlin y el modelo del Diamante de Competitividad de Porter.

Los resultados obtenidos evidencian que la globalización ejerce una influencia ambivalente sobre el sector: el 95,8% de los encuestados reporta algún grado de impacto negativo derivado de

la entrada masiva de productos importados, mientras que el 78,9% considera que el fenómeno globalizador ha sido beneficioso para el sector, principalmente por el aporte del turismo internacional a los ingresos de los locales. Se identificó una marcada brecha entre la intención exportadora del sector (71,8%) y la exportación efectiva (21,1%), así como una debilidad estructural crítica representada por el hecho de que el 93,0% del sector opera sin un plan de marketing formal. A pesar de ello, el 88,7% del sector se muestra abierto a incorporar innovaciones sin abandonar las técnicas artesanales tradicionales, lo que constituye un terreno fértil para implementar estrategias de modernización productiva y comercial.

A partir de los hallazgos obtenidos, se formularon cinco lineamientos estratégicos articulados entre sí, orientados a fortalecer la competitividad del cuero cotacacheño en el mercado globalizado y basado en 5 ejes principales: el fortalecimiento del capital humano, la transformación digital y comercial, la identidad territorial y cultural con posicionamiento global, la producción sostenible e innovadora, y la inserción y expansión en mercados internacionales prioritarios. Se concluye que la globalización es un proceso multidimensional cuyo saldo final dependerá de la capacidad colectiva del gremio para gestionar activamente sus oportunidades mediante asociatividad efectiva, innovación y estrategias planificadas y apoyo institucional articulado.

Palabras clave: Globalización, comercio artesanal, cuero, Cotacachi, identidad cultural, internacionalización, sostenibilidad, lineamientos estratégicos.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to analyze the influence of globalization on the artisanal commerce of leather goods in the city of Cotacachi, with the purpose of determining the economic, social, and cultural effects that this process generates on local artisans, as well as its impact on the projection of their products toward national and international markets. The research arises from the recognition of Cotacachi as one of the main references of artisanal leather commerce in Ecuador, whose historical positioning coexists today with significant challenges derived from international competition, the new demands of national and global consumers, and the structural weaknesses that limit the sustained insertion of the sector into international markets.

The research was developed under a mixed approach that combines qualitative and quantitative techniques, supported by the analytical-synthetic, deductive, and inductive methods. A total of 71 structured surveys were applied to commercial establishments dedicated to the sale of leather goods, out of a universe of 87 establishments formally registered by the Autonomous Decentralized Municipal Government of Santa Ana de Cotacachi, along with three semi-structured interviews with key stakeholders of this activity: the president of the Society of Artisans of Cotacachi, the president of the Interprofessional Association of Master Artisans of Cotacachi (AIMASAC) with export experience, and a local artisan with a generationally inherited trajectory that remains in force. The theoretical framework was based on the classical theories of international trade by David Ricardo, Heckscher-Ohlin, and Porter's Diamond of Competitiveness model.

The results obtained show that globalization exerts an ambivalent influence on the sector: 95.8% of respondents report some degree of negative impact derived from the massive entry of imported products, while 78.9% consider that the globalization phenomenon has been beneficial

for the sector, mainly due to the contribution of international tourism to the income of local businesses. A significant gap was identified between the export intention of the sector (71.8%) and effective exports (21.1%), as well as a critical structural weakness represented by the fact that 93.0% of the sector operates without a formal marketing plan. Despite this, 88.7% of the sector shows openness to incorporating innovations without abandoning traditional artisanal techniques, which constitutes fertile ground for implementing productive and commercial modernization strategies.

Based on the findings obtained, five interconnected strategic guidelines were formulated, aimed at strengthening the competitiveness of Cotacachi leather in the globalized market and based on five main axes: the strengthening of human capital, digital and commercial transformation, territorial and cultural identity with global positioning, sustainable and innovative production, and insertion and expansion into priority international markets. It is concluded that globalization is a multidimensional process whose final balance will depend on the collective capacity of the guild to actively manage its opportunities through effective associativity, innovation and planned strategies, and articulated institutional support.

Keywords: Globalization, artisanal commerce, leather, Cotacachi, cultural identity, internationalization, sustainability, strategic guidelines.

1. INTRODUCCIÓN

La globalización es un proceso histórico que incluye a las economías, culturas y saberes de distintos pueblos. Un claro ejemplo de ello es Cotacachi, una ciudad ubicada en la provincia de Imbabura, en Ecuador, popularmente conocida como la "Tierra de la Jora y de los buenos cueros". Esta ciudad se caracteriza por sus paisajes, cultura y sobre todo, por sus artesanías hechas en cuero, que combina tanto técnicas ancestrales como diseños modernos además, la elaboración de chaquetas, bolsos u otros accesorios de cuero no solo significa una fuente de ingresos para las familias locales sino que también plasma su identidad cultural. Fundamentalmente la globalización ha alentado la economía de Cotacachi, permitiendo que sus productos de cuero tengan una mayor visibilidad y abordar a nuevos mercados gracias al turismo y los avances de las tecnologías. A pesar de ello este proceso también tiene desafíos, como la fuerte competencia de productos similares e industrializados y a menor precio como los productos chinos. Por lo que los artesanos de Cotacachi se enfrentan a un mercado de consumidores que anteponen un producto a menor precio sin considerar la funcionalidad, ni por el valor cultural y lo artesanal de este arte que en un gran porcentaje es realizado de forma manual como valor agregado a la habilidad innata del pueblo. Además, muchos artesanos carecen de conocimientos en el área de gestión empresarial, marketing digital y comercio exterior esto limita su capacidad para adaptarse al mercado global. La falta de políticas públicas que apoyen al artesano y de redes de distribución internacionales agrava este escenario poniendo en riesgo la competitividad, el patrimonio cultural y artesanal de la ciudad de cotacachi

En todo caso, la globalización es un fenómeno ambivalente para el comercio artesanal de la ciudad de Cotacachi. Por una parte facilita la internacionalización de los productos pero por otro

lado, amenaza con debilitar, alterar sus tradiciones y desplazar a los artesanos locales. Es importante acotar que para asegurar la sostenibilidad de este sector, es esencial analizar cómo la globalización está afectando e influyendo en sus prácticas culturales, artesanales y formular estrategias que equilibren la identidad cultural con la competitividad económica para, finalmente encontrar alternativas que fortalezcan el desarrollo del comercio de artículos de cuero en Cotacachi, manteniendo su esencia característica, su valor cultural y artesanal, lo que hace que el producto sea de mejor calidad y durabilidad.

El presente trabajo de titulación se puede justificar al analizar cómo la globalización ha transformado el comercio artesanal en Cotacachi, especialmente en la elaboración y venta de productos de cuero que representan un símbolo auténtico de nuestra cultura local, tradición artesanal y economía regional. El propósito central de este estudio consiste en realizar un examen detallado que nos permita entender de qué manera los procesos globalizadores están modificando las dinámicas comerciales, sociales, artesanales y culturales de quienes viven en esta ciudad, identificando simultáneamente los retos existentes y las posibilidades que emergen dentro de un mercado cada vez más competitivo y demandante.

La importancia de desarrollar esta investigación está en generar un diagnóstico completo que ofrezca una visión clara sobre la situación actual del sector artesanal cotacacheño frente a los impactos de la globalización. El análisis resulta fundamental no únicamente para entender cómo nos afecta la apertura de mercados tanto nacionales como internacionales, el surgimiento de nuevas tecnologías y la competencia mundial actual, sino también para plantear soluciones que fortalezcan las habilidades de nuestros artesanos locales para mantener viva su identidad cultural mientras logran establecerse exitosamente en mercados extranjeros.

¿Por qué es relevante este trabajo? Bueno, resulta que las artesanías aquí en Cotacachi no son solo una tradición bonita, sino que significa el sustento de muchísimas familias de cotacachi. Es decir, gran parte de la gente vive de esto, y cuando les va bien a los artesanos, nos va bien a todos como comunidad. Pero no solo eso, también hemos visto cómo los turistas que llegan se quedan fascinados con nuestros trabajos en cuero y cuando se van, se convierten en embajadores de Cotacachi en sus países. Es increíble cómo una cartera o un cinturón hecho aquí termina hablando de nosotros en lugares que ni siquiera conocemos, y eso obviamente ayuda mucho al crecimiento de la ciudad. Por esta razón, comprender la manera en que la globalización está impactando este sector artesanal resulta esencial para crear estrategias efectivas que faciliten una mejor integración en los mercados mencionados, fortaleciendo la competitividad de nuestros productos de cuero sin sacrificar la autenticidad cultural y el valor artesanal que los caracteriza.

En cuanto al aporte teórico y científico de la presente investigación se basa en que, ayuda a ampliar el conocimiento previamente establecido con respecto a la globalización y comercio artesanal de Ecuador, particularmente el caso del pueblo cotacacheño merece especial atención debido a la tradición y relevancia de los artículos de cuero en la economía local y su potencial de internacionalización, además la línea de investigación relacionada con este trabajo es la innovación, la competitividad y el emprendimiento en contexto de interculturalidad, acotando un análisis que podrá ser empleado para aplicación de estrategias para fortalecer el sector artesanal en artículos de cuero.

Por último, la investigación no solo generará conocimiento útil y aplicable, para la comunidad cotacacheña, sino que también colaborará a la comprensión de cómo los procesos globales influyen en sectores tradicionales, ofreciendo una visión completa que aborde lo cultural, lo artesanal, lo económico y lo social en el marco de los negocios nacionales e internacionales.

Este trabajo de titulación tiene como objetivo general: Analizar la influencia de la globalización en el comercio artesanal de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi, con el propósito de determinar los efectos que este proceso genera en el desarrollo económico, social y cultural de los artesanos locales, así como su incidencia en la proyección de sus productos hacia mercados nacionales e internacionales.

Y como objetivos específicos, están los siguientes:

- Diagnosticar la situación actual del comercio artesanal de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi, considerando aspectos históricos, económicos y socioculturales que sustentan esta actividad como eje de identidad y desarrollo local.
- Identificar los principales efectos de los procesos de globalización en la producción y comercialización de los artículos de cuero cotacacheños, analizando factores como la apertura de mercados nacionales e internacionales, la competencia global y los cambios en las demandas de los consumidores.
- Evaluar las estrategias de comercialización y marketing empleadas por los artesanos de Cotacachi, especialmente en lo referente al uso de canales digitales, turismo y participación en ferias nacionales e internacionales.
- Proponer lineamientos estratégicos que fortalezcan la competitividad del comercio artesanal de cuero fabricado en la ciudad de Cotacachi para el mundo, garantizando tanto la preservación de su identidad cultural como su inserción sostenible e innovadora en un mercado globalizado.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

El estudio de la relación entre la globalización y el comercio artesanal ha captado un interés académico creciente en América Latina, particularmente en territorios donde la producción artesanal constituye un eje de identidad cultural y sustento económico. A continuación, se presentan investigaciones previas que abordan problemáticas estrechamente vinculadas con la temática de la presente tesis, las cuales permiten contextualizar el fenómeno estudiado desde distintas perspectivas metodológicas y geográficas, ofreciendo un panorama valioso sobre cómo los procesos globales impactan la producción, la competitividad y la preservación cultural, permitiendo contextualizar mejor el caso específico del pueblo cotacacheño.

Uno de los estudios más relevantes sobre el tema es el de Martín-Mayoral, Curiazi y Castro Ruales (2019), quienes analizaron la industria del cuero en Cotacachi utilizando el marco teórico de los distritos industriales. Mediante un enfoque mixto, combinaron datos cuantitativos del INEC de 2016, como el coeficiente de especialización y el índice Herfindahl-Hirschman, con métodos cualitativos. Esto incluyó entrevistas a 23 personas clave, como artesanos y miembros de la comunidad, y observación participativa. Los autores encontraron que el sector se encuentra en una etapa inicial como distrito industrial. Aunque hay una notable concentración de empresas dedicadas al cuero, que representan el 41.4% en el cantón y generan empleo y salarios locales, falta una "atmósfera industrial" que fomente la cooperación y la innovación. Además, se identificaron vulnerabilidades por la globalización, como la competencia de productos más baratos, la dependencia de insumos importados y una escasa colaboración entre los actores del sector, lo que limita el potencial de las microrredes familiares y reduce la competitividad en mercados internacionales.

Por otro lado, Tusa Yanchapanta (2025) llevó a cabo un estudio etnográfico sobre los artesanos del cuero en Quisapincha, una parroquia con una tradición artesanal similar a la de Cotacachi. Utilizando un enfoque cualitativo, aplicó técnicas como entrevistas profundas y observación participativa a cinco artesanos con vasta experiencia. Su investigación evidenció como resultado que aunque las prácticas ancestrales como el cosido y tallado manual, además del grabado personalizado son fundamentales para resaltar la identidad cultural, los artesanos enfrentan grandes retos debido a la globalización, como por ejemplo, productos industrializados y sintéticos a precios bajos, la migración de los artesanos, el desinterés de las nuevas generaciones por aprender y los efectos de la pandemia que dejó el COVID-19 han afectado su labor. No obstante, el estudio también destaca la resiliencia de dichos artesanos, quienes se apoyan en redes familiares y locales, adoptan selectivamente métodos y tecnologías modernas, desarrollan innovaciones en sus diseños, y modelos, buscando así mantener su esencia cultural y a su vez lograr sostenibilidad económica. Finalmente.

Tocagon Cabascango (2024) abordó la globalización desde la perspectiva de la internacionalización, en su investigación sobre la implementación del certificado de origen para los exportadores artesanales en este caso de la ciudad de Otavalo. Con un enfoque descriptivo y mixto, combinó revisión documental, entrevistas y encuestas a 38 exportadores. Los resultados muestran que el certificado es visto como crucial para acceder a mercados internacionales, mejorar la competitividad y asegurar la autenticidad cultural de los productos. Sin embargo, también se identificaron barreras significativas, como por ejemplo la falta de capacitación, trámites burocráticos y complicados, además de la competencia desleal de importaciones de productos, especialmente de China. A pesar de la existencia de dichos obstáculos, se destacan oportunidades como la diversificación de clientes, el aumento de ingresos con exportaciones y el fortalecimiento

de la identidad indígena al valorar las técnicas y procedimientos manuales ancestrales en un contexto global. En general, estos estudios revelan un patrón similar: la globalización ofrece oportunidades para que las artesanías ganen visibilidad tanto local como internacionalmente, y accedan nuevos mercados, pero también impone presiones competitivas y puede erosionar saberes tradicionales, debido a la industrialización a gran escala de productos similares procedentes de diferentes países. Esta revisión sitúa el presente estudio sobre Cotacachi como una contribución significativa, enfocándose en el comercio de artículos de cuero y proponiendo estrategias concretas para equilibrar la identidad cultural con una inserción sostenible en el mercado cada vez más globalizado.

2.2. Marco teórico

En el marco teórico de la presente investigación, las teorías del comercio internacional son clave para entender cómo la globalización impacta el comercio artesanal de artículos de cuero en Cotacachi. Estas teorías no solo ayudan a identificar las oportunidades que la globalización ha traído para que los productos locales se inserten en mercados internacionales, sino que también destacan los desafíos que enfrentan los artesanos para seguir siendo competitivos localmente sin perder su esencia cultural y saberes.

2.2.1. Teorías del comercio internacional

2.2.1.1. Teoría de la Ventaja Comparativa. La Teoría de la Ventaja Comparativa, postulada por David Ricardo (1817), plantea que no hace falta ser el mejor en todo para participar exitosamente en el comercio, sino ser relativamente mejor en algo específico. En Cotacachi, eso tiene nombre y apellido: el trabajo artesanal en cuero. Los artesanos locales no aprendieron este oficio en un aula sino observando a sus padres y abuelos, acumulando durante generaciones un conocimiento que se traduce en calidad, durabilidad e identidad cultural, atributos que constituyen

su verdadera ventaja comparativa frente al resto del mercado, dando como resultado el curtido, el diseño y confección manual de chaquetas, bolsos y demás artículos. No obstante, enfrentan competencia de bienes industriales más baratos, la globalización ha permitido que esta especialización signifique una mayor visibilidad a través del turismo y las exportaciones, siempre y cuando se mantenga, la tradición cultural que diferencia sus productos en el mercado.

2.2.1.2. Modelo de Dotación de Factores (Heckscher-Ohlin). El modelo desarrollado por Eli Heckscher y Bertil Ohlin (1933) complementa lo anterior al afirmar que los flujos comerciales se determinan principalmente por la dotación relativa de factores de producción de cada país o región. Ecuador, y particularmente la zona andina de Imbabura, cuenta con abundancia de mano de obra calificada tanto de artesanos como en técnicas artesanales tradicionales, mientras que otros competidores globales, como el caso de China, destacan por su abundancia de capital y tecnología para producción masiva y secuencial. Esta dotación explica por qué Cotacachi se especializa en productos intensivos en trabajo calificado y conocimiento artesanal, exportando artículos que incorporan valor cultural y manualidad. Sin embargo, esta misma teoría permite identificar una limitación muy importante a tomar en cuenta, la cual es: escasez relativa de capital tecnológico, redes logísticas modernas y conocimientos de marketing en general, lo que dificulta que los artesanos aprovechen plenamente su ventaja factorial, frente a la competencia globalizada.

2.2.1.3. Teoría del modelo del diamante de la ventaja competitiva (Michael Porter). La Teoría del diamante, desarrollada por Michael Porter (1966), ofrece una visión más integral y dinámica al considerar que la competitividad de un sector no depende solo de factores dotacionales o costos, sino de la interacción de seis elementos como: condiciones de los factores, demanda de los consumidores, industrias relacionadas y de apoyo, estrategia y rivalidad de las empresas,

gobierno y eventos fortuitos. Aplicado al clúster artesanal de Cotacachi, este modelo revela que la interacción entre la tradición familiar, la demanda de turistas y compradores internacionales, la presencia de proveedores locales de insumos y la rivalidad entre talleres ha generado ciertas capacidades competitivas. No obstante, la globalización pone a prueba este diamante al exigir mejoras en marketing digital, certificaciones de calidad, logística y políticas públicas de apoyo. De esta forma, el modelo de Porter resulta especialmente útil para identificar las brechas que deben cerrarse si se desea que el sector del cuero cotacacheño logre una inserción sostenible que equilibre competitividad económica y preservación cultural.

2.2.2. Globalización

2.2.2.1. Definición: En esencia, la globalización es un proceso histórico, que ha ido formando lazos con el pasar del tiempo, cada vez más estrechos entre economías, sociedades y culturas de todo el mundo, gracias a ello, en la actualidad vivimos en un panorama mundial, donde lo que sucede en un lugar determinado difícilmente es aislado, y se hace conocer a nivel nacional e internacional, con base en ello, para comprender mejor este fenómeno, resulta crucial recurrir a fuentes como (el Fondo Monetario Internacional (FMI)) que lo define como la creciente integración de las economías y sociedades que se da a medida que se desvanecen las barreras y obstáculos que en el pasado limitaban la circulación de ideas, personas, bienes, servicios y capitales. Resulta importante resaltar que, no es un proceso que ocurrió por casualidad, más bien fue construido a partir de decisiones políticas deliberadas, avances tecnológicos y la apertura progresiva entre mercados, notablemente se aceleró desde finales del siglo XX. Sin embargo, hablar de globalización es hablar de algo mucho más amplio que cifras económicas o tratados comerciales. (Bernal et al. 2024) recuerda que este proceso también toca algo más profundo: las identidades de las personas y las tradiciones que dan sentido a sus comunidades.

En los negocios, globalización son prácticas mediante las cuales las organizaciones se conectan mejor con sus clientes alrededor del mundo. Esto incluye cualquier aspecto de operar en diferentes mercados, desde el diseño del producto hasta la comercialización del mismo. Por lo que la internacionalización es una estrategia de nivel corporativo, y conlleva a que los productos y servicios sean lo más adaptables posible, para que puedan circular fácilmente a los diferentes mercados nacionales. Esto a menudo requiere la asistencia de expertos en la materia. Las estrategias de internacionalización y globales son importantes y favorecen la participación de empresas de países tanto en desarrollo como emergentes, en el mercado nacional y, sobre todo, que conduzcan a asumir una mayor participación, para ingresar a mercados externos.

Por lo que en el contexto de la presente investigación, esta definición es particularmente relevante porque explica cómo un proceso global puede abrir puertas internacionales a productos artesanales como los artículos de cuero de Cotacachi, sin olvidar que a su misma vez se lucha por la sostenibilidad frente a productos extranjeros.

Figura 1

Un mundo globalizado y comercial



Nota: Imagen generada por el autor mediante inteligencia artificial.

2.2.2.2. Beneficios y desafíos de la globalización. Este fenómeno trae consigo múltiples beneficios y también desafíos, entre ellos destacan la ampliación de mercados para bienes locales y empresas nacionales, seguido de ello el acceso a tecnologías innovadoras y modernas que son indispensables para el desarrollo y fortalecimiento de todos los sectores, a esto se suma el impulso al turismo internacional y la posibilidad de que comunidades con vocación artesanal proyecten su patrimonio cultural hacia consumidores de todo el mundo que desconocen de ella, y esto a su vez impulsa la creación de empleo que siempre va ser uno de los aspectos más importantes que la globalización ha demostrado tener. Sin embargo, no están exentos a los desafíos grandes, como la competencia desleal proveniente de producciones masivas, en cadena y a muy bajo costo, la erosión de identidades culturales locales y procesos tradicionales, así como también la vulnerabilidad ante la variación constante de económicas de países con alto nivel influyente en la región. En el caso de las artesanías de cuero, la globalización puede llegar actuar de manera ambivalente, ya que por un lado facilita la visibilidad nacional y la exportación de productos únicos cargados de valor e identidad cultural, pero por otro ejerce presión sobre los precios y las técnicas tradicionales que poco a poco se van perdiendo ante la falta de interés de las nuevas generaciones, poniéndola en peligro, obligando a los artesanos a innovar sin perder su esencia identitaria que cada vez es más difícil de mantener. Finalmente comprender tanto los beneficios como los desafíos de este proceso resulta crucial para analizar su influencia específica que existe en el comercio de artículos de cuero en Cotacachi, donde la apertura de mercados ha coincidido con una mayor competencia de manufacturas extranjera, tal como se observa en años recientes.

Tabla 1

Ventajas y desventajas de la globalización en el sector artesanal de cuero en Cotacachi

Aspecto	Ventajas	Desventajas
---------	----------	-------------

Acceso a mercados	Mayor visibilidad internacional y exportaciones (USD 86,2 millones en artesanías ecuatorianas en 2023)	Competencia de productos asiáticos baratos
Tecnologías y turismo	Incorporación de marketing digital y aumento de visitantes	Erosión de técnicas manuales tradicionales
Empleo y economía	Generación de ingresos familiares y clúster productivo	Vulnerabilidad ante fluctuaciones globales y falta de capital tecnológico

Nota: Elaboración propia con base en Ministerio de Producción (2023) y Martín-Mayoral et al. (2019).

2.2.3. La artesanía

2.2.3.1. Concepto. La artesanía simboliza una forma de producción ancestral la cual mezcla varios elementos como la habilidad manual, creatividad y transmisión intergeneracional de saberes y técnicas, transformando materias primas ya sea en bienes artísticos, decorativos o, utilitarios, según la Ley de Defensa del Artesano (2008) define a la actividad artesanal como aquella practicada manualmente para transformar materia prima, siendo destinada a la producción de bienes, con o sin ayuda de máquinas, equipos o herramientas, tomando en cuenta que siempre predomine claramente el trabajo manual sobre dichos apoyos mecánicos. Asimismo, la normativa establece que se considera artesano al trabajador manual calificado que invierte en implementos, maquinarias y materias primas una cantidad que no debe superar al 25% del capital fijado para la pequeña industria, lo que resalta el carácter predominantemente manual y tradicional de esta actividad. Por añadidura, esta distinción legal reconoce el rol artesanal como patrimonio vivo, que

preserva técnicas ancestrales y genera conexión comunitaria, por lo que, más allá de su importancia económica, la artesanía constituye a un elemento clave del patrimonio cultural inmaterial, tal como lo reconoce la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2021). Al servir de vehículo para la identidad de los pueblos y la diversidad creativa. A su vez, en Ecuador, esta actividad no solo representa una fuente de ingresos para miles de familias y artesanos, sino que también contribuye a la diversificación económica y al desarrollo turístico sostenible. No obstante, en un entorno globalizado, la artesanía enfrenta el desafío permanente de equilibrar tradición e innovación constante, ya que debe incorporar elementos como diseño contemporáneo, canales digitales de comercialización y certificaciones de calidad, sin comprometer la autenticidad que la hace única en el mercado internacional y nacional. Como se evidencia en investigaciones actuales, como las de Moreira (2024) y el Ministerio de Producción (2023), el sector artesanal ecuatoriano registró exportaciones por USD 86,2 millones en 2023, destacando productos como textiles y marroquinería, aunque persisten brechas en innovación y acceso a mercados que requieren estrategias de revalorización cultural para garantizar su sostenibilidad. Esta tensión resulta especialmente visible en sectores como el del cuero, donde la globalización ofrece oportunidades de proyección pero también amenaza con diluir los saberes manuales transmitidos de generación en generación.

Figura 2*Artesanía en cuero suela*

Nota: Imagen generada por el autor mediante inteligencia artificial.

2.2.3.2. Tipos de artesanía en Ecuador. Comercialmente de acuerdo con la diversidad cultural y material del país, la artesanía ecuatoriana se organiza en distintas ramas o tipos que responden a diferentes criterios según los materiales empleados, técnicas aplicadas y formas de dichos productos finales, tal como lo dicta la Junta Nacional de Defensa del Artesano como instituciones especializadas como el (Centro de Investigación y Difusión de la Artesanía Popular (CIDAP)). Sin embargo, la clasificación no es algo rígido, ni estrictamente específico, pero permite identificar los principales métodos artesanales, y aunque comparten el predominio del trabajo manual, se diferencian por su materia prima y procesos productivos. Según el instituto de geografía UNAM (s.f.), las ramas más predominantes y reconocidas son: la cerámica (alfarería), los textiles (tejeduría y bordado), el tallado en madera, la metalistería (herrería y orfebrería), la cestería con fibras vegetales y, la técnica más relevante para el presente estudio, la corioplastia o trabajo en cuero, conocida de otras maneras como talabartería o marroquinería. Es importante recalcar que cada una de estas ramas refleja la riqueza intercultural del Ecuador y contribuye de forma particular

al desarrollo local, aunque todas enfrentan los mismos retos globalizadores que obligan a los artesanos a innovar sin perder su esencia tradicional. En particular, la artesanía de cuero, rama destacada y emblemática de Cotacachi, se distingue por técnicas ancestrales de curtido, corte, cosido manual y repujado que transforman el material en productos de alta durabilidad y valor estético. Esta clasificación por material y técnica, propuesta por el CIDAP y recogida en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, no solo facilita el reconocimiento oficial de los artesanos, sino que también orienta las políticas de fomento y la inserción en mercados internacionales. De esta manera, entender los distintos tipos de artesanía permite contextualizar mejor cómo la globalización afecta de forma diferencial a cada rama, abriendo oportunidades para unas mientras genera mayor competencia para otras, y subraya la importancia estratégica del cuero cotacacheño como expresión viva de identidad cultural y competitividad económica.

Tabla 2

Principales tipos o ramas de artesanía en Ecuador según material y técnica

Rama / Tipo	Material principal	Ejemplos representativos	Región emblemática	Relación con globalización y Cotacachi
Cerámica / Alfarería	Barro y arcilla	Vasijas, platos, figuras decorativas	Cuenca, Azuay	Alta exportación, pero competencia industrial
Textiles / Tejeduría	Lana, algodón, alpaca	Ponchos, tapices, bufandas	Otavalo, Imbabura	Fuerte turismo y ventas digitales

Talla en madera	Madera nativa	Figuras religiosas, muebles, máscaras	San Antonio de Ibarra	Preservación cultural frente a imitaciones
Metalistería	Metales ferrosos y preciosos	Herrería, joyería, orfebrería	Varias regiones	Innovación en diseño moderno
Cestería	Fibras vegetales	Canastas, sombreros de paja toquilla	Costa y Sierra	Certificaciones de origen
Cuero / Talabartería y marroquinería	Piel y cuero curtido	Chaquetas, bolsos, cinturones, calzado	Cotacachi, Imbabura	Alta visibilidad turística y exportación, pero fuerte competencia asiática

Nota: Tomado de Villegas Robles (2004), Junta Nacional de Defensa del Artesano (1996) y CIDAP.

2.2.4. Cotacachi

Figura 3

“Las letras” El mirador que se encuentra en la entrada a Cotacachi



Nota: Fotografía tomada de Cotacachi travel (2025). <https://cotacachi.travel/>

2.2.4.1. Ubicación, historia, cultura y características. Hablar de Cotacachi es hablar de un pueblo que lleva la historia viva en cada calle empedrada, en cada fiesta, en cada par de manos artesanas que trabajan, en cada paisaje y sobre todo en su gente y su calidez. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi (GAD Cotacachi, s.f.), el cantón se ubica en la zona norte del Ecuador, a 80 km al norte de Quito y a 25 km al sur de Ibarra, con una geografía muy variada que alcanza diversas alturas en el cantón, sin embargo en la ciudad la altitud es de 2,418 metros sobre el nivel del mar, y con una temperatura media que oscila entre los 25 y los 30 grados Celsius. Además, esta diversidad geográfica que existe, le confiere al cantón una riqueza ambiental singular, expresada en tres zonas claramente diferenciadas: la urbana, la andina y la subtropical conocida como Intag, cada una con sus propios ecosistemas, paisajes y formas de vida que coexisten en un mismo territorio, lo cual convierte a Cotacachi en un cantón de una complejidad territorial y cultural verdaderamente extraordinaria y fascinante.

Por otro lado, en el contexto de su historia, sus raíces se hunden mucho más atrás de lo que cualquier registro colonial puede documentar. El GAD Cotacachi (2025) señala que el cantón empezó como pueblo con los Quitus, que bautizaron al volcán con el nombre de Coto-ashi; posteriormente los Caras nombraron Cotaczshis a todas las tribus y pueblos establecidos en sus alrededores; y finalmente los incas, hablantes del quichua, transformaron esa palabra en Cotacachi, nombre con el que se le conoce hoy en día. Con la llegada de los españoles, en 1544 Fray Pedro de la Peña fundó la ciudad como punto de partida de su historia colonial, y el 6 de julio de 1861 se inauguró formalmente el Cantón Cotacachi con su primer Jefe Político (GAD Cotacachi, 2025), fecha que hoy se celebra como el día de su cantonización y que marca el inicio de su vida política y administrativa como entidad autónoma dentro de la República del Ecuador. Este extenso recorrido histórico no estuvo libre de desafíos, pues la ciudad fue destruida fuertemente por el terremoto que azotó la provincia de Imbabura el 16 de agosto de 1868, y sin embargo su gente la reconstruyeron con la misma energía y positivismo que siempre ha caracterizado a este pueblo.

Por otro lado, en el plano cultural, Cotacachi es un territorio pluricultural y multiétnico donde conviven comunidades indígenas, mestizas y afroecuatorianas, cada una de estas con propia cosmovisión y formas de expresión. El Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) precisa que Cotacachi es conocida como la "Capital de la Música" por su destacada producción a escala nacional e internacional con grandes exponentes musicales y por la habilidad de sus habitantes al tocar y fabricar manualmente el rondador. Además de ello es reconocida también como la "Tierra de los buenos cueros" por el talento de sus artesanos que desde hace muchísimos años gran parte de su ámbito comercial, se dedican al trabajo de la marroquinería, lo cual ha hecho despertar el interés de las personas tanto nacionales como de la gente extranjera, que valora los productos de buena calidad y duraderos. Sin dejar de lado sus fiestas, cabe recalcar que son, sin duda, el alma

de esta identidad colectiva Cotacacheña: el Hatun Puncha o más conocido como Inti Raymi (Fiesta del Sol), que según el GAD Cotacachi (s.f) se celebra desde el 21 de junio en todas las comunidades y comunas de la zona andina, y está relacionado con el solsticio de verano y la maduración de los productos, en donde las comunidades altas y bajas se toman la plaza principal de Cotacachi a través del baile y zapateo, como expresión de agradecimiento a la Pachamama; y las fiestas de cantonización del 6 de julio, que reúnen a toda la ciudadanía en celebración de su memoria histórica. Esta riqueza cultural se complementa con un entorno natural de primer nivel, encabezado por la emblemática laguna de Cuicocha, con aguas claras que cambian de tonalidad de acuerdo al sol y dos islotes compuestos de lava y piedra volcánica separados por el denominado "Canal del Ensueño", donde antiguamente llegaban los caranquis y los incas a entregar ofrendas al sol y a la luna.

Finalmente en el plano institucional, los reconocimientos acumulados por Cotacachi dan cuenta de la capacidad de gestión y de la relevancia que tiene en el contexto nacional e internacional. El GAD Cotacachi (s.f) registra que el cantón recibió en 2002 el Premio "Ciudades por la Paz" otorgado por la UNESCO, además, fue declarado en 2005 el primer territorio libre de analfabetismo del Ecuador, también distinguido con una medalla de ese organismo, y en 2007 recibió el Premio Ciudades Digitales otorgado por la AHCIET. Actualmente, el reconocimiento más reciente y simbólico llegó en 2019, cuando el Ministerio de Turismo del Ecuador lo denominó como: Pueblo Mágico, siendo uno de los primeros cinco cantones en recibir esta distinción en el país. Según el Ministerio de Turismo (2019), este nombramiento fue el resultado de un exigente proceso que inició en 2018, cuando el GAD de Cotacachi cumplió los 15 requisitos establecidos por el programa "Pueblos Mágicos Ecuador 4 Mundos", impulsado con la asesoría de la Secretaría

de Turismo de México, lo que ratifica los incomparables valores, riqueza natural, pluriétnica y cultural, su patrimonio tangible e intangible que le dan autenticidad.

Figura 4

“Inty Raymi” Fiesta tradicional y característica de Cotacachi



Nota: Fotografía tomada de Diario La Hora (2025) <https://www.lahora.com.ec/>

2.2.5. Los artículos de cuero de Cotacachi y su tradición artesanal

Si hay algo que define a Cotacachi ante los ojos del Ecuador y del mundo, es el cuero. Ese olor inconfundible que emana de los talleres, esa destreza de manos que cortan, cosen y dan forma a piezas únicas con una precisión que no se aprende en ninguna academia, es lo que ha hecho que este cantón, y sobre todo la ciudad de Cotacachi, sea reconocido mucho más allá de sus fronteras. El Diario La Hora (2025) recoge que Cotacachi es conocida como "la ciudad de los buenos cueros" y quienes se dedican a la talabartería hacen honor a ese nombre, elaborando en sus talleres todo tipo de prendas, desde las más sencillas hasta las creaciones propias de un catálogo de moda. Pero esta reputación no se construyó de un día para otro; tiene siglos de historia y sacrificio detrás.

El estudio académico más riguroso sobre este tema fue desarrollado por Cevallos et al. (2016), investigadores de la Universidad Técnica del Norte, quienes en su artículo publicado en la Revista Ecuatoriana de Ciencias Sociales y Jurídicas concluyen que la presencia de los jesuitas en 1738 en el territorio que hoy es Cotacachi dio origen a los primeros artesanos talabarteros, y que fueron las familias españolas de origen sefardita quienes introdujeron este oficio, que hoy es orgullo de los cotacacheños y cotacacheñas, convirtiéndose el oficio de la talabartería en el eje del desarrollo social, cultural, político y económico de la ciudad. Desde ese punto de partida, la historia del cuero cotacacheño fue creciendo con el cantón mismo. El Diario La Hora (2025) documenta que con el Decreto de Cantonización en 1861, el Cabildo se propuso organizar a todos los artesanos existentes, y para 1864 se conformaron los gremios nombrando maestros mayores en cada sector o familia artesanal, convirtiendo los talleres en centros de formación ética y de trabajo, con una producción centrada en monturas y alforjas, siendo tal el entusiasmo por la talabartería que al menos un miembro de cada familia cotacacheña realizaba este oficio.

Cabe destacar que este proceso no fue lineal ni exento de crisis. Luego de la Segunda Guerra Mundial varios artesanos emigraron hacia Colombia porque el negocio decayó, sin embargo, para los años 80 regresaron a su tierra a fortalecer la historia y su identidad, y hoy viven entre los cotacacheños como ejemplo de trabajo y dignidad persistente, multiplicando su saber a través de un conocimiento socialmente productivo difundido con el pasar de los años. Esta capacidad de resurgir después de las crisis es, quizás, uno de los rasgos más definitorios del artesano cotacacheño: un pueblo que no abandona su oficio, que lo defiende como si fuera parte de su propia piel y eso se nota en cada artículo que cada artesano crea.

En términos productivos actuales, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) señala que en Cotacachi se confeccionan artículos en cuero como chaquetas, zapatos, billeteras, carteras,

correas, sombreros y más, de alta calidad y con innovadores diseños, eso sí, sin dejar de lado las técnicas y procesos tradicionales, dichos artículos se venden a lo largo de la Calle principal, 10 de Agosto en el centro de la ciudad, siendo el contexto de las empresas generalmente familiares; además, existen asociaciones importantes que protegen e impulsan a los artesano Cotacacheño, como lo es la sociedad de artesano y AIMASAC. Complementariamente, Numbers Magazine (2018) indica que actualmente el 90% de la zona urbana del cantón dinamiza su economía gracias a la talabartería, con varios artesanos certificados que elaboran todo tipo de artículos.

El proceso de elaboración de cada pieza, tal como lo documentan Cevallos et al. (2016), es completamente artesanal y responde a una técnica refinada durante siglos: el artesano talabartero de Cotacachi domina las herramientas más eficaces de la curtiembre o tratamiento de las pieles animales, basada fundamentalmente en procesos vegetales, que comprende cronológicamente los pasos de limpieza, acopio, escurrimiento, salado, encalado, descarnado y depilado, desencalado, secado, cocido y teñido. Cada uno de estos pasos requiere años de práctica y un conocimiento que no puede transferirse con un manual, sino únicamente a través de la observación, la repetición y ejecución, lo que explica por qué la transmisión intergeneracional es la columna vertebral de este oficio.

Por lo que, los artículos de cuero de Cotacachi trascienden su dimensión comercial para convertirse en patrimonio vivo, en expresión material de una identidad construida durante siglos, y en el principal diferenciador de un pueblo que hoy enfrenta el desafío más complejo de su historia: mantenerse auténtico, viable y competitivo en un mundo globalizado, que día a día, avanza hacia la producción industrializada y masiva a un ritmo que los talleres artesanales difícilmente pueden seguir.

Figura 5

Artículos de cuero populares



Nota: Imagen generada por el autor mediante inteligencia artificial.

3. MATERIALES Y METODOS

3.1. Enfoque

Para el desarrollo la investigación sobre Influencia de la globalización en el comercio artesanal del pueblo cotacacheño, he decidido trabajar con un enfoque mixto que combine elementos cualitativos y cuantitativos. Ya que este tipo de enfoque ayuda a tener una visión completa y real de lo que están viviendo los artesanos de Cotacachi que se dedican a trabajar el cuero. Primero, la parte cualitativa me permitió entender realmente qué piensan acerca del tema general, y qué estrategias están usando los productores/comerciantes de aquí cuando se enfrentan a todo lo que implica la globalización. Segundo, el enfoque cuantitativo me ayudará a procesar y analizar información estadística relacionada con la comercialización y potencial de internacionalización de los artículos de cuero realizados artesanalmente.

3.2. Metodología

Para que el análisis sea realmente sólido, usé dos tipos de investigación: la investigación documental y la investigación de campo. Con la investigación documental revise todo tipo de fuentes que ya existen, como artículos que han escrito otros investigadores, informes de instituciones, estadísticas y bases de datos oficiales que hablan del sector artesanal y su economía local. Como dice Arias (2012), la investigación documental constituye un proceso de búsqueda, análisis e interpretación de datos secundarios previamente registrados, y esto es súper importante para que poder ubicar el estudio en el contexto correcto.

Pero también se realizó investigación de campo, que significa que estuve directamente, en la ciudad de Cotacachi hablando con los dueños de los locales, haciendo entrevistas y encuestas, a quienes que realmente están involucrados en el trabajo artesanal del cuero. Esta aproximación garantizó que los resultados sean actuales y respondan a la realidad local y reflejen fielmente las condiciones en que se desarrolla esta actividad.

3.3. Población y Muestra

La población objeto del presente estudio estuvo conformada por los artesanos, y almacenes dedicados a la producción y comercialización de artículos de cuero dentro de la ciudad de Cotacachi, una actividad, que ha definido históricamente la identidad productiva de dicha ciudad. Si bien, en estudios previos como el de Martín-Mayoral et al. (2019) ya existe una documentación, que habla de la existencia de más de 100 talleres dedicados a la talabartería o marroquinería en el cantón, así como de aproximadamente 80 almacenes especializados dentro de la ciudad, por lo que, para efectos de esta investigación se trabajó con información actualizada al año 2025 proporcionada directamente por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana

de Cotacachi (GAD Cotacachi, 2025), entidad que posee el registro oficial, verídico y actualizado, de los locales comerciales dedicados a esta actividad. Según el anexo 1, en la actualidad la ciudad de Cotacachi cuenta con un total de 87 locales comerciales formalmente establecidos, que se dedican a la venta de artículos de cuero, cifra que constituye al universo o población finita de la presente investigación, además de la verificación de campo confirmando el dato.

En el ámbito organizacional, dos asociaciones, resultan especialmente relevantes para comprender la dinámica del sector. Por una parte, la Sociedad de Artesanos de Cotacachi presidida por la señora Sandra Gavilanes, que agrupa a un número significativo de productores y constituye un referente histórico en la defensa de los intereses del gremio. Por otra parte, AIMASAC, presidida por el señor Marco Hidalgo, que reúne a artesanos con proyección comercial internacional. Ambas organizaciones, junto con la información institucional brindada por el GAD de Cotacachi, fueron fundamentales para la recolección y verificación de los datos utilizados para el presente trabajo de investigación.

Además, dado el carácter mixto de la investigación, se emplearon dos tipos de muestreo. Para el cualitativo se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia y juicio del investigador, criterio que permite seleccionar a informantes clave con conocimiento profundo y experiencia directa sobre el fenómeno estudiado (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Bajo este enfoque se realizaron entrevistas en profundidad a tres actores estratégicos del sector: en primer lugar, a la Mgs. Sandra Gavilanes, presidenta de la Sociedad de Artesanos Independientes Autónomos de Cotacachi, quien aporta una visión institucional y personal; en segundo lugar, al señor Marco Hidalgo, presidente de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos del Sector Artesanal de Cotacachi (AIMASAC), artesano con amplia trayectoria en la exportación de

productos de cuero, cuya experiencia es interesante y clave para entender los efectos directos de la globalización; y en tercer lugar, al señor Paúl Gonzales, artesano cotacacheño con varios años de experiencia sobre todo en el mercado local, cuya perspectiva permite contrastar la visión exportadora con la realidad cotidiana del desarrollo de la actividad artesanal.

3.3.1. Cálculo del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas, ampliamente utilizada en investigaciones. La fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra que se desea calcular

N = tamaño de la población o universo = 87 locales comerciales

Z = nivel de confianza (1,96 para un nivel de confianza del 95%)

p = probabilidad de éxito o proporción esperada = 0,5

q = probabilidad de fracaso = 1 – p = 0,5

e = margen de error admitido = 0,05 (5%)

Sustitución de valores en la fórmula:

$$n = \frac{87 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 \cdot (87 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{87 \cdot 3,8416 \cdot 0,25}{0,0025 \cdot 86 + 3,8416 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{83,5548}{0,2150 + 0,9604}$$

$$n = \frac{83,5548}{1,1754}$$

$$n \approx 71,08$$

Con base en el cálculo realizado, y siguiendo la práctica académica de redondear al entero superior para preservar la confianza estadística del estudio, se determinó que la muestra representativa estará conformada por 71 locales comerciales dedicados a la comercialización de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi, a los cuales se les aplicará la encuesta estructurada diseñada para esta investigación.

A continuación se presenta la matriz que relaciona los objetivos específicos de la investigación con las variables principales, sus indicadores, las técnicas e instrumentos utilizados y las fuentes de información correspondientes. Esta matriz facilita la visualización clara del proceso metodológico y asegura la alineación entre los objetivos y los métodos de recolección de datos.

3.4. Variables, indicadores y técnicas

Tabla 3

Matriz de variables, indicadores y técnicas

Objetivo Específico	Variable	Indicadores	Técnica / Instrumento	Fuente
Diagnosticar la situación actual del comercio artesanal de cuero en Cotacachi, considerando aspectos históricos, económicos y socioculturales.	Situación actual del sector artesanal de cuero	-Aspectos históricos y tradición del trabajo en cuero -Condiciones económicas (ingresos, empleo, número de empleados) -Elementos socioculturales (identidad cultural, transmisión intergeneracional de saberes)	Revisión documental Entrevista semiestructurada	Documentos oficiales (Base de datos de la Sociedad de Artesanos) Presidenta de la Sociedad de Artesanos de Cotacachi Artesano experto Talleres o locales
Identificar los principales efectos de los procesos de globalización en la producción y comercialización de los artículos de cuero cotacacheños.	Efectos de la globalización	-Apertura de mercados nacionales e internacionales -Competencia global (productos importados) -Cambios en las demandas de los consumidores -Impacto en producción y comercialización	Entrevista en profundidad Encuesta estructurada Revisión documental	Presidenta de la Sociedad de Artesanos Artesano con experiencia exportadora Artesanos y comerciantes locales Informes institucionales y estadísticas
Evaluar las estrategias de comercialización y marketing empleadas por los artesanos de Cotacachi.	Estrategias de comercialización y marketing	- Uso de canales digitales -Aprovechamiento del turismo - Participación en ferias nacionales e internacionales - Gestión de marca y precios	Encuesta estructurada	Almacenes de la ciudad de Cotacachi

Proponer lineamientos estratégicos que fortalezcan la competitividad del comercio artesanal de cuero.	Lineamientos estratégicos para la competitividad	-Estrategias de preservación cultural -Propuestas de innovación y sostenibilidad -Recomendaciones para inserción en mercados globales	de	Análisis e integración de datos cualitativos y cuantitativos	Datos recolectados de todas las técnicas anteriores
---	--	---	----	--	---

Nota: Elaboración propia

3.5. Instrumentos

Para esta investigación se diseñaron tres instrumentos que se complementan entre sí: una encuesta estructurada aplicada a los almacenes de cuero de Cotacachi, y dos entrevistas semiestructurada dirigidas, una a la presidenta del gremio y otra a dos artesanos expertos del cantón. La idea fue cruzar la mirada cuantitativa del comerciante con la voz cualitativa de quienes lideran y viven el oficio desde adentro, logrando así una visión más completa del sector.

3.5.1. Encuesta dirigida a los almacenes de artículos de cuero de Cotacachi

Objetivo: Recopilar datos sobre la situación actual del comercio artesanal de cuero, los efectos percibidos de la globalización, las estrategias de comercialización empleadas y las perspectivas de los comerciantes frente a los mercados internacionales.

La encuesta estuvo formada por veinte preguntas de opción múltiple, organizadas en cuatro bloques que responden directamente a cada objetivo específico de la investigación. El formato completo se encuentra en el Anexo 2.

3.5.2. Entrevista dirigida a la presidenta de la Sociedad de Artesanos de Cotacachi (AIAC)

Objetivo: Obtener una visión institucional y gremial sobre la situación actual del comercio artesanal de cuero en Cotacachi, los efectos de la globalización en el sector, las estrategias

colectivas de comercialización y los lineamientos estratégicos requeridos para fortalecer su competitividad, además de las nuevas tendencias de sostenibilidad que la globalización exige

La entrevista, aplicada, constó de doce preguntas abiertas. El formato semiestructurado permite seguir un guion claro y, al mismo tiempo, profundizar en los temas que la entrevistada considere relevantes desde su rol gremial. El formato completo se encuentra en el Anexo 2.

3.5.3. Entrevista dirigida a artesanos expertos del cuero de Cotacachi

Objetivo: Recopilar información cualitativa profunda sobre la situación actual del oficio artesanal del cuero en Cotacachi, los efectos de la globalización en la producción y comercialización, las estrategias de marketing empleadas y los lineamientos estratégicos para fortalecer la competitividad del sector, contrastando dos perspectivas complementarias: la del artesano con experiencia internacional y la del artesano arraigado en el mercado local.

Se aplicó la misma guía a dos informantes clave: el señor Marco Hidalgo, presidente de AIMASAC y artesano con experiencia en exportación, y el señor Paúl Gonzales, artesano de trayectoria local. El instrumento constó de doce preguntas abiertas, y su formato completo se encuentra en el Anexo 2.

3.6. Procedimiento de aplicación

El trabajo de campo se desarrolló entre finales de mayo e inicios de junio de 2026, un periodo de aproximadamente tres semanas en el que se aplicaron las tres entrevistas semiestructuradas y las setenta y un encuestas correspondientes a la muestra calculada para los locales comerciales de Cotacachi. El cronograma se planificó respetando la disponibilidad de cada uno de los actores, conscientes de que se trata de personas con jornadas laborales activas dentro de sus talleres, gremios y locales.

La primera entrevista se realizó el domingo 24 de mayo de 2026, a las 2:30 de la tarde, a la Mgs. Sandra Gavilanes, presidenta de la Sociedad de Artesanos Independientes Autónomos de Cotacachi (AIAC). Fue una conversación presencial, abierta y cercana, en la que las doce preguntas del instrumento fluyeron con naturalidad a lo largo de poco más de una hora. Con su autorización, la entrevista fue grabada en audio para no perder ningún detalle al momento de transcribirla. Esta conversación resultó muy enriquecedora, ya que permitió comprender desde dentro la visión institucional del sector, las dinámicas del gremio y las nuevas exigencias de sostenibilidad que comienzan a marcar el rumbo del comercio artesanal a nivel global.

Un día después, el lunes 25 de mayo a las 5:00 de la tarde, se aplicó la segunda entrevista al señor Marco Hidalgo, presidente de la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos del Sector Artesanal de Cotacachi (AIMASAC) y artesano con amplia trayectoria en la exportación de productos de cuero. La conversación se desarrolló dentro de su propio taller, lo cual fue un acierto enorme, porque permitió no solo escuchar su experiencia, sino verla materializada en cada pieza, cada herramienta y cada rincón del espacio donde trabaja. La entrevista se extendió cerca de una hora y veinte minutos, sobre todo por la profundidad con la que abordó los temas de exportación, barreras logísticas y estrategias para posicionar su producto en mercados internacionales. También fue grabada con su consentimiento.

Finalmente, el viernes 29 de mayo a las 6:00 de la tarde, se realizó la tercera entrevista al señor Paúl Gonzales, artesano cotacacheño enfocado principalmente en el mercado local. En su casa, justo en el horario de cierre de su local, lo que permitió conversar tranquilamente sin interrupciones de clientes. Se aplicaron las mismas doce preguntas que se hicieron a Marco Hidalgo, justamente para poder contrastar después dos miradas complementarias del mismo oficio. La conversación duró cerca de cincuenta minutos y aportó una visión muy honesta sobre el día a

día del taller, la transmisión del oficio en familia y los retos del artesano frente a la competencia importada. Al igual que en las anteriores, la entrevista fue grabada en audio con su autorización.

Concluidas las entrevistas, comenzó la fase de aplicación de las encuestas a los locales comerciales dedicados a la venta de artículos de cuero en Cotacachi. Esta etapa se llevó a cabo entre el sábado 30 de mayo y el lunes 8 de junio de 2026, durante diez días que permitieron cubrir la muestra de setenta y un locales calculada a partir del universo de ochenta y siete establecimientos registrados oficialmente por el GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi. El cuestionario, con sus veinte preguntas, se diseñó en Google Forms para facilitar tanto la aplicación en campo como el análisis posterior de los datos.

La metodología combinó la visita presencial y digital con el uso de herramientas digitales, una fórmula que resultó muy efectiva. Recorrí las principales calles comerciales de la ciudad, con especial concentración en la 10 de Agosto, que es donde se ubica la mayor cantidad de locales del sector. En cada negocio expliqué personalmente a los propietarios o encargados el propósito académico del estudio, les pedimos su colaboración voluntaria y les compartimos el enlace de la encuesta por WhatsApp, lo que les permitió responder desde su propio celular, de forma ágil y confidencial. Esta combinación entre el trato cercano y el formato digital generó confianza y, sobre todo, una muy buena tasa de respuestas.

Durante todo el trabajo de campo se mantuvo una actitud respetuosa frente a los tiempos y dinámicas de cada participante, evitando interrumpir su jornada y procurando siempre los momentos más oportunos para cada acercamiento. Este cuidado fue clave para lograr la apertura voluntaria de los actores del sector y para obtener información honesta y confiable, algo que sin duda fortalece la calidad de los resultados que se presentan en el presente trabajo de investigación.

3.7. Análisis de datos de los instrumentos aplicados.

3.7.1. Análisis de las Encuestas

Tabla 4

Análisis de la aplicación de encuestas a los almacenes en la ciudad de Cotacachi

Pregunta	Análisis	Anexo
¿Cuántos años lleva su negocio dedicado a la producción y/o comercialización de artículos de cuero en Cotacachi?	El 49,3% de los locales encuestados cuenta con una trayectoria comercial considerablemente establecida, ubicándose en un rango de entre diez y veinticinco años de operación. Este dato evidencia que el comercio artesanal del cuero en Cotacachi es una actividad consolidada, con negocios que han logrado mantenerse vigentes con el pasar del tiempo. Un grupo importante que representa el 19,7% supera incluso los veinticinco años, lo que refleja la profunda raíz histórica del oficio en el cantón, mientras que el 31,0% restante con menos de diez años de operación confirma una renovación generacional saludable y necesaria como en todo sector. Esta combinación entre experiencia acumulada y nuevas incorporaciones favorece la continuidad del oficio y constituye una base sólida para los procesos de internacionalización analizados en la presente investigación.	Anexo 3

¿De qué manera adquirió los conocimientos del oficio artesanal del cuero?	El 66,2% de los encuestados aprendió el oficio por tradición familiar, transmitido directamente de padres y abuelos. Este hallazgo confirma que la transmisión intergeneracional sigue siendo el principal mecanismo de preservación del saber artesanal en Cotacachi, lo que refuerza su valor como patrimonio cultural vivo de Cotacachi. Una proporción del 29,6% accedió al oficio de forma autodidacta, mientras que apenas un 4,2% lo hizo mediante capacitación formal o institutos técnicos. Esta debilidad en la institucionalización del aprendizaje representa un riesgo importante para la continuidad del oficio a largo plazo, especialmente frente a las nuevas exigencias del mercado globalizado que son más teóricas y técnicas, además de ser más exigentes, cosas que no siempre se aprenden en la transmisión de generación en generación.	Anexo 4
¿Cuántas personas trabajan de manera permanente en su negocio actualmente?	El patrón que se repite en esta pregunta es que el 74,6% de los locales funciona con una o dos personas, dato que confirma el carácter familiar y microempresarial que caracteriza al sector artesanal del cuero en Cotacachi. Un grupo del 23,9% opera	Anexo 5

con equipos de tres a cinco trabajadores, y apenas el 1,4% supera las cinco personas. Esta estructura productiva refleja una realidad arraigada en la tradición del cantón, donde la unidad básica de producción sigue siendo el taller familiar; sin embargo, también revela limitaciones para escalar la producción de manera significativa, lo que constituye un desafío al momento de pensar en mercados internacionales más demandantes en el aspecto de cantidades.

¿Cuál es el ingreso mensual promedio que genera su negocio por la venta de artículos de cuero?	El 62,0% de los encuestados reporta ingresos mensuales superiores a los \$3.000 USD, lo que demuestra que el oficio artesanal del cuero sigue siendo económicamente rentable y sostenible en Cotacachi. Un grupo considerable del 35,2% se ubica en el rango intermedio de \$1.000 a \$3.000 USD mensuales, mientras que solo un 2,8% se encuentra por debajo de los \$1.000 USD. Estos resultados confirman que esta actividad no es fugaz dentro de la economía local, sino que representa una fuente real y significativa de ingresos para muchas familias cotacacheñas, y de importancia para la economía de la ciudad.	Anexo 6
--	--	---------

¿Hacia mercados principalmente dirigida comercialización de sus productos?	qué	Un contundente 85,9% de los encuestados destaca que sus productos se comercializan tanto en el mercado nacional como en el internacional, dato que evidencia una clara vocación y disposición a la apertura comercial del sector. Solo el 7,0% se enfoca exclusivamente en el mercado nacional y otro 7,0% únicamente en el internacional, lo que demuestra que la mayoría de los artesanos ha buscado diversificar sus canales de venta para no depender de un único segmento. Este hallazgo evidencia que la globalización ya forma parte de la dinámica cotidiana del sector y respalda la viabilidad de futuras propuestas estratégicas orientadas a fortalecer su presencia internacional.	Anexo 7
¿Cómo impactado competencia productos importados (principalmente asiáticos colombianos) sus ventas durante	ha la de de y en	En esta pregunta existió una sorpresiva división con porcentajes similares, predominando con un 50,7% que la competencia de productos importados ha tenido un impacto moderado en sus ventas, aunque han logrado mantener su actividad comercial pese a la presencia de estos productos mencionados. Sin embargo, una proporción significativa del 45,1% reporta un impacto alto con disminución importante de sus ventas, y solo un 4,2% afirma no haberse visto	Anexo 8

los últimos cinco años? afectado. Estos resultados confirman que la competencia globalizada es uno de los principales desafíos, debido a los bajos costos de los productos mencionados.

Del total de sus ingresos por ventas de artículos de cuero, ¿qué porcentaje corresponde a clientes extranjeros?	El 64,8% de los encuestados afirma que entre el cuarenta y el sesenta por ciento de sus ingresos provienen de clientes extranjeros, y un grupo adicional del 12,7% reporta porcentajes aún mayores (60-80%), mientras que un 22,5% se ubica en el rango del 20 al 40%. Estos datos evidencian el peso fundamental que tiene el turismo internacional en la sostenibilidad económica del sector artesanal de Cotacachi. Esta dependencia confirma que el cliente extranjero no es un segmento marginal, sino un pilar esencial del negocio del Artesano Cotacacheño.	Anexo 9
---	---	---------

¿Cuáles son actualmente las principales preferencias de sus clientes al adquirir productos de cuero?	La respuesta más mencionada por los encuestados con un 93,0% es que la calidad y durabilidad del producto constituye la principal preferencia de los clientes, seguida por el precio accesible con un 67,6% y por las propuestas que combinan tradición y modernidad con un 39,4%. Los diseños puramente tradicionales alcanzan el 31,0% y los exclusivamente modernos el 26,8%. Estos resultados son	Anexo 10
--	---	----------

particularmente reveladores porque demuestran que el consumidor actual valora ante todo la calidad artesanal, pero también busca productos que dialoguen con las tendencias contemporáneas, lo que abre una oportunidad clara para los artesanos que sepan equilibrar identidad cultural e innovación en sus diseños.

En su opinión, ¿la globalización ha resultado más beneficiosa o más perjudicial para el comercio artesanal de cuero en Cotacachi?	Un sólido 78,9% de los encuestados considera que la globalización ha resultado beneficiosa para el comercio artesanal del cuero en Cotacachi, al abrir nuevos mercados y oportunidades, mientras que el 21,1% restante la percibe como un fenómeno equilibrado con ventajas y desventajas en proporciones similares. Llama poderosamente la atención que ninguno de los encuestados (0%) haya calificado a la globalización como perjudicial. Este dato revela una visión optimista y pragmática del sector frente a este proceso, lo cual es coherente con la apertura comercial ya identificada en preguntas anteriores.	Anexo 11
---	--	----------

¿Actualmente exporta sus artículos de cuero?	A pesar de la apertura comercial que el sector ha demostrado en preguntas anteriores, el 78,9% de los locales encuestados no exporta actualmente sus	Anexo 12
--	--	----------

productos, mientras que solo el 21,1% afirma estar exportando ya. Esta marcada brecha entre el potencial exportador del sector y su realidad efectiva pone en evidencia las limitaciones logísticas, financieras y de capacitación que enfrentan los artesanos cotacacheños para concretar el salto al mercado internacional. Este hallazgo constituye uno de los más relevantes de la investigación.

¿Qué redes sociales o plataformas digitales utiliza para promocionar y vender sus productos?	Un contundente 93,0% de los encuestados utiliza WhatsApp como herramienta digital para promocionar y vender sus productos, seguida por Facebook con un 57,7% e Instagram con un 35,2%. TikTok aparece con un uso menor pero creciente del 14,1%, mientras que solo el 1,4% no utiliza ninguna plataforma digital. Este hallazgo evidencia que el sector ha incorporado las herramientas tecnológicas en su gestión comercial cotidiana en el aspecto comunicativo con clientes ya establecidos, aunque la preferencia clara es por WhatsApp.	Anexo 13
--	--	----------

¿Qué porcentaje aproximado de sus ventas mensuales proviene de la venta	El 66,2% de los encuestados reporta que las ventas a través de plataformas digitales representan menos del treinta por ciento de sus ingresos mensuales, lo que confirma que la venta presencial sigue siendo el	Anexo 14
---	--	----------

a través de canal principal del sector. Un grupo del 32,4% plataformas reporta un porcentaje intermedio del 30 al 60% de digitales? venta digital, y solo el 1,4% supera ese umbral. Aunque la presencia digital ya forma parte del sector, estos datos revelan que aún existe un amplio margen para potenciar el comercio electrónico como vía complementaria de crecimiento, especialmente para alcanzar a clientes nacionales e internacionales que no visitan físicamente Cotacachi.

¿Su negocio cuenta con elementos de marca propia (logotipo, etiqueta distintiva, empaque personalizado, marca registrada)?	Entre los encuestados se observa una división casi equivalente: el 49,3% cuenta con algunos elementos visuales como logotipo o etiqueta pero sin registro formal, y el 47,9% posee una marca registrada con elementos visuales completos. Solo un 2,8% no posee ningún elemento de identidad de marca. Este resultado demuestra que la conciencia sobre la importancia de la marca está prácticamente generalizada en el sector (97,2%), aunque persiste una brecha considerable en la formalización legal de los registros, lo que limita la protección de los productos cotacacheños y su capacidad de proyección internacional con respaldo jurídico.	Anexo 15
---	---	-----------------

¿De qué manera establece los precios de venta de sus productos de cuero?	El 74,6% de los encuestados establece sus precios considerando costos de producción, margen de utilidad y valor artesanal, criterio que refleja un manejo técnico y profesional de la gestión comercial. Un grupo del 23,9% toma como referencia los precios de la competencia local, mientras que apenas el 1,4% ajusta los precios según la disposición de pago del cliente. Estos hallazgos demuestran una madurez creciente del sector en la fijación de precios y revelan que los artesanos cotacacheños ya valoran su propio trabajo dentro de la ecuación comercial.	Anexo 16
¿Qué tipo de apoyo considera más urgente para fortalecer la competitividad de su negocio frente a la globalización?	Entre los encuestados, la respuesta predominante con un 56,3% fue que el apoyo más urgente para fortalecer la competitividad de su negocio es la capacitación en marketing digital, comercio exterior y exportaciones. Un grupo del 33,8% también identifica el acceso a créditos y financiamiento como una necesidad importante, mientras que las políticas públicas y el respaldo gubernamental aparecen de manera escasa con apenas un 8,5%, y un 1,4% considera necesarias todas las opciones. Este dato es revelador, ya que constata que el sector no demanda principalmente recursos económicos sino	Anexo 17

	conocimiento técnico aplicado, lo que abre una clara oportunidad para diseñar programas de formación especializada en nuevas tecnologías y herramientas de marketing.	
¿Estaría dispuesto a incorporar innovaciones (nuevos diseños, materiales sostenibles, certificaciones de calidad sin abandonar las técnicas artesanales tradicionales?)	El 71,8% de quienes formaron parte de la encuesta precisa que están totalmente dispuestos a incorporar innovaciones como nuevos diseños, materiales sostenibles o certificaciones de calidad sin abandonar las técnicas artesanales tradicionales, mientras que un 16,9% acepta cambios moderados y solo el 11,3% prefiere mantener exclusivamente las técnicas tradicionales de manera estricta. En conjunto, el 88,7% del sector se muestra abierto al cambio. Este resultado demuestra que el sector posee una mentalidad altamente adaptativa y abierta al cambio, lo que constituye un terreno extraordinariamente fértil para la modernización del oficio sin sacrificar su esencia artesanal.	Anexo 18
¿Forma parte de algún gremio, asociación o red colaborativa de artesanos?	Los encuestados en su gran mayoría con un 66,2% pertenecen a algún gremio, asociación o red colaborativa de artesanos, principalmente a la Sociedad de Artesanos de Cotacachi y a la Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos	Anexo 19

del Sector Artesanal de Cotacachi (AIMASAC), mientras que el 33,8% restante trabaja de manera independiente. Esta elevada tasa de asociatividad confirma el peso institucional del sector y demuestra que la organización gremial es una vía aceptada por los artesanos cotacacheños para enfrentar colectivamente los retos del mercado globalizado y la toma de decisiones, así como presentar inquietudes, ya que se realizan reuniones de manera mensual o trimestral, dependiendo de si existe novedades en temas competentes dentro del sector.

¿Cuál estrategia considera más efectiva para insertar productos cotacacheños en mercados internacionales?	El 80,3% de los encuestados considera que todas las estrategias planteadas son efectivas para insertar los productos cotacacheños en mercados internacionales, incluyendo las certificaciones de origen, las plataformas digitales y las alianzas con exportadores. Solo el 9,9% se inclina exclusivamente por las plataformas digitales, el 7,0% por las alianzas con intermediarios, y un 2,8% por las certificaciones de origen y calidad. Este resultado revela una decisión integral del sector frente al desafío de la internacionalización, donde no se descarta ningún camino posible, lo que facilita	Anexo 20
---	--	----------

	enormemente la implementación de estrategias combinadas sin dejar de lado ninguna, ya que son altamente importantes aplicadas en conjunto.	
¿Ha diseñado algún plan de marketing enfocado en sus productos o servicios?	La respuesta predominante, y al mismo tiempo la más preocupante de toda la encuesta, es que el 93,0% de los encuestados reconoce no haber diseñado ni aplicado un plan de marketing formal para su negocio, mientras que solo el 7,0% afirma contar con uno definido. Esta debilidad estructural es probablemente la más relevante del sector, ya que evidencia que, a pesar de utilizar redes sociales y contar con una identidad mayoritariamente definida, los negocios operan sin una planificación estratégica clara, lo que limita significativamente su crecimiento, su competitividad y sus posibilidades reales de internacionalización.	Anexo 21
¿Tiene previsto incursionar en mercados internacionales durante los próximos cinco años?	El 71,8% de los encuestados tiene previsto incursionar en mercados internacionales durante los próximos cinco años, mientras que el 28,2% restante no lo contempla en su futuro. Las motivaciones expresadas destacan la búsqueda de mayor reconocimiento para los productos cotacacheños, la valorización justa que reciben en el extranjero y el	Anexo 22

deseo de ampliar sus ingresos y consolidar su marca a nivel internacional. Este dato refuerza que el sector tiene una clara proyección hacia la internacionalización, pero también pone en evidencia la urgencia de brindar acompañamiento técnico y estratégico para que esta intención se traduzca en exportaciones efectivas.

Nota: Elaboración propia

3.7.2. Entrevista dirigida a la Presidenta de la Sociedad de Artesanos de Cotacachi

Tabla 5

Resultados de la entrevista a la Magister Sandra Gavilanes

Pregunta	Respuesta
1. Desde su rol como presidenta de la Sociedad de Artesanos, ¿cómo describiría la situación actual del comercio artesanal de cuero en Cotacachi en comparación con décadas anteriores?	La Mgs. Sandra Gavilanes manifestó que a partir de la dolarización del año 2000 el comercio artesanal del cuero en Cotacachi experimentó una caída importante. Recordó que en décadas anteriores el sector mantenía un nivel muy alto de ventas, especialmente con Colombia, registrando temporadas en las que se trabajaba al por mayor y se generaban grandes beneficios económicos para la ciudad. Indicó que, si bien actualmente existe cierta desaceleración vinculada a la situación internacional, los artesanos cotacacheños

	siguen trabajando, continúan recibiendo visitantes de varias ciudades del país y no han dejado de avanzar a pesar de las circunstancias adversas del contexto global.
2. ¿Qué peso económico y social considera que tiene este sector dentro del cantón y de la ciudad?	Señaló que el sector artesanal del cuero tiene un peso económico y social muy amplio dentro del cantón, especialmente en la parte central de la ciudad, donde estimó que más del setenta por ciento de la población se dedica a la fabricación, comercialización y producción artesanal de artículos de cuero. Destacó además el rol fundamental que cumple el colegio tecnológico de Cotacachi, dado que sus estudiantes egresan formados como tecnólogos en el oficio, lo que ha contribuido a fortalecer la rama del cuero en aspectos clave como el diseño, la calidad, los acabados y la competitividad del producto en el mercado.
3. ¿Qué tan vigente sigue siendo la transmisión intergeneracional del oficio del cuero en Cotacachi y qué papel cumple la Sociedad para preservarla como parte del patrimonio cultural local?	Explicó que la artesanía del cuero en sus inicios era totalmente manual, sin presencia de maquinaria ni tecnología, y que su producto más representativo era el monedero conocido como "chauchera", el cual la gente adquiría para colocarlo en el chaleco de los ternos como un elemento sofisticado de la época. Manifestó que esa forma de producción manual prácticamente ha desaparecido en un ochenta por ciento, dado que

actualmente el oficio se ha tecnificado e incorporado maquinaria especializada que ha permitido modernizar los procesos. Destacó que, gracias a la formación técnica que se imparte en el cantón, existe personal preparado en la rama, lo cual asegura cierto nivel de continuidad del oficio aunque su forma original haya cambiado de manera sustancial.

4. ¿De qué manera ha impactado la entrada masiva de productos importados, en la dinámica comercial de los artesanos asociados durante los últimos años?

Indicó que los artesanos cotacacheños trabajan con materias primas provenientes de distintas ciudades y países, dependiendo en gran medida de las tendencias y la moda del momento. Mencionó que habitualmente se manejan cueros colombianos, y que durante un periodo importante ingresaron cantidades significativas de cuero italiano, además de cueros provenientes de Cuenca y Ambato. Señaló que en Cotacachi no existen curtimbres locales, razón por la cual la cadena productiva de Cotacachi, se concentra principalmente en el diseño, la fabricación y la comercialización del producto terminado.

5. Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido las principales oportunidades que la globalización ha

Reconoció con franqueza que la apertura del sector hacia mercados internacionales sigue siendo limitada en Cotacachi, ya que hace falta establecer relaciones, contar con instituciones u organismos que apoyen al

abierto para los artesanos sector y acceder a procesos de capacitación que
cotacacheños, permitan abastecer mercados más amplios. Explicó que
particularmente en términos la mayoría de los talleres son pequeños y, por su
de visibilidad internacional y capacidad productiva, solo logran abastecer mercados
acceso a nuevos mercados? locales y nacionales. Manifestó que estas debilidades
podrían superarse si los artesanos se unieran de manera
más sólida, lo que les permitiría sobresalir y proyectarse
de mejor forma en el contexto globalizado.

6. ¿Ha notado cambios Manifestó que el mercado internacional se inclina
significativos en los gustos, principalmente hacia productos de línea artesanal,
preferencias o exigencias de natural, con cueros sin brillo y acabados lo más
los consumidores nacionales auténticos posible. En contraste, el mercado local
e internacionales en los demanda productos más ligados a la moda, con brillo,
últimos años, y cómo ha otros tipos de acabados y diseños llamativos. Señaló
respondido el sector a esos que los artesanos cotacacheños han sabido cubrir ambas
cambios? líneas de preferencias y tendencias, esforzándose por
satisfacer todas las necesidades del mercado bajo el
principio de ofrecer "toda línea para todo bolsillo y toda
calidad", lo que demuestra una notable capacidad de
adaptación frente a las exigencias cambiantes de los
consumidores.

7. ¿Qué estrategias Recordó que hace aproximadamente treinta años
colectivas de existían reuniones y congresos artesanales a nivel

comercialización ha nacional, en los cuales participaban activamente impulsado la Sociedad de artesanos de las provincias del Azuay e Imbabura, Artesanos para fortalecer la consideradas históricamente las más artesanales del presencia de los productos país, donde se desarrollaban dinámicas de comercio e de cuero cotacacheños en el intercambio. Sin embargo, con el paso del tiempo se mercado nacional e generó cierto individualismo y cada artesano comenzó internacional? a manejar su propio taller y comercio de forma aislada.

Indicó que en los últimos años la Sociedad ha impulsado ferias artesanales, aunque reconoció que aún se requiere apoyo externo en aspectos como la difusión, la promoción y la capacitación, motivo por el cual actualmente están impulsando convenios con instituciones académicas para fortalecer al sector y abrir nuevas perspectivas en el sistema de comercialización y aprendizaje.

8. ¿Considera importante la participación de los artesanos asociados en ferias nacionales e internacionales? Manifestó que la participación de los artesanos en ferias nacionales e internacionales es muy importante, no solo por el beneficio individual que pueda obtener cada artesano, sino porque permite dar a conocer al cantón y a la provincia. Destacó que la promoción de Cotacachi a través de estos espacios genera una riqueza colectiva que se traduce en beneficio para todos los productores

	del sector, fortaleciendo así la identidad territorial del producto cotacacheño.
9. ¿Cómo evalúa el nivel de adopción de herramientas digitales (redes sociales, comercio electrónico, marketing digital) entre los artesanos del cantón, y qué iniciativas ha promovido la Sociedad al respecto?	Reconoció que el nivel de adopción de herramientas digitales entre los artesanos del cantón es bajo, estimando que menos del 30 por ciento utiliza redes de comercialización digital, lo cual representa una desventaja significativa en un mercado cada vez más competitivo. Señaló que la Sociedad aún no ha impulsado iniciativas específicas en este ámbito, y que se requiere una capacitación más profunda partiendo de una línea base o diagnóstico que permita conocer el estado real del mercado y enfocar acciones a la realidad concreta del cantón. Mencionó como alternativa la posibilidad de contar con un centro que se encargue de la difusión en medios digitales, financiado de manera colectiva, donde varios artesanos puedan unirse para cubrir la demanda y compartir costos de manera eficiente.
10. Frente al crecimiento de la demanda de productos ecológicos y sostenibles, ¿qué oportunidades y desafíos identifica en la	Explicó que el concepto de sostenibilidad implica proteger lo actual y, a la vez, resguardar a las generaciones futuras, y dentro de esa lógica destacó que el cuero posee una vida útil muy larga, lo que lo convierte en un material naturalmente sostenible.

implementación de cuero Indicó que actualmente se aprovecha prácticamente la orgánico o procesos de totalidad del material, eliminando los desperdicios que producción más amigables antes se generaban, transformando incluso los retazos con el medio ambiente pequeños en productos terminados como monederos. dentro del sector artesanal de En cuanto al cuero ecológico, mencionó que se trata de Cotacachi? un proceso productivo que reemplaza los químicos por

taninos vegetales, lo que otorga al material mayor duración, aunque advirtió que su uso es selectivo y depende del tipo de artículo, siendo más adecuado para piezas como maletines y carteras, manteniendo siempre una marcada tendencia hacia lo artesanal.

11. ¿Cuáles considera que serán las principales tendencias futuras del mercado artesanal del cuero y qué estrategias deberían adoptarse en Cotacachi para responder a las exigencias internacionales relacionadas con los ODS? Compartió que recientemente se habían desarrollado ponencias sobre diseño, en las cuales se enfatizó la importancia de lanzar una marca con enfoque de desarrollo sostenible, particularmente considerando que Cotacachi es reconocido como Pueblo Mágico y posee reservas naturales que lo proyectan como una ciudad sostenible. Destacó que este enfoque también contribuye a la mitigación del cambio climático y abre la posibilidad de implementar la economía circular, que consiste en el aprovechamiento integral de cada residuo y de cada fragmento de cuero. Concluyó que estos componentes contribuyen al desarrollo sostenible,

	integrándose con el diseño, la moda y las necesidades del cliente, fortaleciendo así el carácter comunitario y la identidad cultural del sector.
12. Mirando los próximos cinco a diez años, ¿qué lineamientos estratégicos considera indispensables para garantizar la continuidad del oficio artesanal del cuero en Cotacachi frente a los retos de la globalización?	Manifestó que actualmente se observa un cambio profundo a nivel de toda la industria y del consumidor, donde cada vez se habla más de consumo responsable y producción sostenible. Indicó que la calidad del cuero se enmarca perfectamente en esta tendencia, ya que un artículo auténtico tiene un tiempo de vida útil muy prolongado, por lo que el sector debería posicionarse vendiendo un producto con garantía y durabilidad. Recordó que esta perspectiva está respaldada por normativas internacionales como la de economía circular publicada en 2024 y la norma ISO 14001 enfocada en cambio climático y desarrollo sostenible. Concluyó que las normativas internacionales promoverán el mantenimiento del oficio y que, en definitiva, ve un futuro muy prometedor para el sector artesanal del cuero en Cotacachi.

Nota: Elaboración propia con base en la entrevista realizada

3.7.3. Entrevista al Presidente de Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos Santa

Ana de Cotacachi (AIMASAC)

La entrevista se aplicó de manera presencial, en el taller del entrevistado en la ciudad de Cotacachi, lo que permitió obtener no solo una visión profunda del oficio artesanal del cuero desde la experiencia de un artesano con trayectoria exportadora y con un cargo importante dentro de su gremio, sino también observar de manera directa el entorno productivo de la Tenería San Marcos. A continuación se presentan los resultados obtenidos en cada una de las doce preguntas aplicadas.

Tabla 6

Resultados de la entrevista al Sr. Marco Hidalgo

Pregunta	Respuestas
1. ¿Cómo se inició usted en el oficio artesanal del cuero y qué significado personal, familiar y cultural tiene esta actividad en su vida?	El Sr. Marco Hidalgo manifestó que proviene originalmente de un pequeño pueblo y que llegó a la ciudad de Cotacachi a los diecisiete años en lo que inicialmente sería una visita corta, pero terminó quedándose hasta la actualidad. Indicó que desde entonces ha desarrollado el oficio artesanal del cuero como una actividad de carácter familiar a través de la Tenería San Marcos, negocio del cual es propietario. Expresó además un profundo sentimiento de gratitud hacia la ciudad de Cotacachi, a la que reconoce como una tierra que le ha brindado muchísimas oportunidades a nivel personal, familiar y económico a lo largo de los años, lo que refleja un fuerte arraigo emocional con la ciudad y con el oficio artesanal del cuero.

2. Desde su experiencia trabajando en Cotacachi, ¿qué transformaciones significativas ha vivido el sector artesanal del cuero a lo largo de los años en términos económicos, sociales y culturales?

Recordó que durante los primeros años de su llegada a Cotacachi, gran parte de la población local emigraba hacia países como España y Venezuela en busca de mejores oportunidades, mientras que él, en cambio, identificó en la ciudad un potencial que muchos cotacacheños no estaban aprovechando en aquel momento. Indicó que con el paso del tiempo aquellas personas que habían emigrado han retornado a su ciudad de origen, y que el sector artesanal del cuero ha logrado mantenerse y consolidarse, posicionando a Cotacachi como un referente reconocido a nivel mundial, tanto por su oferta artesanal como por la gastronomía y la famosa laguna de Cuicocha característica de la provincia de Imbabura. Esta transformación refleja un cambio cultural y económico positivo, en el cual el sector ha sabido sostener y proyectar su identidad pese a los desafíos migratorios y globales que se vivieron en décadas anteriores.

3. ¿Cuáles considera que son las fortalezas únicas que diferencian al artesano cotacacheño frente a productores de otras regiones del Ecuador y del mundo, y

Señaló que en décadas anteriores los referentes internacionales en el sector del cuero eran países como Italia y España, mientras que en la actualidad los artesanos cotacacheños han alcanzado un nivel competitivo equiparable al de esos países, al punto de que varios ya exportan sus productos al exterior. Destacó que, aunque la ciudad de Ambato concentra las principales curtimbres del

cuáles son las principales debilidades del sector hoy en día?	país, donde se procesa la materia prima, Cotacachi se ha posicionado como líder indiscutible en el diseño, acabado y calidad de dichos productos, diferenciándolo de otros artesanos nacionales e internacionales. Además resalto que como debilidades es que el artesano Cotacacheño a veces no está preparado para asumir riesgos ya que han pasado malas experiencias en el proceso de querer expandirse a otros mercados, otro punto de desventaja es la producción masiva, si bien destacó que los artesanos Cotacacheños son difíciles de copiar ya que todos tienen creatividad, tienen un limitado número de producción debido al carácter artesanal de la actividad.
4. ¿Cómo ha impactado a su negocio y al sector en general la llegada de productos similares fabricados industrialmente, especialmente los provenientes del exterior, vendidos a precios mucho más bajos?	Reflexionó que, aunque en ocasiones el consumidor se inclina por adquirir productos económicos provenientes de la industria masiva, en última instancia la calidad siempre tiene un costo justo y se impone con el paso del tiempo. Destacó que el sector artesanal de Cotacachi se diferencia precisamente por la calidad de sus productos y por la magnitud de los materiales empleados en su elaboración, factores que han sido determinantes para sostener el éxito del sector frente a la competencia industrial de bajo costo. En su criterio, esta apuesta por la calidad ha permitido que el producto Cotacacheño se mantenga como una opción

preferida pese a la presencia de alternativas más baratas en el mercado global y el mercado Cotacacheño.

5. ¿Qué oportunidades concretas le ha abierto la globalización a usted y a otros artesanos del cantón, ya sea a través del turismo, las exportaciones, el acceso a nuevas tecnologías o la apertura de mercados?

Indicó que, si bien la tecnología juega un papel cada vez más relevante en el sector debido a que día a día con un solo click el cliente puede conectar con los locales de Cotacachi, otros artesanos del cantón, ya sea a través del turismo, las exportaciones, el acceso a nuevas tecnologías o la apertura de mercados? informarse de lo que ofrecen y visualizar los productos. La principal oportunidad que ha abierto la globalización para Cotacachi es la afluencia turística, dado que el visitante extranjero desea experimentar directamente la ciudad y conocerla de primera mano. Destacó que las dos grandes fortalezas que atraen al turismo internacional son la artesanía del cuero y la Laguna de Cuicocha, a las cuales considera las dos potencias del cantón. Manifestó que Cotacachi posee un reconocimiento muy bien posicionado a nivel internacional, lo cual ha sido confirmado por viajeros que han visitado el cantón y que reconocen el renombre global que la ciudad ha alcanzado fuera del país. Con respecto a las exportaciones reconoce que si bien hoy en día exporta a Colombia y otros países vecinos, él ha disminuido esta actividad, sin embargo destacó que todos deberían experimentar y exportar los productos, así poniendo cada vez el nombre de Ecuador y Cotacachi en lo más alto.

6. ¿Ha notado cambios en los gustos, exigencias y preferencias de los consumidores, tanto locales como nacionales o internacionales, en los últimos años, y cómo ha adaptado su producción para responder a esos cambios?

Manifestó que los cambios en las preferencias de los consumidores exigen un esfuerzo constante de perfeccionamiento por parte del artesano, ya que no basta con elaborar productos de buena calidad, sino que también es necesario investigar nuevos modelos, diseñar propuestas innovadoras y crear permanentemente desde la creatividad propia. Destacó que esta capacidad de inventar y de generar modelos originales es precisamente lo que define al artesano cotacacheño, ya que su esencia radica en ser creador de sus propios diseños, lo cual le permite adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado nacional e internacional sin perder su identidad.

7. ¿Qué canales de comercialización (ventas en local, ferias locales, ferias internacionales, redes sociales, plataformas digitales, alianzas con distribuidores o intermediarios) le han resultado más efectivos?

Reconoció con franqueza que su negocio, la Tenería San Marcos, así como otros locales de carácter familiar, prácticamente no aplican estrategias formales de marketing para promocionar sus productos. Indicó que su enfoque principal se centra en el trabajo intensivo dentro del taller, dedicando entre doce, catorce y hasta dieciséis horas diarias a la elaboración e innovación de la mercadería, bajo la convicción de que la calidad del producto y el esfuerzo constante son los principales factores que potencian sus ventas. Esta declaración evidencia un modelo de negocio anclado en la producción artesanal y en el reconocimiento

para llegar a sus ganado por trayectoria, más que en estrategias publicitarias clientes? formales.

8. ¿Qué papel juegan Manifestó que en la Tenería San Marcos las herramientas actualmente el digitales son manejadas principalmente por las nuevas marketing digital, las generaciones, particularmente por sus hijos, quienes ya redes sociales y el están plenamente familiarizados con la tecnología y las comercio electrónico en redes sociales. Indicó que, por su parte, él y los artesanos de su negocio, y qué tan su generación cuentan con alrededor de treinta y cinco años dispuesto está a de trayectoria en el oficio y han construido a lo largo del profundizar en estas tiempo una clientela leal que prácticamente los busca herramientas? directamente, sin necesidad de recurrir a medios digitales para atraer compradores. Esta respuesta refleja una clara división generacional en el manejo del marketing digital dentro del sector, donde la transición hacia lo tecnológico se está dando principalmente a través del relevo familiar.

9. ¿Qué tan relevantes Consideró que las capacitaciones en herramientas considera que son las tecnológicas son muy importantes para el fortalecimiento capacitaciones, del sector, especialmente en un contexto donde una parte específicamente en significativa de las compras se realiza a través de internet. herramientas Reconoció que los artesanos con mayor trayectoria, como tecnológicas, para el él, no se han incorporado activamente a esta dinámica digital, pero destacó que la nueva generación, que ha

fortalecimiento en el recibido el legado y la formación impartida por los artesanos sector? veteranos a través de las escuelas y talleres familiares, está incorporando progresivamente la tecnología al oficio, lo cual considera una evolución muy positiva para el futuro del sector. Esta visión deja en claro que existe conciencia plena sobre la importancia de la transformación digital, aunque su implementación recae principalmente en los más jóvenes. Como dato extra añadió que la pandemia reflejó lo importante de sumarse a estas nuevas tecnologías ya que desde ese punto en todo el mundo se reforzó las ventas digitales y el marketing en general.

10. ¿Qué barreras concretas considera que limitan el crecimiento de los artesanos cotacacheños frente a la competencia global? Expresó una opinión muy particular y reveladora al señalar que la principal barrera del sector no es la competencia externa, sino la falta de innovación interna por parte de los propios artesanos cotacacheños. Manifestó que cuando los productores no innovan en sus diseños y se quedan estancados, las ventas naturalmente disminuyen, y muchos atribuyen erróneamente esta situación a una supuesta caída del turismo. Destacó que la verdadera solución radica en trabajar más horas, dedicar mayor tiempo al diseño, incorporar más colores y variedades de cuero, y mantener una actitud creativa permanente, ya que el cliente continúa llegando a Cotacachi. Concluyó que, con o sin apoyo del

municipio, el sector del cuero en Cotacachi sigue avanzando por la fuerza propia de sus artesanos, lo cual refleja una notable autonomía y resiliencia gremial.

11. ¿Cree que la Manifestó que su forma de trabajo es fundamentalmente asociatividad entre independiente, ya que valora la autonomía en la gestión de artesanos (cooperativas, su taller y de su negocio. Sin embargo, indicó que esa gremios, redes independencia no excluye la participación activa en colaborativas) es una asociaciones gremiales, donde su rol consiste en aportar, estrategia clave para colaborar y compartir el conocimiento acumulado a lo largo enfrentar los retos de los años con otros artesanos que están comenzando o que actuales, o prefiere el requieren orientación. Destacó que actualmente cumple trabajo independiente, y labores de asesoramiento en distintos espacios del sector por qué? como parte de su rol en AIMASAC, lo cual demuestra un equilibrio entre la libertad del trabajo individual y el compromiso colectivo con el fortalecimiento del gremio artesanal del cuero en Cotacachi.

12. Mirando los Indicó que la estrategia central para el futuro del sector próximos cinco a diez consiste en mejorar progresivamente la calidad del cuero años, ¿qué lineamientos utilizado en la fabricación de los productos. Recordó que o estrategias concretas hace una o dos décadas el cuero disponible era de una considera textura más rígida, mientras que actualmente, gracias al indispensables para que avance tecnológico aplicado al curtido, se ha logrado el oficio artesanal del obtener una materia prima de mayor calidad. Esta visión

cuero en Cotacachi confirma que la apuesta del sector hacia el futuro pasa por sobrevivir, se fortalezca la excelencia material como factor diferenciador frente a la globalización. Además destacó que todos deben cada vez y se inserte de manera sostenible en un adaptarse a la visión global y exportar sin miedo, ya que sin mercado globalizado, asumir riesgos jamás se podrá avanzar, manifestó que deben sin perder su identidad abrir la mente y dejar el tabo de lado acerca de que no cultural? somos capaces los cotacacheños de llegar a mas lugares, e invitó a que todos poco a poco deben actualizarse sin dejar de lado el ámbito artesanal ni la identidad.

Nota: Elaboración propia con base en la entrevista realizada

3.7.4. Entrevista dirigida al Artesano local Cotacacheño y dueño de su propio negocio

La entrevista se aplicó de manera presencial en el domicilio del entrevistado en la ciudad de Cotacachi, lo que permitió obtener una mirada profundamente experiencial sobre el oficio artesanal del cuero desde la perspectiva de un artesano local con trayectoria heredada de generaciones anteriores. A continuación se presentan los resultados obtenidos en cada una de las doce preguntas aplicadas.

Tabla 7

Resultados de la entrevista al Sr. Paúl Gonzales

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cómo se inició	El Artesano, Paúl Gonzales manifestó que su vínculo con el oficio artesanal del cuero proviene desde su niñez, ya que desde niño creció dentro de un hogar dedicado a los artículos

qué significado de cuero. Recordó que aproximadamente a los diez años, personal, familiar y durante las vacaciones escolares, su abuelo le enseñaba a cultural tiene esta trabajar el cuero con técnicas manuales, lo que marcó el inicio actividad en su vida? de su cariño hacia este oficio. Expresó que esta actividad posee un significado personal muy profundo, dado que hasta el día de hoy continúa trabajando con los mismos principios y técnicas que le transmitió su abuelo, Este testimonio refleja con claridad la fuerza de la transmisión intergeneracional como pilar identitario del sector artesanal cotacacheño.

2. Desde su Indicó que el sector artesanal del cuero en Cotacachi ha experiencia trabajando experimentado transformaciones muy profundas a lo largo de en Cotacachi, ¿qué los años, particularmente en relación con la materia prima transformaciones utilizada. Recordó que años atrás se trabajaba con un tipo de significativas ha cuero conocido como "baqueta cruda", el cual era curtido vivido el sector directamente en casa con productos naturales como la artesanal del cuero a lo guarango y el azufre, posteriormente pintado, templado en largo de los años en tableros y finalmente confeccionado completamente a mano, términos económicos, cosido con piola y dos agujas, utilizando además tela sociales y culturales? nacional. Señaló que en la actualidad esta dinámica ha cambiado radicalmente, ya que el cuero se adquiere directamente en ciudades como Ambato y se importa también desde Colombia, llegando ya procesado en curtiembres con calidades finas. Mencionó además que en términos

económicos, los costos también se han transformado significativamente, recordando que en décadas anteriores las transacciones se realizaban en sucres, lo cual evidencia una transformación integral del oficio a nivel técnico, económico y cultural.

3. ¿Cuáles considera que son las fortalezas únicas que diferencian al artesano cotacacheño frente a productores de otras regiones del Ecuador y del mundo, y cuáles son las principales debilidades del sector hoy en día?

Señaló que la principal fortaleza del artesano cotacacheño radica en la preservación de las técnicas tradicionales del oficio, particularmente en lo rústico, lo pintado a mano y lo cosido a mano, elementos que el consumidor actual valora cada vez más y que difícilmente se encuentran en otras regiones donde la producción se ha industrializado por completo. Destacó que esta autenticidad artesanal constituye un factor diferenciador único frente a la competencia global. En cuanto a las debilidades, mencionó la falta de capacitación a los artesanos y locales en lo que respecta a las nuevas tendencias y tecnología para utilizarlas a favor de todos y no solo tener que depender de la llegada del turista, además mencionó la entrada de productos provenientes de otros lugares que se ofertan a precios más bajos, aunque advirtió que estos productos carecen de la durabilidad y la calidad característica de la artesanía cotacacheña, lo que en última instancia continúa favoreciendo al productor local en términos de reputación y fidelidad del cliente.

4. ¿Cómo ha Manifestó que el impacto de los productos industriales impactado a su importados ha sido significativo para el sector, ya que su negocio y al sector en llegada al mercado obliga al artesano local a competir en general la llegada de términos de precio, lo cual resulta inviable cuando se trata de productos similares productos elaborados a gran escala con costos mucho fabricados menores. Reconoció que existen almacenes que se enfocan en industrialmente, este tipo de productos económicos, frente a los cuales no es especialmente los posible competir directamente. Sin embargo, destacó que la provenientes del diferencia central entre el producto cotacacheño y el producto exterior, vendidos a importado radica en la durabilidad y los acabados, elementos precios mucho más que, aunque menos llamativos en términos de modelos y bajos? accesorios, resultan decisivos en la decisión de compra a largo plazo, motivo por el cual los clientes regresan al producto local tras haber probado las alternativas más económicas.

5. ¿Qué oportunidades Destacó que la globalización ha generado oportunidades muy concretas le ha abierto concretas para el sector artesanal, particularmente a través de la globalización a los avances tecnológicos que han transformado por completo usted y a otros la dinámica de comercialización. Mencionó que actualmente artesanos del cantón, basta con enviar una fotografía del producto para concretar ya sea a través del una venta, lo cual era impensable en décadas anteriores. turismo, las Indicó que incluso sin un contacto previo en el extranjero, hoy exportaciones, el en día es posible iniciar relaciones comerciales mediante una acceso a nuevas simple llamada o un mensaje, lo que ha ampliado

tecnologías o la significativamente el alcance del negocio. Expresó que este apertura de mercados? avance tecnológico ha sido fundamental para la apertura del sector hacia nuevos mercados, aunque su aprovechamiento depende del nivel de adopción que cada artesano haga de estas herramientas.

6. ¿Ha notado cambios en los gustos, en las preferencias del consumidor, y que en la actualidad se exigencias y observa un retorno claro hacia lo rústico, lo hecho a mano y preferencias de los los acabados con efecto envejecido, tendencias que han consumidores, tanto recobrado fuerza en el mercado. Destacó además que el cuero locales como de pelo, que en años anteriores no recibía mayor atención por nacionales o parte del consumidor, se ha convertido en uno de los internacionales, en los materiales más cotizados del momento, pese a tener un costo últimos años, y cómo más elevado, dado que el cliente actual lo busca activamente. ha adaptado su Indicó que su producción se ha adaptado a estas tendencias producción para incorporando una gama amplia de modelos elaborados con responder a esos técnicas rústicas tradicionales y con cuero de pelo, lo que le cambios? ha permitido responder eficazmente a las nuevas demandas del mercado sin sacrificar la esencia artesanal del producto.

7. ¿Qué canales de Reconoció con honestidad que su estilo de comercialización comercialización es tradicional y se basa principalmente en la atención directa (ventas en local, ferias a clientes que lo buscan personalmente, ya sea solicitando un locales, ferias modelo específico o enviando fotografías de referencia para

internacionales, redes sociales, plataformas digitales, alianzas con distribuidores o de comunicación principal con clientes. Manifestó que, intermediarios) le han resultado más efectivos para llegar a sus clientes? la elaboración del producto. Indicó que no maneja activamente plataformas digitales o canales formales de comercialización, limitándose al uso del internet como medio de comunicación principal con clientes. Manifestó que, aunque por el momento no utiliza otras herramientas digitales, no descarta la posibilidad de incorporarlas en el futuro, lo que evidencia una postura tradicional pero abierta al cambio.

8. ¿Qué papel juegan actualmente el marketing digital, las redes sociales y el comercio electrónico en su negocio, y qué tan dispuesto está a profundizar en estas herramientas?

Reconoció que el marketing digital cumple actualmente un papel muy importante en el comercio, dado que permite concretar negocios con un solo clic, optimizando tanto el tiempo como los recursos económicos que antes se destinaban a desplazamientos y viajes. Explicó que su metodología de trabajo consiste en elaborar primero una muestra del producto, y una vez que el cliente queda satisfecho con esa muestra, inicia el proceso de producción a mayor escala. Esta dinámica refleja un modelo de negocio que, aunque no utiliza intensivamente las herramientas digitales, ha sabido adaptarse a la inmediatez del comercio actual sin perder la atención personalizada que caracteriza al artesano cotacacheño.

9. ¿Qué tan relevantes considera que son las capacitaciones para el fortalecimiento del sector artesanal, dado que día a día surgen

capacitaciones, nuevas plataformas, técnicas y herramientas como por específicamente en ejemplo el grabado láser, que se ha incorporado herramientas recientemente como una nueva forma de personalizar de tecnológicas, para el manera más rápida y precisa. Además lamentó que en fortalecimiento en el Cotacachi no se hayan desarrollado procesos formales de sector? capacitación enfocados en este tipo de herramientas nuevas y tecnológicas, motivo por el cual los artesanos se ven obligados a recurrir al autoaprendizaje obligatorio si no se quieren quedar atrás y mantenerse vigentes dentro del mercado. Esta observación evidencia una brecha estructural muy clara en cuanto a la formación técnica que existe en el sector, lo que coincide con los resultados de la encuesta donde la capacitación fue identificada como el apoyo más urgente requerido por los locales encuestados.

10. ¿Qué barreras Identificó como la barrera fundamental, la limitación en el concretas considera acceso a materiales y accesorios necesarios para realizar la que limitan el producción artesanal, ya que el mercado local cuenta con una crecimiento de los oferta restringida y muchas veces es mejor conseguirlos en artesanos otras ciudades, sin embargo pueden demorar varios días en cotacacheños frente a llegar. Además comentó que existen problemas y la competencia global? dependencias logísticas que afectan la producción y la programación de entrega de los pedidos, así como la capacidad de respuesta frente a pedidos específicos de los

clientes. Esto deja en claro que hay una debilidad estructural en la cadena de suministro del sector local, particularmente en lo que respecta al abastecimiento de insumos necesarios para iniciar la producción de los artículos.

11. ¿Cree que la asociatividad entre artesanos es importante y que el trabajo en grupo tiene beneficios concretos para enfrentar los retos del sector. Sin embargo, manifestó que su preferencia personal se inclina por el trabajo independiente, modalidad bajo la cual ha logrado consolidar su negocio y (cooperativas, gremios, redes colaborativas) es una salida para salir adelante a lo largo de los años. Expresó que, si bien estrategia clave para valora la importancia de los gremios y asociaciones, su filosofía de trabajo siempre se ha orientado hacia la enfrentar los retos actuales, o prefiere el autonomía, lo cual coincide con el perfil del 33,8% de los trabajo independiente, encuestados que también declararon trabajar de manera y por qué? independiente sin pertenecer a ningún gremio.

12. Mirando los próximos cinco a diez años, ¿qué personal como herramienta de identidad comercial y lineamientos o posicionamiento en el mercado internacional. Recordó que en estrategias concretas décadas anteriores los negocios se identificaban únicamente considera por su local físico, sin mayor desarrollo de elementos indispensables para diferenciadores, mientras que en la actualidad cada artesano

que el oficio artesanal está construyendo progresivamente su propia marca, lo que del cuero en Cotacachi permite que el cliente reconozca el producto incluso por su sobrevivencia, se logotipo. Concluyó que esta estrategia constituye una vía muy fortalezca y se inserte efectiva para que el sector siga avanzando en los próximos de manera sostenible años, ya que combina el reconocimiento de la calidad en un mercado artesanal con las exigencias del mercado globalizado en globalizado, sin perder términos de identidad visual y posicionamiento. su identidad cultural?

Nota: Elaboración propia con base en la entrevista realizada

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de la aplicación de los instrumentos descritos en el capítulo anterior, se pudieron obtener resultados acerca de las setenta y un encuestas dirigidas a los locales comerciales dedicados a la producción y comercialización de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi y las tres entrevistas semiestructuradas aplicadas a las 3 personas importantes para la presente investigación.

La situación actual del sector artesanal del cuero en la ciudad de Cotacachi, en sus dimensiones histórica, económica y sociocultural, evidencia una base productiva consolidada, con negocios de larga/mediana trayectoria y un peso económico importante y dominante dentro del cantón, aunque también muestra debilidades estructurales que conviene analizar con detenimiento.

Desde una perspectiva económica, los datos recogidos en la encuesta revelan que el sector artesanal del cuero constituye una actividad económicamente rentable para la mayoría de los locales del cantón, ya que la el 62,0% de los locales encuestados reportó ingresos mensuales

superiores a los \$3.000 USD, mientras que el 35,2% se ubicó en el rango de \$1.000 a \$3.000 USD y solo el 2,8% se encuentra por debajo de los \$1.000 USD (ver anexo 6). Este hallazgo coincide con lo planteado por Martín-Mayoral et al. (2019), quienes señalaron que la actividad artesanal del cuero ha sido históricamente uno de los pilares económicos del cantón Cotacachi y sobre todo de la ciudad, sosteniendo a un número relevante de familias locales. La Mgs. Sandra Gavilanes complementó esta lectura al estimar que más del 70% de la población de la zona central de Cotacachi se dedica a la fabricación, comercialización y producción artesanal de artículos de cuero, lo que ratifica el peso estructural del sector en la economía local. Adicionalmente, la trayectoria comercial de los negocios encuestados refuerza la solidez del sector, el 49,3% de los encuestados lleva entre diez y veinticinco años en el oficio, el 19,7% supera los veinticinco años de operación, y el 31,0% restante cuenta con menos de diez años de trayectoria (ver anexo 3). Lo que demuestra una capacidad alta de adaptación frente a los distintos contextos económicos atravesados por el país en las últimas décadas, y con ello se puede interpretar que la mayoría de los artesanos han superado varias adversidades, siendo la adaptación y la resiliencia sus mayores características, lo que los hace únicos en este contexto, se puede validar lo antes mencionado que esta actividad es una de las más antiguas y una de las que sostienen a la ciudad de Cotacachi. Esta combinación entre experiencia acumulada y nuevas incorporaciones de nuevos locales, favorece la continuidad del oficio y constituye una base sólida para los procesos de internacionalización.

La dimensión cultural del oficio aparece como uno de los hallazgos más importantes de la investigación. El 66,2% de los encuestados aprendió el oficio por tradición familiar, transmitido directamente de padres y abuelos, mientras que el 29,6% lo hizo de manera autodidacta y apenas el 4,2% accedió a capacitación formal en institutos técnicos (ver anexo 4), lo que confirma la fuerza estructural de la transmisión de generación en generación, en el sostenimiento del sector.

Este dato se vio respaldado y profundizado por el testimonio del Sr. Paúl Gonzales, quien recordó que su iniciación en el oficio fue desde los diez años bajo la enseñanza directa de su abuelo, utilizando técnicas completamente manuales como la baqueta cruda, y la costura con piola y dos agujas. Esta dimensión etnográfica del oficio constituye un patrimonio cultural vivo que coincide con lo planteado por Tocagon Cabascango (2024), quien destacó el rol del saber artesanal como elemento fundamental de la identidad cultural de los pueblos andinos del Ecuador, en este caso coincide con la realidad cultural que tiene en Cotacachi el oficio y trabajo en cuero.

Sin embargo, la encuesta también revela una debilidad estructural en relación con la institucionalización del aprendizaje formal: apenas el 4,2% de los encuestados ha accedido a capacitación formal o a institutos técnicos. Esta limitación es matizada parcialmente por la Mgs. Sandra Gavilanes, quien destacó el rol que cumple el colegio tecnológico de Cotacachi en la formación de tecnólogos especializados en el oficio del cuero, lo que ha contribuido a fortalecer aspectos clave como el diseño, la calidad y los acabados del producto cotacacheño. No obstante, esta formación técnica institucional sigue siendo insuficiente frente al universo total del sector, lo que evidencia una brecha que a pesar de existir el instituto la gente no le interesa los aprendizajes y enseñanzas que se realizan dentro del mismo, por lo que se debe trabajar en una mejor socialización de los beneficios que trae ser parte del mismo.

En cuanto a la estructura productiva, el 74,6% de los negocios funciona con apenas una o dos personas, el 23,9% emplea entre tres y cinco trabajadores, y solo el 1,4% supera las cinco personas (ver anexo 5). Los datos recogidos confirman el carácter microempresarial y familiar de este sector, Esta característica, si bien preserva la dimensión artesanal y familiar del oficio, también plantea limitaciones evidentes para escalar la producción frente a mercados internacionales cada día más demandantes en cuestión de cantidad. Tusa Yanchapanta (2025) ya había advertido sobre

esta paradoja del sector artesanal andino, señalando que la unidad productiva familiar es al mismo tiempo su mayor fortaleza identitaria y su principal limitación competitiva.

El diagnóstico del sector arroja un panorama de luces y sombras, una actividad económicamente rentable, culturalmente arraigada y comercialmente consolidada, pero al mismo tiempo limitada por una estructura productiva familiar pequeña y por una baja institucionalización del aprendizaje formal del oficio. Este contraste entre fortalezas culturales y debilidades estructurales constituye el punto de partida para comprender los efectos de la globalización sobre el sector.

Los hallazgos vinculados al segundo objetivo específico de la presente investigación evidencian que la globalización ha tenido un impacto profundo y a la vez ambivalente sobre el sector artesanal del cuero en Cotacachi, generando tanto oportunidades importantes como amenazas competitivas significativas. Esta dualidad es coherente con lo planteado por Porter (1990) en su modelo de Diamante de Competitividad, según el cual la competitividad de un sector en mercados globalizados depende de la interacción dinámica entre las condiciones de los factores productivos, las condiciones de la demanda, las industrias relacionadas y la rivalidad empresarial, factores todos que han sido alterados sustancialmente por la globalización en el caso de Cotacachi.

Por el lado de las amenazas, el 95,8% de los encuestados ha experimentado algún grado de impacto por la entrada de productos importados de origen asiático y colombiano (ver anexo 8). Específicamente, el 50,7% reconoció un impacto moderado que ha permitido mantener las ventas pese a la competencia, mientras que un 45,1% reportó un impacto alto con disminución importante de sus ingresos debido a la presencia masiva de dichos productos lo cual es muy alarmante para el sector ya que la tasa de afectados es similar a la proporción de moderado, y solo el 4,2% afirmó no haberse visto afectado. Estos hallazgos resultan coincidentes con las predicciones del modelo

Heckscher-Ohlin (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933), el cual sostiene que los países tienden a especializarse en la producción de aquellos bienes que utilizan intensivamente los factores productivos que poseen en abundancia, lo que explica por qué los productos manufacturados a escala industrial en países asiáticos pueden ingresar al mercado ecuatoriano a precios significativamente más bajos y en grandes cantidades.

No obstante, los testimonios cualitativos matizan esto de manera muy reveladora. El Sr. Marco Hidalgo planteó una postura particularmente reflexiva al señalar que, en su criterio, la principal barrera del sector no es la competencia externa, sino la falta de innovación interna del propio artesano cotacacheño. Esta visión contrasta con la percepción mayoritaria de los encuestados y abre una línea de discusión muy importante, por un lado la competitividad del sector no se resuelve exclusivamente con políticas de protección frente a importaciones, sino con un esfuerzo sostenido de innovación, diferenciación y calidad. Esta postura coincide directamente con el enfoque de Porter (1990), quien argumentó que la verdadera ventaja competitiva sostenible nace de la capacidad de las empresas para diferenciarse e innovar, antes que de la mera disponibilidad de factores productivos baratos.

Por otra parte, el lado de las oportunidades, la globalización ha generado para Cotacachi una notable apertura comercial. El 85,9% de los encuestados comercializa tanto en el mercado nacional como en el internacional, mientras que el 7,0% se enfoca exclusivamente en el mercado nacional y otro 7,0% solo en el internacional (ver anexo 7). De la misma manera, el 64,8% de los encuestados afirmó que entre el 40% y el 60% de sus ingresos provienen de clientes extranjeros, y un 12,7% adicional reporta porcentajes aún mayores (ver anexo 9) dato que pone en evidencia el peso crucial del turismo internacional en la sostenibilidad económica de la ciudad. Este hallazgo es coherente con lo señalado por Marco Hidalgo, quien argumentó de manera positiva que la

artesanía del cuero, junto con la Laguna de Cuicocha, constituye una de las dos principales potencias turísticas de Cotacachi y que el reconocimiento internacional del cantón ha crecido de manera sostenida y relevante en los últimos años, por lo que también se puede afirmar que los artesanos están conscientes de sus dos grandes segmentos que es los turistas y los clientes nacionales, los cuales tienen un peso e importancia muy similar.

La percepción global del sector frente al fenómeno de la globalización resulta especialmente reveladora. El 78,9% de los encuestados considera que la globalización ha sido beneficiosa para el comercio artesanal cotacacheño, el 21,1% la percibe como un fenómeno equilibrado, y ninguno (0%) la calificó como perjudicial (ver anexo 11). Esta visión optimista del sector contrasta de manera interesante con el dato simultáneo de que casi la totalidad reconoce algún impacto negativo de la competencia importada. Esta aparente paradoja se explica porque el turismo internacional, también producto de la globalización, sostiene una parte esencial de los ingresos del sector, generando un balance neto favorable. Esta lectura coincide con lo planteado por Tusa Yanchapanta (2025), quien señaló que el saldo de la globalización para los sectores artesanales andinos resulta finalmente positivo cuando logran capitalizar el flujo turístico y el reconocimiento internacional de su producto identitario, lo cual es sumamente importante y permite comprender el impacto de la globalización, concretamente en el flujo de personas extranjeras, como mantienen vivo un sector que cada vez, es más dependiente del turista que visita esta particular ciudad.

En lo que respecta a cambios en las preferencias del consumidor los hallazgos resultan particularmente coherentes a través de los instrumentos aplicados. El 93,0% de los encuestados identificó la calidad y durabilidad como la principal preferencia del cliente habitual, seguida por el precio accesible con un 67,6% y por las propuestas que combinan tradición y modernidad con

un 39,4% (ver anexo 10). Este dato fue ratificado por la Mgs. Sandra Gavilanes, quien señaló que el mercado internacional se inclina hacia lo artesanal y natural, mientras que el mercado local demanda diseños más modernos y atractivos, y por el Sr. Paúl Gonzales, quien destacó el retorno de lo rústico, el efecto envejecido y el aumento en la demanda del cuero de pelo como tendencias actuales del consumidor. Esta convergencia entre los datos cuantitativos y cualitativos manifiesta que el sector está respondiendo de manera activa a las nuevas exigencias del mercado, aunque conserva su identidad artesanal como factor diferenciador. Sin embargo esta es una de las preocupaciones que supieron manifestar algunos encuestados, de que tienen miedo de que se vaya perdiendo esta identidad artesanal y simplemente se haga artículos genéricos sin calidad ni valor agregado.

Por consiguiente, mientras que el 71,8% de los encuestados manifestó intención de incursionar en mercados internacionales en los próximos cinco años (ver anexo 22), solo el 21,1% exporta actualmente sus productos y el 78,9% no lo hace (ver anexo 12). Esta brecha de 50,7 puntos porcentuales entre intención y realidad, esto confirma el planteamiento de la teoría de la ventaja comparativa de Ricardo (1817), según la cual el comercio internacional debería favorecer a aquellos productores con ventajas relativas en costos o diferenciación, condición que en el caso cotacacheño se cumple en términos de calidad e identidad cultural, pero que no logra materializarse plenamente debido a limitaciones de capacitación digital, financiamiento y acceso a redes internacionales.

Por otro lado, los resultados revelan un panorama mixto en cuanto a las estrategias de comercialización y marketing del sector, donde coexisten avances importantes en la digitalización con debilidades estructurales en la planificación estratégica formal.

En el ámbito digital, los resultados son particularmente interesantes, en términos de adopción de herramientas de comunicación digital. El 93,0% de los encuestados utiliza WhatsApp como plataforma principal, seguida por Facebook con un 57,7%, Instagram con un 35,2%, y TikTok con apenas un 14,1% (ver anexo 13). Solo el 1,4% no utiliza ninguna plataforma digital. Prácticamente la totalidad de los encuestados utiliza al menos una plataforma digital, lo que demuestra que el sector ha incorporado las herramientas tecnológicas en su gestión comercial cotidiana cosa que hace 5 años atrás era impensable e incluso desconocido por los artesanos y por ende en la aplicación de sus locales. Este hallazgo se alinea con los planteamientos contemporáneos sobre la digitalización de los sectores artesanales, donde las redes sociales aparecen como un canal estratégico de bajo costo para alcanzar mercados ampliados y en lo que se debería enfocar los artesanos cotacacheños si quieren seguir creciendo de manera organizada y alcanzar nuevos segmentos y clientes.

Sin embargo, esta adopción de herramientas digitales contrasta de manera marcada con la perspectiva institucional aportada por la Mgs. Sandra Gavilanes, quien estimó que menos del 30% de los artesanos utiliza redes de comercialización digital y reconoció que la Sociedad de Artesanos no ha impulsado iniciativas específicas en este ámbito debido a la falta de capacitación en este ámbito. Esta divergencia entre los datos cuantitativos a nivel individual y la percepción institucional revela que, si bien los artesanos utilizan plataformas digitales para promoción y comunicación cotidiana con clientes ya establecidos, existe una marcada diferencia entre el uso comunicacional de estas herramientas y su aprovechamiento estratégico como canales formales de comercialización y de divulgación masiva. En otras palabras, el sector ha adoptado lo digital, pero aún no lo ha integrado plenamente como motor de su modelo de negocio.

Esta interpretación y discusión se confirma con el 66,2% de los encuestados señaló que las ventas a través de plataformas digitales representan menos del 30% de sus ingresos mensuales, mientras que solo el 32,4% se ubica en el rango del 30% al 60% y apenas el 1,4% supera ese umbral (ver anexo 14). La venta presencial sigue siendo el canal principal del sector, y se puede constatar por los testimonios del Sr. Marco Hidalgo y del Sr. Paúl Gonzales, quienes coincidieron en que la atención directa al cliente y la trayectoria reconocida son los pilares de sus respectivos modelos de negocio que hasta hoy en día aplican. Marco Hidalgo lo expresó con particular claridad al señalar que en la Tenería San Marcos de la cual es propietario, prácticamente no se aplican estrategias formales de marketing, ya que la dedicación se concentra en el trabajo intensivo dentro del taller, donde el esfuerzo productivo y la calidad del producto son los principales motores de las ventas. Dejando el ámbito tecnológico a las nuevas generaciones.

En cuanto a la construcción de marca propia, los hallazgos resultan particularmente reveladores. El 49,3% de los encuestados cuenta con elementos visuales parciales sin registro formal, el 47,9% posee una marca registrada con elementos visuales completos, y apenas el 2,8% no tiene ningún elemento de identidad de marca (ver anexo 15). Esto demuestra que la conciencia sobre la importancia de la marca está prácticamente generalizada en el sector, aunque persiste una brecha considerable en la formalización legal de esta mismo. Este hallazgo se complementa con la propuesta estratégica del Sr. Paúl Gonzales, quien planteó que el desarrollo de la marca propia es la principal estrategia para que el sector siga avanzando en los próximos años, ya que permite el reconocimiento del producto en el mercado internacional incluso por su logotipo. Esta visión coincide con el modelo de Joan Costa (1970), quien plantea principalmente en una guía para el desarrollo de una identidad corporativa o manual de identidad, que es muy importante para poder competir y ser la opción que siempre sobresale frente a los demás.

Además en relación con la fijación de precios, los resultados evidencian una madurez creciente del sector en tema de su consciencia de su trabajo y del valor que puede llegar a tener. El 74,6% de los encuestados establece sus precios considerando costos de producción, margen de utilidad y valor artesanal, mientras que el 23,9% se basa en los precios de la competencia local y solo el 1,4% ajusta según la disposición de pago del cliente (ver anexo 16). Lo que refleja un enfoque consciente y profesional en la gestión comercial y establecimiento de precios. Este criterio se aleja del modelo tradicional de fijación basado únicamente en la disposición de pago del cliente, y demuestra que los artesanos cotacacheños han sabido manejar y capacitarse su ámbito financiero incorporado lógicas comerciales modernas sin sacrificar el valor cultural del producto.

No obstante, la debilidad más significativa identificada en este apartado se relaciona con la planificación estratégica formal. Un alarmante 93,0% de los encuestados reconoce no haber diseñado ni aplicado un plan de marketing formal para su negocio, mientras que solo el 7,0% afirma contar con uno definido y en constante aplicación. Esta debilidad estructural es probablemente la más relevante del sector, ya que evidencia que, a pesar de utilizar redes sociales y contar con identidad de marca, la gran mayoría de los negocios opera sin una planificación estratégica clara ni distribuida. Tocagon Cabascango (2024) ya había advertido sobre esta limitación generalizada en los sectores artesanales del norte del Ecuador, señalando que la ausencia de planificación estratégica formal constituye el principal cuello de botella para la profesionalización del sector artesanal. Siendo este un punto muy importante que responde que a pesar de la buena voluntad de querer estar al día en todo lo que respecta a la globalización y nuevas tendencias como lo es el marketing que con el pasar de los días posee un rol importantísimo para todo tipo de negocio como lo es el de la venta de artículos de cuero, no se está aplicando de manera

estratégica, haciendo que poco a poco se cree un agujero negro que si no se toma cartas en el asunto puede convertirse en el enemigo de los artesanos cotacacheños.

En cuanto a la participación en ferias y eventos comerciales, los testimonios cualitativos resultan particularmente esclarecedores. La Mgs. Sandra Gavilanes destacó que hace aproximadamente treinta años existían reuniones y congresos artesanales a nivel nacional con participación activa de artesanos de Azuay e Imbabura, pero que con el paso del tiempo se generó cierto individualismo que llevó a cada artesano a manejar su propio comercio de forma aislada. Aunque actualmente la Sociedad ha impulsado nuevamente la realización de ferias artesanales dentro del Cantón, reconoció que aún se requiere apoyo externo en aspectos como la difusión, la promoción y la capacitación o creación de talleres. Ya que últimamente no se ha percibido un apoyo por parte del GAD de Cotacachi en este tema en específico. Esta observación pone de manifiesto que la asociatividad gremial, si bien está presente formalmente en el sector con un 66,2% de afiliación, no se ha traducido aún en estrategias colectivas plenamente efectivas para la comercialización conjunta, por lo que se busca un mayor apoyo entre gremios, la academia, e instituciones públicas y privadas. Para así lograr asociatividad efectiva y articulada conjunto a las instituciones ya mencionadas.

Por otra parte con lo que respecta a las capacitaciones, el 56,3% de los encuestados identificó la capacitación en marketing digital, comercio exterior y exportaciones como el apoyo más urgente requerido por el sector, por encima del acceso a financiamiento (33,8%) y del respaldo gubernamental (8,5%) (Ver anexo 17) Este hallazgo es particularmente revelador, ya que evidencia que la principal demanda del sector no es de tipo económico sino formativo. Esta interpretación se ve reforzada por los testimonios de la Mgs. Sandra Gavilanes, quien planteó la urgencia de establecer convenios con instituciones académicas para realizar diagnósticos sectoriales y

formación especializada, y del Sr. Paúl Gonzales, quien por ejemplo lamentó la ausencia de procesos formales de capacitación en herramientas tecnológicas como el grabado láser. La convergencia entre las tres fuentes de información confirma que la capacitación es el frente estratégico de mayor consenso y urgencia para el sector.

En cuanto al ámbito estratégico se vincula estrechamente con las rutas de internacionalización. El 80,3% de los encuestados consideró que todas las estrategias planteadas son efectivas para insertar los productos cotacacheños en mercados internacionales, el 9,9% se inclinó por la comercialización mediante plataformas digitales y comercio electrónico, el 7% por las alianzas con exportadores o intermediarios especializados, y el 2,8% por la obtención de certificaciones de origen y calidad artesanal. Esta visión integral del sector facilita la implementación de estrategias combinadas (Ver anexo 20).

Finalmente, la presente investigación realiza tres contribuciones específicas. La primera es de carácter empírico, al aportar datos cuantitativos actualizados al año 2026 sobre el universo del sector artesanal del cuero en Cotacachi, sustentados en información oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi (2025). La segunda es de carácter cualitativo, al recoger los testimonios directos de tres actores clave del sector cuyas voces no habían sido sistematizadas previamente en investigaciones académicas. La tercera es de carácter analítico, al construir una propuesta de lineamientos estratégicos que abarca la dimensión productiva, comercial, digital, asociativa y de sostenibilidad, sentando bases sólidas que pueden fortalecer la competitividad del comercio artesanal de cuero fabricado en la ciudad de Cotacachi para el mundo y que el mundo visite Cotacachi.

5. PROPUESTA

5.1. Lineamientos Estratégicos

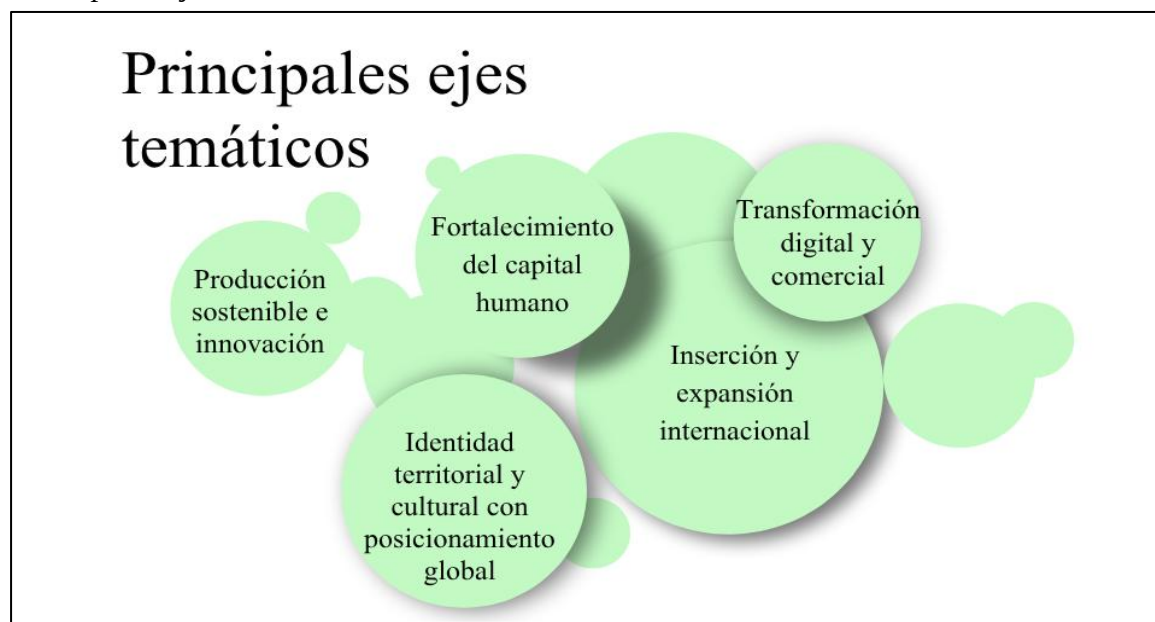
La presente propuesta nace para brindar una respuesta al contexto globalizado y de todos los resultados obtenidos en la presente investigación, y tiene como objetivo principal proponer lineamientos estratégicos enfocados en fortalecer la competitividad del comercio artesanal de artículos de cuero en la ciudad de Cotacachi, en un contexto cada vez más influenciado por la globalización e internacionalización y las dinámicas del comercio actual.

Por lo que, estos lineamientos no solo buscan aumentar y crear las oportunidades comerciales del sector, sino también mantener vivo el patrimonio cultural, fortalecer su economía y proyectar a Cotacachi como un referente nacional e internacional de la producción artesanal de artículos de cuero.

5.1.1. Principales ejes temáticos

Los siguientes ejes temáticos, son resultado del análisis de todos los instrumentos empelados en la presente investigación y son las principales falencias detectadas, en el sector del cuero artesanal de Cotacachi, y son:

1. Fortalecimiento del capital humano
2. Transformación digital y comercial
3. Identidad territorial y cultural con posicionamiento global
4. Producción sostenible e innovación
5. Inserción y expansión internacional

Figura 6*Principales ejes temáticos**Nota:* Elaboración propia

5.1.2. Primer lineamiento estratégico

Figura 7

Lineamiento estratégico 1

Fortalecer las capacidades técnicas, comerciales e internacionales del sector artesanal del cuero

Analisis

Los resultados obtenidos evidencian una limitada formación especializada dentro del sector. Apenas el 4,2% de los encuestados ha accedido a capacitación formal, mientras que el 56,3% considera prioritario recibir formación en marketing digital, comercio exterior y exportaciones. Esta situación genera una brecha entre el potencial productivo existente y las capacidades necesarias para competir en mercados internacionales.

Fortalecer el capital humano representa una inversión estratégica, ya que permite profesionalizar el oficio sin reemplazar los conocimientos tradicionales, sino complementándolos con herramientas contemporáneas orientadas a la globalización.

Estrategia de implementación:
Programa Académico Cuero Global
Cotacachi (CGC)

ACCIONES

Aprovechamiento de la infraestructura académica ya existente en Cotacachi para profesionalizar al sector con visión internacional, reducción de la brecha entre la intención exportadora (71,8%) y la exportación efectiva (21,1%), y adopción de planes de negocio y marketing de al menos el 40% de los artesanos. Al menos 35% de los artesanos egresados inicia procesos formales de exportación

Objetivo

Desarrollar competencias técnicas, comerciales y de internacionalización que permitan a los artesanos y comerciantes del cuero adaptarse a las exigencias de un mercado globalizado y mejorar su competitividad.

- Se propone entre los actores: El Instituto Superior Tecnológico de Cotacachi, la AAC, AIMASAC, ProEcuador y la PUCE Ibarra, establecer un convenio formal para el diseño curricular y aval académico del programa.
- Orientar el taller en 5 aspectos clave de globalización: (1) Marketing digital internacional aplicado al sector artesanal, (2) Comercio exterior, regímenes aduaneros y trámites de exportación desde Ecuador, (3) Branding global y narrativa cultural para mercados internacionales, (4) Sostenibilidad, ODS y certificaciones internacionales. (5) Herramientas de diseño con IA
- Implementar modalidad flexible híbrida (40% presencial, 60% virtual) para permitir la asistencia de artesanos en ejercicio sin que abandonen su actividad productiva.
- Aprovechar las instalaciones físicas, equipamiento y planta docente ya existente del instituto, complementándola con docentes especializados invitados con experiencia internacional real.
- Otorgar al egreso un certificado de "Especialización en Cuero Global" avalado por el Instituto Tecnológico.

Nota: Elaboración propia


RESULTADO ESPERADO

5.1.3. Segundo lineamiento estratégico

Figura 8

Lineamiento estratégico 2

Impulsar la transformación digital y la comercialización internacional del sector artesanal

Análisis

Aunque la mayoría de los negocios artesanales del cuero en Cotacachi utiliza redes sociales (el 93% emplea WhatsApp, el 57,7% Facebook y el 35,2% Instagram), la gestión digital continúa siendo empírica y fragmentada, sin una vitrina colectiva profesional que potencie la marca territorial. Apenas el 7% del sector cuenta con un plan de marketing formal y solo el 1,4% supera el 60% de ventas digitales mensuales. Esta dispersión limita las oportunidades de crecimiento comercial y reduce la capacidad competitiva del sector frente a mercados cada vez más digitalizados, generando una dependencia excesiva del turismo presencial



Estrategia de implementación:
Marketplace colectivo Cotacachi
Leather

ACCIONES

Incremento sostenido del porcentaje de ventas digitales internacionales del sector al menos del 35% de ventas mensuales, posicionamiento global del producto cotacacheño mediante una vitrina unificada, reducción de la dependencia exclusiva del turismo físico y consolidación de Cotacachi reconocida en el correcto manejo de comercio electrónico transfronterizo de artesanías premium.

Objetivo

Fortalecer la presencia digital del sector artesanal mediante herramientas tecnológicas que faciliten el acceso a nuevos mercados nacionales e internacionales, ampliando el alcance comercial del cuero cotacacheño a escala global y reduciendo la dependencia exclusiva del turismo físico.

- Se propone la construcción de una vitrina digital colectiva multilingüe que unifique la oferta del sector y reduzca la fragmentación comercial actual, con participación y gestión de los actores principales, que son la sociedad de artesanos, AIMASAC, el GAD de Cotacachi y empresas desarrolladoras de software y sitios web.
- Integración de canales B2C y B2B en una sola plataforma para atender simultáneamente al consumidor final extranjero y a los compradores corporativos internacionales.
- Articulación logística con operadores internacionales de envío para garantizar capacidad real de exportación.
- Posicionamiento internacional de la plataforma mediante marketing digital especializado en mercados extranjeros prioritarios.
- Crear catálogo fotográfico profesional con los productos representativos de cada local mediante sesión de fotos colectiva.
- Lanzar campaña de marketing digital internacional en Google Ads, Meta Ads y Pinterest enfocada en turistas internacionales, coleccionistas y compradores extranjeros del segmento

Nota: Elaboración propia

**RESULTADO
ESPERADO**

5.1.4. Tercer lineamiento estratégico

Figura 9

Lineamiento estratégico 3

Consolidar una identidad territorial y cultural diferenciada que fortalezca el posicionamiento internacional del cuero cotacacheño

Analisis

El 49,3% de los encuestados cuenta con elementos visuales de marca pero sin registro formal, el 47,9% posee marca registrada individualmente, y solo el 2,8% no tiene ningún elemento de identidad. Esto significa que el 97,2% del sector reconoce la importancia de la marca, pero opera con identidades dispersas y sin un sello colectivo que comunique al consumidor internacional la autenticidad del producto cotacacheño. Además, un sello simple, visualmente reconocible, es muy importante, ya que, como se evidenció, el oficio del cuero tiene una alta transmisión generacional con el 66,2%, por lo que este tipo de reconocimiento a través de un sello sería similar al modelo de éxito de sellos como "Hecho en Italia" o "Pisco del Perú", que protegen productos territoriales en mercados globales. Y junto a ello, fortalecer la identidad cultural a través de los artículos de cuero.

Estrategia de implementación: Sello Cotacachi Cuero Auténtico

ACCIONES

Diferenciación clara del producto cotacacheño en el mercado internacional como artesanía auténtica, generación de confianza en el consumidor extranjero mediante un sello visible y verificable, protección jurídica del nombre "Cotacachi Authentic Leather"

- Registro legal del sello vigente en Ecuador y en al menos cuatro mercados internacionales (meta: 24 meses).

Objetivo

Fortalecer la identidad colectiva del cuero cotacacheño mediante mecanismos de diferenciación y protección que incrementen su reconocimiento y confianza en los mercados internacionales y fortalecimiento cultural

- Se propone la creación y registro internacional del Sello "Cotacachi Authentic Leather", una marca colectiva que funcione como sello de garantía aplicado en los productos elaborados por los talleres miembros de la sociedad de artesanos y AIMASAC que cumplan con tres criterios básicos y fáciles de verificar: (1) que el producto sea elaborado artesanalmente en Cotacachi, (2) que el cuero utilizado sea de calidad comprobada, y (3) que el taller esté formalmente registrado en uno de los dos gremios antes mencionados
- Realizar el registro legal del sello colectivo ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) del Ecuador.
- Diseñar profesionalmente el logotipo del sello, con un manual gráfico claro y sencillo de aplicar.
- Producir etiquetas físicas bilingües (español/inglés) que los talleres puedan adherir a sus productos para mercados nacionales e internacionales.
- Definir un protocolo de incorporación al sello que evalúe a cada local en aspectos básicos de autenticidad y calidad.
- Gestionar el registro internacional de la marca en los principales mercados de exportación a través del sistema de Madrid de la OMPI (Estados Unidos, Unión Europea, Reino Unido y Canadá como prioridades iniciales).
- Producir material promocional bilingüe explicando al consumidor extranjero qué significa el sello.

Nota: Elaboración propia

5.1.5. Cuarto lineamiento estratégico

Figura 10

Lineamiento estratégico 4

Promover una producción sostenible e innovadora alineada con las exigencias de los mercados globales

Análisis

La dependencia de proveedores externos de cuero curtido y la creciente demanda mundial por productos sostenibles evidencian una debilidad estructural del sector. La Mgs. Sandra Gavilanes indicó durante la entrevista que en Cotacachi no existen curtiembres locales, lo que obliga a los artesanos a adquirir el cuero ya curtido en Ambato, Cuenca, Colombia o Italia. Esta dependencia logística encarece la materia prima, limita la innovación local y, sobre todo, impide al sector acceder al segmento premium de los mercados globales, que premia cada vez más al cuero certificado como sostenible bajo estándares internacionales como ISO 14001 y la calificación oro del Leather Working Group.



RESULTADO ESPERADO

Estrategia de implementación:
Curtiembre Comunitaria Sostenible
Cotacachi (CUSCOT)

ACCIONES

Producción local de cuero por primera vez en la historia de Cotacachi bajo estándares internacionales de sostenibilidad, acceso al segmento premium del mercado global de cuero vegetal, certificación ISO 14001 y LWG que abre puertas a marcas internacionales de lujo, generación de empleo formal, y consolidación de Cotacachi como referente latinoamericano de cuero sostenible.

Objetivo

Fomentar procesos productivos sostenibles, eficientes y responsables que incrementen la competitividad internacional del sector artesanal del cuero, fortaleciendo la cadena productiva local mediante procesos ambientalmente responsables que cumplan con los estándares internacionales más exigentes.

- Se propone la construcción de una planta modular de curtido 100% vegetal, eliminando completamente los químicos contaminantes tradicionales con el apoyo y gestión del GAD de Cotacachi y los gremios mencionados durante la presente investigación, así como de empresas privadas que estén interesadas.
- Implementación de un sistema biológico de tratamiento de aguas residuales basado en biofiltros, ambientalmente más eficiente y económicamente más viable que las plantas químicas convencionales.
- Transferencia técnica internacional desde Toscana (Italia), referente mundial del cuero vegetal sostenible.
- Articulación productiva con ganaderos locales y de la provincia de Imbabura para asegurar el abastecimiento de pieles frescas y dinamizar la economía regional.
- Certificación internacional progresiva del producto bajo ISO 14001 y postulación a la calificación oro del Leather Working Group.

Nota: Elaboración propia

5.1.6. Quinto lineamiento estratégico

Figura 11

Lineamiento estratégico 5

Programa Estratégico de Inserción en Mercados Globales "Cotacachi al Mundo"

Analisis

A pesar de existir una alta intención exportadora dentro del sector el 71,8% de los encuestados manifiesta interés en incursionar en mercados internacionales durante los próximos cinco años, la mayoría de los negocios aún no logra concretar procesos de exportación. Actualmente solo el 21,1% exporta, lo que evidencia una brecha de 50,7 puntos porcentuales entre la intención y la realidad exportadora. Esta situación se debe a la falta de planificación, información especializada sobre mercados internacionales y acompañamiento técnico, lo que provoca que las pocas exportaciones existentes se den de forma reactiva, cuando el comprador extranjero llega al cantón, en lugar de proactiva.

Objetivo

Diseñar estrategias colectivas de internacionalización que permitan incrementar la presencia del cuero cotacacheño en mercados extranjeros estratégicos, transformando la exportación de actividad reactiva e individual a estrategia proactiva y colectiva del gremio.



RESULTADO ESPERADO

Estrategia de implementación:
Programa Estratégico Cotacachi al Mundo

ACCIONES

Transformación de la exportación del cuero cotacacheño de una actividad reactiva e individual a una estrategia proactiva, planificada y colectiva, con presencia recurrente en ferias internacionales clave, canales establecidos de distribución en mercados prioritarios y reducción significativa de la brecha entre la intención exportadora y la realidad exportadora de los artesanos Cotacacheños

- Inteligencia de mercados especializada para identificar los países prioritarios y construir rutas planificadas de entrada del cuero cotacacheño.
- Participación recurrente y profesional en ferias internacionales clave bajo stand colectivo unificado.
- Realización de misiones comerciales anuales con acompañamiento técnico de ProEcuador y las oficinas comerciales del Ecuador en el exterior.
- Servicio permanente de matchmaking con compradores internacionales para conectar la oferta cotacacheña con la demanda extranjera.
- Diagnóstico individualizado de preparación exportadora ("export readiness") para acompañar a cada taller en su camino hacia la internacionalización.

Nota: Elaboración propia

5.2. Matriz resumen consolidada de los lineamientos estratégicos

En la siguiente tabla consolidada se presenta el resumen de los 5 lineamientos estratégicos propuestos, que sintetiza la estructura: Problema → Lineamiento estratégico → Estrategia → Programa/proyecto estratégico → Actividades principales → Indicadores. Esta matriz constituye la herramienta de seguimiento y evaluación de la propuesta, garantizando la trazabilidad entre los hallazgos del trabajo en campo, los lineamientos generales y las acciones concretas con sus respectivas.

Tabla 8*Matriz consolidada de lineamientos estratégicos*

Problema	Lineamiento estratégico	Estrategia	Programa / Proyecto estratégico	Actividades principales	Resultados esperados
Limitada formación especializada en comercio exterior, marketing digital e internacionalización, lo que reduce la competitividad del sector artesanal del cuero.	Fortalecer las capacidades técnicas, comerciales e internacionales del sector artesanal del cuero.	Desarrollar un sistema permanente de formación especializada en internacionalización mediante alianzas entre instituciones académicas, gremios y entidades públicas.	Programa Académico "Cuero Global Cotacachi (CGC)".	Se propone formalizar convenios; diseñar módulos especializados; impartir capacitación y talleres, modalidad híbrida; desarrollar proyectos exportadores; certificar a los participantes.	Artesanos con mayores competencias técnicas, comerciales y exportadoras, capaces de competir en mercados internacionales.
Uso empírico de herramientas digitales, baja comercialización electrónica y ausencia de una vitrina comercial colectiva internacional.	Impulsar la transformación digital y la comercialización internacional del sector artesanal.	Fortalecer la comercialización mediante la implementación de herramientas digitales y canales de comercio electrónico con alcance internacional.	Marketplace Colectivo "Cotacachi Leather".	Se propone Diseñar la plataforma; crear catálogo fotográfico; implementar pagos internacionales; integrar logística; ejecutar campañas de marketing digital; capacitar a los usuarios.	Incremento de la presencia digital, mayor volumen de ventas nacionales e internacionales y diversificación de mercados.
Ausencia de una identidad territorial unificada y de	Consolidar una identidad territorial diferenciada	Desarrollar una estrategia integral de	Sello "Cotacachi Authentic leather".	Se propone registrar la marca colectiva;	Posicionamiento internacional de la

mecanismos de diferenciación y protección del cuero cotacacheño.	que fortalezca el posicionamiento internacional del cuero cotacacheño.	branding territorial y protección de la propiedad intelectual para fortalecer el reconocimiento internacional del sector.		diseñar el sello; elaborar manual de identidad; implementar etiquetas con código QR; desarrollar material promocional; registrar la marca internacionalmente.	marca territorial, mayor confianza del consumidor y protección jurídica de los productos artesanales.
Dependencia de proveedores externos de cuero curtido y limitada adopción de procesos productivos sostenibles.	Promover una producción sostenible e innovadora alineada con las exigencias de los mercados globales.	Fortalecer la cadena de valor mediante procesos productivos sostenibles, innovación tecnológica y certificaciones ambientales internacionales.	Curtiembres Comunitaria Sostenible Cotacachi (CUSCOT).	Se propone construir la curtiembre; adquirir maquinaria; implementar tratamiento de aguas; capacitar al personal; obtener certificaciones; establecer alianzas con ganaderos locales.	Producción local sostenible, reducción de costos, generación de empleo y acceso a mercados premium internacionales.
Alta intención exportadora, pero escasa inserción en mercados internacionales debido a la falta de planificación y acompañamiento técnico.	Desarrollar mecanismos de inserción y expansión en mercados internacionales prioritarios.	Diseñar e implementar un modelo de internacionalización basado en inteligencia comercial, promoción internacional y acompañamiento	Programa Estratégico "Cotacachi al Mundo".	Se propone realizar estudios de inteligencia de mercado; participar en ferias internacionales; ejecutar misiones comerciales; contactar compradores; elaborar material	Incremento sostenido de las exportaciones, apertura de nuevos mercados internacionales y fortalecimiento

exportador permanente.	promocional; realizar diagnósticos de preparación exportadora; establecer convenios institucionales.	de la competitividad exportadora del sector.
------------------------	--	--

Nota: Elaboración propia

Los indicadores presentados a continuación, acerca de cada lineamiento estratégico son muy clave, ya que, monitorea que los procesos y directrices están funcionando de una manera correcta y sobre todo para poderlos evaluar, cuantificar y medir en un tiempo determinado, en este caso, de corto y mediano plazo. Obteniendo porcentajes esperados y resultados reales, basado en decisiones informadas.

Tabla 9

KPIS (Indicadores) de los lineamientos estratégicos

Lineamiento	KPIS (Indicadores)
1	• Personas capacitadas por año. • 35% de artesanos inicia procesos de exportación. • Incremento del 30% de negocios con plan de marketing. • Número de convenios suscritos con la academia.
2	• Locales registrados. • Incremento de ventas digitales • Número de visitas mensuales. • 30% de pedidos provenientes del extranjero.
3	• Registro del sello en Ecuador y cuatro mercados internacionales. • Numero de talleres y locales utilizando el sello. • Reconocimiento del sello por consumidores extranjeros.
4	• Número de locales que se abastecen • Producción de 3.000 pieles anuales. • Reducción del costo del cuero entre 15% y 20%. • Número de empleos directos. • Certificación obtenida.

-
- | | |
|---|---|
| 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Estudios de inteligencia de mercado realizados. • Participación anual en ferias internacionales y nacionales • Misiones comerciales ejecutadas. • Compradores internacionales vinculados. • Incremento del número de locales exportadoras. • Aumento del valor de las exportaciones. |
|---|---|
-

Nota: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- A través del diagnóstico realizado, se concluye que el comercio artesanal del cuero en Cotacachi es un sector consolidado histórica y económicamente, donde el 49,3% de los locales lleva entre diez y veinticinco años de operación y el 62,0% genera ingresos mensuales superiores a los 3.000 dólares. Sin embargo, lo que no resulta evidente desde afuera es la fragilidad institucional del oficio: a pesar de que el 66,2% lo aprendió por tradición familiar, apenas el 4,2% accedió a formación técnica reglada, lo que ha mantenido al sector funcionando casi exclusivamente bajo conocimiento empírico, sin un sistema formal que garantice el relevo generacional ni la actualización profesional frente al mercado globalizado.
- Además, la globalización ha generado un efecto profundamente paradójico en el sector cotacacheño, siendo este es uno de los hallazgos más reveladores de la investigación: a pesar de que el 95,8% de los encuestados reconoce algún impacto negativo derivado de la entrada masiva de productos importados, el 78,9% considera que la globalización ha sido beneficiosa para el sector, y ninguno la calificó como perjudicial. Esto se explica porque el turismo internacional sostiene una parte esencial de los ingresos, dado que el 64,8% del sector reporta que entre el 40% y el 60% de sus ventas provienen de clientes extranjeros. Esta dependencia paradójica explica por qué Cotacachi sigue creciendo en su exposición global a pesar de las

amenazas competitivas, y por qué el saldo final dependerá menos del fenómeno globalizador en sí y más de la capacidad colectiva del gremio para gestionarlo activamente. Asimismo, se identificó una brecha de 50,7 puntos porcentuales entre la intención exportadora (71,8%) y la exportación efectiva (21,1%), que constituye el principal cuello de botella del sector.

- De acuerdo con la evaluación realizada, se evidencia que el sector artesanal del cuero ha adoptado herramientas digitales en su gestión cotidiana, con un 93,0% utilizando WhatsApp y un 57,7% Facebook, pero las emplea de manera empírica y sin planificación. El hallazgo crítico que esta investigación pone en evidencia es que el 93,0% de los negocios opera sin un plan de marketing formal, lo que significa que el sector está digitalmente presente pero estratégicamente ausente, situación que limita seriamente su capacidad de proyección internacional pese a contar con el potencial productivo y cultural para lograrla.

- A partir de los hallazgos obtenidos, se constata que es viable formular una propuesta integral compuesta por cinco lineamientos estratégicos articulados entre sí, estructurados en torno a los ejes de fortalecimiento del capital humano, transformación digital y comercial, identidad territorial y cultural con posicionamiento global, producción sostenible e innovadora, e inserción y expansión en mercados internacionales prioritarios. Lo que la investigación aporta de manera novedosa al campo es la evidencia de que el 88,7% del sector se muestra abierto a innovar sin abandonar las técnicas tradicionales, lo que confirma que la tradición y la innovación no son fuerzas opuestas, sino aliadas estratégicas posibles cuando se las articula bajo una visión de largo plazo con apoyo institucional, académico y gremial coordinado.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda realizar alianzas entre el Instituto Superior Tecnológico de Cotacachi, la PUCEI, ProEcuador, la AIAC y AIMASAC, para implementar de manera permanente un programa académico con talleres especializados en cuero global que profesionalice al sector y reduzca la brecha de formación detectada en el diagnóstico, garantizando que la modernización del oficio no dependa exclusivamente del esfuerzo individual de los artesanos.
- Se recomienda al sector artesanal de Cotacachi, profesionalizar sus estrategias de comercialización y marketing mediante el desarrollo de planes formales, la formalización legal de sus marcas y la incorporación a una vitrina digital colectiva administrada por los gremios mencionados, dado que la dispersión actual constituye la principal limitación operativa para competir en el mercado globalizado.
- Además se recomienda al GAD de Cotacachi conformar un comité interinstitucional de análisis e implementación de los lineamientos estratégicos propuestos, con cronograma definido, responsables específicos e indicadores adicionales de seguimiento, gestionando activamente fuentes diversificadas de financiamiento de las estrategias planteadas, que incluyan banca de desarrollo, presupuesto municipal, aportes gremiales y patrocinio privado.
- Finalmente, se recomienda al sector Artesanal Cotacacheño en general, trascender del individualismo al colectivismo en todos los aspectos, sobre todo en ámbito gremial, ya que históricamente se ha identificado en el cantón este problema y es necesario consolidar una

asociatividad operativa real, articulada con el sector académico, el Estado ecuatoriano, la cooperación internacional, y entidades locales, asumiendo la globalización como un proceso gestionable que, conducido estratégicamente, puede convertir a Cotacachi en un referente latinoamericano de comercio artesanal resiliente y globalizado.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6ª ed.). Editorial Episteme.

Bernal, M. R. Q., Sancan Rivera, M. J., Landázuri Castillo, M. V., Abril Cócheres, D. G., y Mora Pita, M. E. (2024). Globalización y cultura: Impacto de la integración económica y tecnológica en identidades sociales y tradiciones locales. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(4), Artículo 2364. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2364>

Centro de Investigación y Difusión de la Artesanía Popular. (s.f.). *Las artesanías en el Ecuador*. CIDAP. http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1290/1/Las%20artesan%C3%ADas%20en%20el%20Ecuador_Claudio%20Malo%20Gonz%C3%A1lez.pdf

Cevallos, R., Posso, M., Naranjo, M., Bedón, I., y Soria, E. (2016). El oficio de la talabartería como parte de la identidad de la ciudad de Cotacachi – Imbabura. *Revista Ecuatoriana de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 2(1), 9-28. <https://revistasoj.s.utn.edu.ec/index.php/recsyj/article/view/556>

Creswell, J. W., y Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3ª ed.). SAGE Publications.

Cuichán Castillo, J. L. (2021). *Impacto de la globalización en los saberes ancestrales* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Digital UCE. <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/f602394e-38c5-4768-bc37-fbec0c7c7cdd>

Diario La Hora. (s.f.). *Especial Cotacachi: Talabartería, un saber ancestral y productivo en Cotacachi*. <https://www.lahora.com.ec/noticias/especial-cotacachi-talabarteria-un-saber-ancestral-y-productivo-en-cotacachi/>

El Productor. (2025, 20 de agosto). *Cotacachi impulsa su reconocimiento como Capital Artesanal del Cuero del Ecuador*. <https://elproductor.com/2025/08/cotacachi-impulsa-su-reconocimiento-como-capital-artesanal-del-cuero-del-ecuador/>

Flores, J. (1990). *La observación en la investigación social*. Editorial Trillas.

Fuárez, T. (2024). *Estudio sobre la tradición artesanal del cuero en Cotacachi* [Trabajo de titulación, Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui]. Repositorio ISTER. <https://repositorio.ister.edu.ec/jspui/bitstream/68000/371/1/TABI%20FUEREZ%20CESAR%20AUGUSTO.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi. (2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Santa Ana de Cotacachi 2015-2035*. <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Cantonal/PDOT%20COTACACHI.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi. (2025a). *Nuestra ciudad: Historia, geografía y cultura*. <https://cotacachi.gob.ec/about/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana de Cotacachi. (2025b). *Talabartería: identidad y tradición del cuero cotacacheño*. <https://cotacachi.gob.ec/destino/talabarteria/>

Heckscher, E. F. (1919). The effect of foreign trade on the distribution of income. *Ekonomisk Tidskrift*, 21, 497-512.

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., y Perraton, J. (2002). *Transformaciones globales: política, economía y cultura*. Oxford University Press.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Hernández-Sampieri, R., y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.

Huwart, J. Y., y Verdier, L. (2015). *Globalización económica*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2012/11/economic-globalisation_g1g134da/9789264226272-es.pdf

International Trade Centre. (2024). *Fomentar un comercio más inclusivo: La importancia del comercio indígena*. <https://www.intracen.org/es/noticias-y-eventos/noticias/fomentar-un-comercio-mas-inclusivo-la-importancia-del-comercio-indigena>

Junta Nacional de Defensa del Artesano. (1996). *Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo* (Acuerdo Ministerial 228). <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/REGLAMENTO-DE-CALIFICACIONES-Y-RAMAS-DE-TRABAJO.pdf>

Martín-Mayoral, F., Curiazi, R., y Castro Ruales, L. (2019). Una aproximación al estudio de la industria del cuero en el distrito de Cotacachi (Ecuador), bajo el esquema teórico

marshalliano-becattiniano. *Investigaciones Geográficas*, (71), 179-207.
<https://doi.org/10.14198/INGEO2019.71.09>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Ministerio de Producción impulsa la competitividad de las artesanías ecuatorianas*.
<https://www.produccion.gob.ec/ministerio-de-produccion-impulsa-la-competitividad-de-las-artesantias-ecuatorianas/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Cotacachi, tesoro natural y cultural de los Andes ecuatorianos*. <https://www.turismo.gob.ec/cotacachi-tesoro-natural-y-cultural-de-los-andes-ecuatorianos/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Cotacachi fue declarado Pueblo Mágico del Ecuador*. <https://www.turismo.gob.ec/cotacachi-fue-declarado-pueblo-magico-del-ecuador/>

Moreira, V. T. S. (2024). La revalorización artesanal y su repercusión en la identidad cultural de la localidad. *Revista Turismo y Patrimonio*, (22), Artículo 02.
<https://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/turpatrim.2024.n22.02/471>

Numbers Magazine. (2018). *El cuero, un atractivo singular de Cotacachi*.
<https://www.numbersmagazine.com/articulo.php?tit=el-cuero-un-atractivo-singular-de-cotacachi>

Ohlin, B. (1933). *Interregional and international trade*. Harvard University Press.

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press.

PorVidaIndígena. (2022). *Globalización en los pueblos indígenas*.
<https://porvidaindigena.com/globalizacion-en-los-pueblos-indigenas/>

República del Ecuador. (1997). *Ley de Defensa del Artesano* (Codificación Registro Oficial 71). <https://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>

Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. John Murray.

Sociedad de Artesanos Independientes Autónomos de Cotacachi. (s.f.). *Información institucional y datos del sector*. Facebook. <https://www.facebook.com/p/Sociedad-de-Artesanos-Cotacachi-AIAC-100075801793860/>

Tocagon Cabascango, J. K. (2024). *Diseño del proceso de implementación del certificado de origen a los exportadores artesanos de la ciudad de Otavalo* [Trabajo de titulación, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Digital UCE. <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/08531e5a-8702-4d60-9e8b-e87caa66ca8e>

Tomalá P., M. A., Vélez Pinargote, J., y Toala Vélez, F. (2015). Ecuador: El sector artesanal como factor de desarrollo del país. En *Aprendizajes desde el sector artesanal latinoamericano* (pp. 135-150). Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal (RITFA), Programa CYTED.

Tusa Yanchapanta, N. V. (2025). *Estudio etnográfico sobre los artesanos que trabajan en cuero en Quisapincha* [Trabajo de titulación, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio Digital UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14764>

Urresta Salazar, A. Y. (2015). *Estudio de mercados alternativos para las artesanías de cuero y los mecanismos de comercialización* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio UPEC. <https://repositorio.upec.edu.ec/items/c96e8971-7dd6-4766-b1ab-73f723ab27a4>

ANEXOS

Anexo 1 Base de datos actualizada brindada por el GAD de Cotacachi.

<https://cotacachi.gob.ec/>

<https://heyzine.com/flip-book/368431e82d.html>

Anexo 2 Formato de encuesta y entrevistas

1 Formato Encuesta a los locales de Cuero

Objetivo: Recopilar datos sobre la situación actual del comercio artesanal de cuero, los efectos percibidos de la globalización, las estrategias de comercialización empleadas y las perspectivas de los comerciantes frente a los mercados internacionales.

1. ¿Cuántos años lleva su negocio dedicado a la producción y/o comercialización de artículos de cuero en Cotacachi?

- ☐ Menos de 10 años
- ☐ Entre 10 y 25 años
- ☐ Más de 25 años

2. ¿De qué manera adquirió los conocimientos del oficio artesanal del cuero?

- ☐ Por tradición familiar (transmisión de padres y abuelos)
- ☐ Por cursos de capacitación formal o institutos técnicos
- ☐ Por experiencia laboral propia y aprendizaje autodidacta
- ☐ Otro (escribir la manera en que se adquirió)

3. ¿Cuántas personas trabajan de manera permanente en su negocio actualmente?

- ☐ 1 a 2 personas
- ☐ 3 a 5 personas
- ☐ Más de 5 personas

4. ¿Cuál es el ingreso mensual promedio que genera su negocio por la venta de artículos de cuero?

- ☐ Menos de 1.000 USD
- ☐ Entre 1.000 y 3.000 USD
- ☐ Más de 3.000 USD

5. ¿Hacia qué mercados principalmente está dirigida la comercialización de sus productos?

- ☐ Mercado Nacional
- ☐ Mercado Internacional
- ☐ Ambos

6. ¿Cómo ha impactado la competencia de productos importados (principalmente asiáticos y colombianos) en sus ventas durante los últimos cinco años?

- ☐ Impacto alto: mis ventas han disminuido significativamente
- ☐ Impacto moderado: mantengo ventas, a pesar de la presencia de dichos productos
- ☐ Impacto bajo o nulo: mis ventas no se han visto afectadas.

7. Del total de sus ingresos por ventas de artesanías de cuero, ¿qué porcentaje corresponde a clientes extranjeros?

- ☐ Menos del 20%
- ☐ 21% - 40%
- ☐ 41% - 60%
- ☐ 61% - 80%

8. ¿Cuál considera que es actualmente la principal preferencia de sus clientes al adquirir productos de cuero?

- ☐ Diseños tradicionales y artesanales.
- ☐ Diseños modernos e innovadores.
- ☐ Combinación entre tradición y modernidad.
- ☐ Precio accesible.
- ☐ Calidad y durabilidad del producto.

9. En su opinión, ¿la globalización (proceso mediante el cual los países, mercados y personas están cada vez más conectados a través del comercio, la tecnología, la comunicación y el intercambio de bienes y servicios) ha resultado más beneficiosa o más perjudicial para el comercio artesanal de cuero en Cotacachi?

- ☐ Más beneficiosa: ha abierto nuevos mercados y oportunidades
- ☐ Más perjudicial: ha incrementado la competencia desleal y la pérdida cultural
- ☐ Equilibrada: combina ventajas y desventajas en proporciones similares
- ☐ Otro (describir su opinión)

10. ¿Utiliza alguna red social o herramienta tecnológica para la promoción de sus productos?

- ☐ Si
- ☐ No

11. ¿Qué redes sociales o plataformas digitales utiliza para promocionar y vender sus productos?

- ☐ Facebook,

- ☐ Instagram,
- ☐ TikTok,
- ☐ WhatsApp
- ☐ Otros (mencione el otro)

12. ¿Qué porcentaje aproximado de sus ventas mensuales proviene de la venta a través de plataformas digitales?

- ☐ Menos del 30% de las ventas mensuales
- ☐ Entre el 30% y el 60% de las ventas mensuales
- ☐ Más del 60% de las ventas mensuales
- ☐ Otro (explicar el porcentaje aproximado)

13. ¿Su negocio cuenta con elementos de marca propia (logotipo, etiqueta distintiva, empaque personalizado, marca registrada)?

- ☐ Sí, cuenta con marca registrada y elementos visuales completos
- ☐ Tiene algunos elementos visuales (logo o etiqueta) pero sin registro formal
- ☐ No cuenta con elementos de marca ni identidad visual definida
- ☐ Otro (explicar los elementos que posee)

14. ¿De qué manera establece los precios de venta de sus productos de cuero?

- ☐ Considerando costos de producción, margen de utilidad y valor artesanal
- ☐ Tomando como referencia los precios de la competencia local
- ☐ Ajustándolos según la disposición de pago del cliente
- ☐ Otro (Explicar la manera en la que establece el precio de venta)

15. ¿Qué tipo de apoyo considera más urgente para fortalecer la competitividad de su negocio frente a la globalización?

- ☐ Capacitación en marketing digital, comercio exterior y exportaciones
- ☐ Acceso a créditos, financiamiento y apoyo económico
- ☐ Políticas públicas y respaldo gubernamental al sector artesanal
- ☐ otro (explique el tipo de apoyo que considera más urgente)

16. ¿Estaría dispuesto a incorporar innovaciones (nuevos diseños, materiales sostenibles, certificaciones de calidad) sin abandonar las técnicas artesanales tradicionales?

- ☐ Sí, totalmente dispuesto a innovar y modernizarme
- ☐ Sí, pero solo con cambios moderados que respeten la tradición
- ☐ No, prefiero mantener exclusivamente las técnicas tradicionales

17. ¿Forma parte de algún gremio, asociación o red colaborativa de artesanos?

- ☐ Sí. ¿Mencione cuál? _____
- ☐ No.

18. ¿Cuál estrategia considera más efectiva para insertar los productos cotacacheños en mercados internacionales?

- ☐ Obtención de certificaciones de origen y de calidad artesanal
- ☐ Comercialización mediante plataformas digitales y comercio electrónico
- ☐ Alianzas con exportadores o intermediarios especializados
- ☐ Todas las estrategias son efectivas

19. ¿Ha diseñado algún plan de marketing enfocado en sus productos o servicios?

- ☐ Sí, cuento con un plan de marketing definido y lo aplico regularmente.
- ☐ No, no he diseñado ni aplicado un plan de marketing.

20. ¿Tiene previsto incursionar en mercados internacionales durante los próximos cinco años?

- ☐ Sí.
- ☐ No.
- ☐ ¿Por qué?

2. Formato de entrevista presidenta de la sociedad de artesanos

Objetivo de la entrevista: Obtener una visión institucional y gremial sobre la situación actual del comercio artesanal de cuero en Cotacachi, los efectos de la globalización en el sector, las estrategias colectivas de comercialización y los lineamientos estratégicos requeridos para fortalecer su competitividad, además de las nuevas tendencias de sostenibilidad que la globalización exige

1. Desde su rol como presidenta de la Sociedad de Artesanos, ¿cómo describiría la situación actual del comercio artesanal de cuero en Cotacachi en comparación con décadas anteriores?

2. ¿Qué peso económico y social considera que tiene este sector dentro del cantón y de la ciudad?

3. ¿Qué tan vigente sigue siendo la transmisión intergeneracional del oficio del cuero en Cotacachi y qué papel cumple la Sociedad para preservarla como parte del patrimonio cultural local?

4. ¿De qué manera ha impactado la entrada masiva de productos importados, en la dinámica comercial de los artesanos asociados durante los últimos años?
5. Desde su perspectiva, ¿cuáles han sido las principales oportunidades que la globalización ha abierto para los artesanos cotacacheños, particularmente en términos de visibilidad internacional y acceso a nuevos mercados?
6. ¿Ha notado cambios significativos en los gustos, preferencias o exigencias de los consumidores nacionales e internacionales en los últimos años, y cómo ha respondido el sector a esos cambios?
7. ¿Qué estrategias colectivas de comercialización ha impulsado la Sociedad de Artesanos para fortalecer la presencia de los productos de cuero cotacacheños en el mercado nacional e internacional?
8. ¿Considera importante la participación de los artesanos asociados en ferias nacionales e internacionales?
9. ¿Cómo evalúa el nivel de adopción de herramientas digitales (redes sociales, comercio electrónico, marketing digital) entre los artesanos del cantón, y qué iniciativas ha promovido la Sociedad al respecto?
10. Frente al crecimiento de la demanda de productos ecológicos y sostenibles, ¿qué oportunidades y desafíos identifica en la implementación de cuero orgánico o procesos de producción más amigables con el medio ambiente dentro del sector artesanal de Cotacachi?
11. ¿Cuáles considera que serán las principales tendencias futuras del mercado artesanal del cuero y qué estrategias deberían adoptarse en Cotacachi para responder a las exigencias internacionales relacionadas con los ODS?

12. Mirando los próximos cinco a diez años, ¿qué lineamientos estratégicos considera indispensables para garantizar la continuidad del oficio artesanal del cuero en Cotacachi frente a los retos de la globalización?

Formato entrevista dirigida a los 2 artesanos expertos del cuero de Cotacachi

Objetivo de la entrevista: Recopilar información cualitativa profunda sobre la situación actual del oficio artesanal del cuero en Cotacachi, los efectos de la globalización en la producción y comercialización, las estrategias de marketing empleadas y los lineamientos estratégicos para fortalecer la competitividad del sector, contrastando dos perspectivas complementarias: la del artesano con experiencia internacional y la del artesano arraigado en el mercado local.

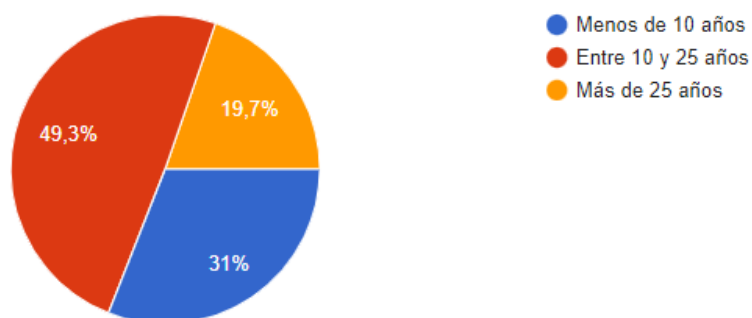
1. ¿Cómo se inició usted en el oficio artesanal del cuero y qué significado personal, familiar y cultural tiene esta actividad en su vida?
2. Desde su experiencia trabajando en Cotacachi, ¿qué transformaciones significativas ha vivido el sector artesanal del cuero a lo largo de los años en términos económicos, sociales y culturales?
3. ¿Cuáles considera que son las fortalezas únicas que diferencian al artesano cotacacheño frente a productores de otras regiones del Ecuador y del mundo, y cuáles son las principales debilidades del sector hoy en día?
4. ¿Cómo ha impactado a su negocio y al sector en general la llegada de productos similares fabricados industrialmente, especialmente los provenientes del exterior, vendidos a precios mucho más bajos?
5. ¿Qué oportunidades concretas le ha abierto la globalización a usted y a otros artesanos del cantón, ya sea a través del turismo, las exportaciones, el acceso a nuevas tecnologías o la apertura de mercados?

6. ¿Ha notado cambios en los gustos, exigencias y preferencias de los consumidores, tanto locales como nacionales o internacionales, en los últimos años, y cómo ha adaptado su producción para responder a esos cambios?
7. ¿Qué canales de comercialización (ventas en local, ferias locales, ferias internacionales, redes sociales, plataformas digitales, alianzas con distribuidores o intermediarios) le han resultado más efectivos para llegar a sus clientes?
8. ¿Qué papel juegan actualmente el marketing digital, las redes sociales y el comercio electrónico en su negocio, y qué tan dispuesto está a profundizar en estas herramientas?
9. ¿Qué tan relevantes considera que son las capacitaciones, específicamente en herramientas tecnológicas, para el fortalecimiento en el sector?
10. ¿Qué barreras concretas considera que limitan el crecimiento de los artesanos cotacacheños frente a la competencia global?
11. ¿Cree que la asociatividad entre artesanos (cooperativas, gremios, redes colaborativas) es una estrategia clave para enfrentar los retos actuales, o prefiere el trabajo independiente, y por qué?
12. Mirando los próximos cinco a diez años, ¿qué lineamientos o estrategias concretas considera indispensables para que el oficio artesanal del cuero en Cotacachi sobreviva, se fortalezca y se inserte de manera sostenible en un mercado globalizado, sin perder su identidad cultural?

Anexo 3 Resultado de la encuesta separados por anexos debido al análisis

1. ¿Cuántos años lleva su negocio dedicado a la producción y/o comercialización de artículos de cuero en Cotacachi?

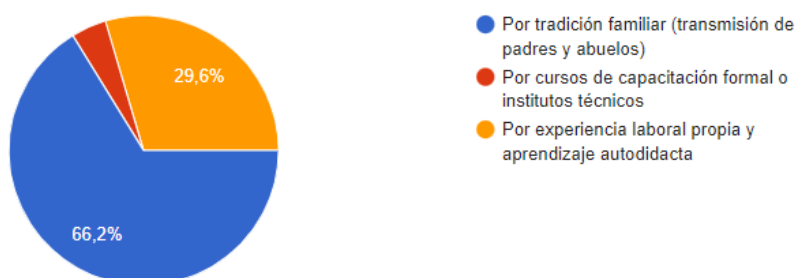
71 respuestas



Anexo 4

2. ¿De qué manera adquirió los conocimientos del oficio artesanal del cuero?

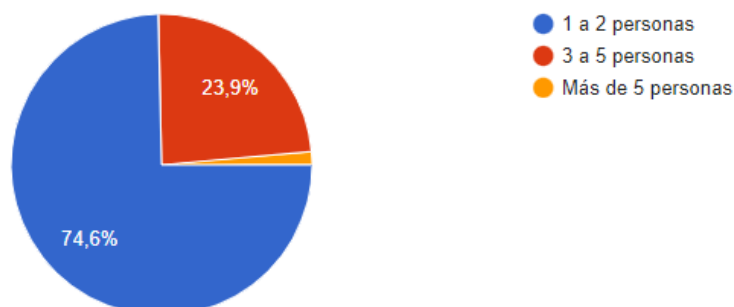
71 respuestas



Anexo 5

3. ¿Cuántas personas trabajan de manera permanente en su negocio actualmente?

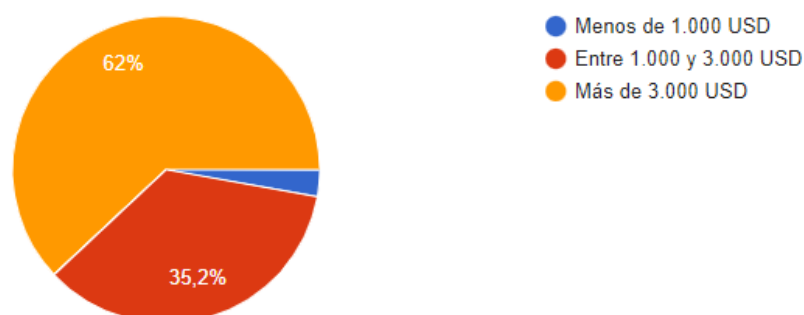
71 respuestas



Anexo 6

4. ¿Cuál es el ingreso mensual promedio que genera su negocio por la venta de artículos de cuero?

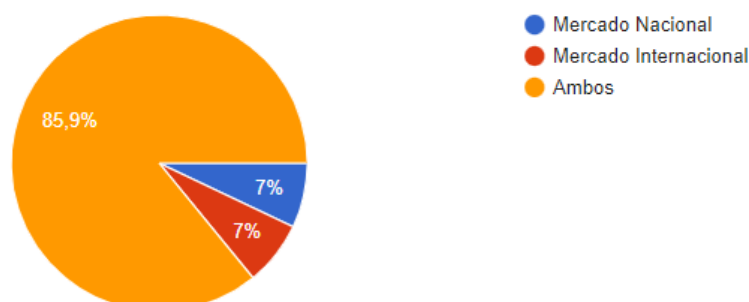
71 respuestas



Anexo 7

5. ¿Hacia qué mercados principalmente está dirigida la comercialización de sus productos?

71 respuestas

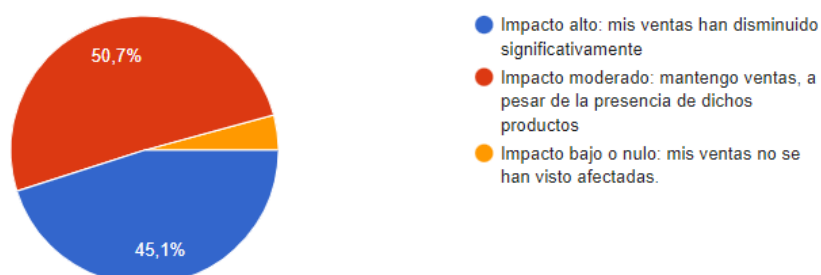


Anexo 8

6. ¿Cómo ha impactado la competencia de productos importados (principalmente asiáticos y colombianos) en sus ventas durante los últimos cinco años?

Cop
gráf

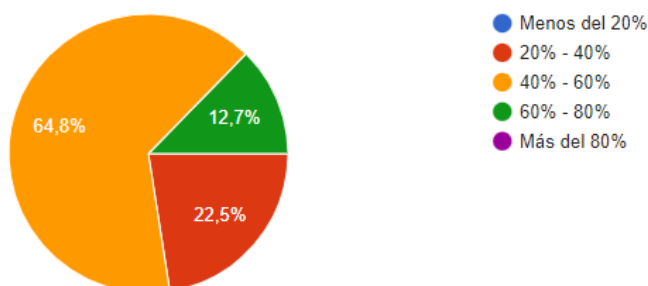
71 respuestas



Anexo 9

7. Del total de sus ingresos por ventas de artículos de cuero, ¿Qué porcentaje corresponde a clientes extranjeros?

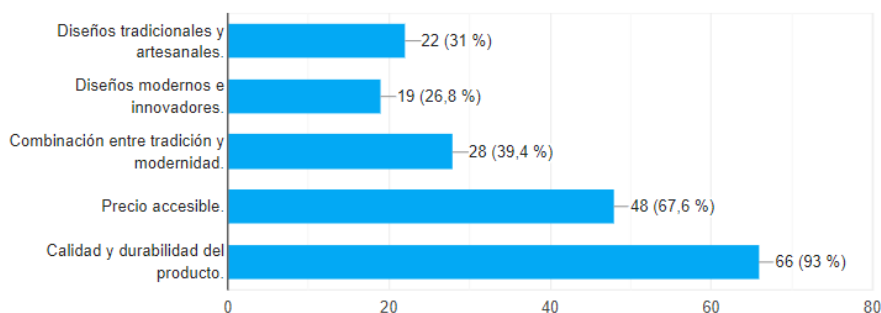
71 respuestas



Anexo 10

8. ¿Cuáles considera que es actualmente las principales preferencias de sus clientes al adquirir productos de cuero?

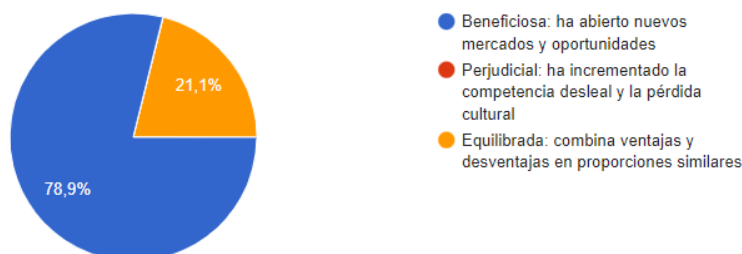
71 respuestas



Anexo 11

9. En su opinión, ¿la globalización (proceso mediante el cual los países, mercados y personas están cada vez más conectados a través del comercio, la tecnología, la comunicación y el intercambio de bienes y servicios) ha resultado más beneficiosa o más perjudicial para el comercio artesanal de cuero en Cotacachi?

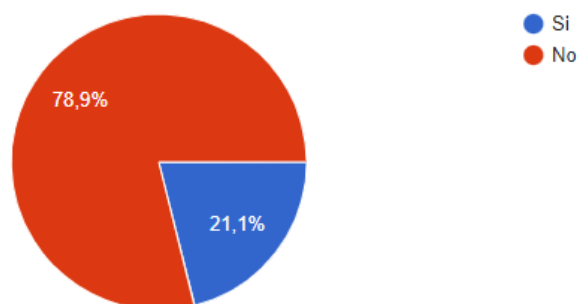
71 respuestas



Anexo 12

10. ¿Actualmente exporta sus artículos de cuero ?

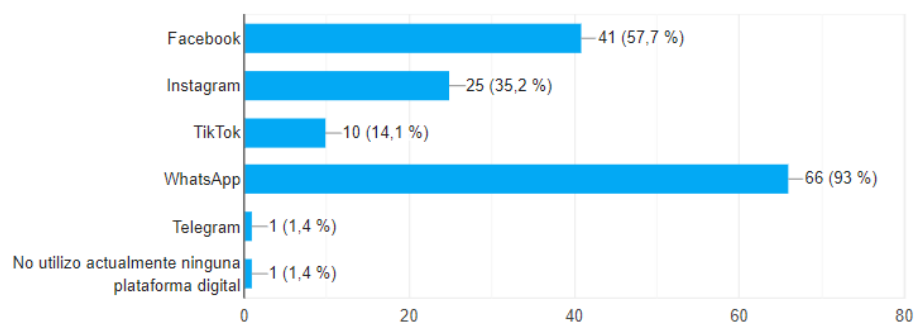
71 respuestas



Anexo 13

11. ¿Qué redes sociales o plataformas digitales utiliza para promocionar y vender sus productos?

71 respuestas



Anexo 14

12. ¿Qué porcentaje aproximado de sus ventas mensuales proviene de la venta a través de plataformas digitales?

71 respuestas



Anexo 15

13. ¿Su negocio cuenta con elementos de marca propia (logotipo, etiqueta distintiva, empaque personalizado, marca registrada)?



71 respuestas

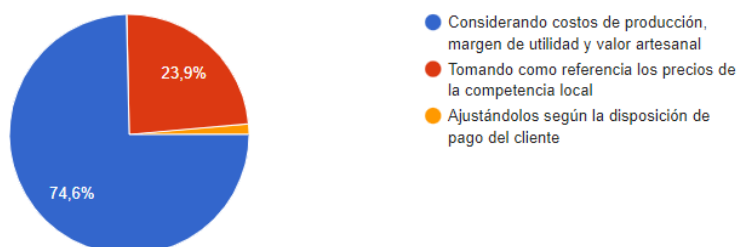


Anexo 16

14. ¿De qué manera establece los precios de venta de sus productos de cuero?



71 respuestas

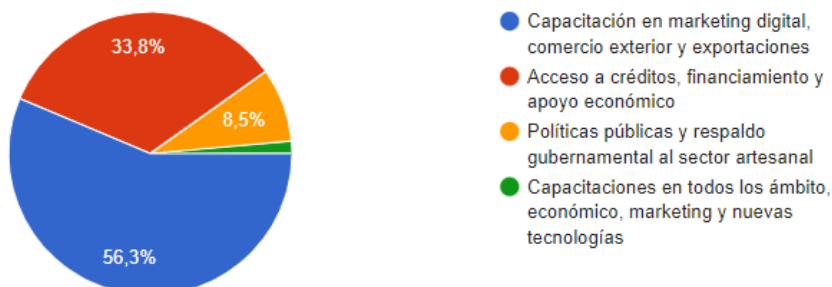


Anexo 17

15. ¿Qué tipo de apoyo considera más urgente para fortalecer la competitividad de su negocio frente a la globalización?



71 respuestas



Anexo 18

16. ¿Estaría dispuesto a incorporar innovaciones (nuevos diseños, materiales sostenibles, certificaciones de calidad) sin abandonar las técnicas artesanales tradicionales?



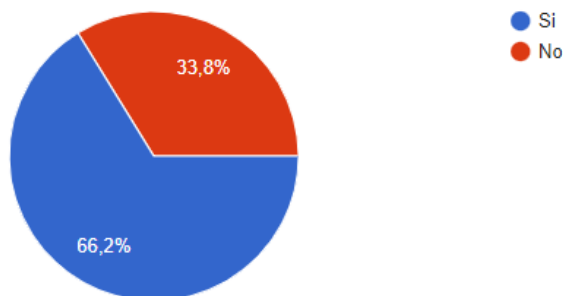
71 respuestas



Anexo 19

17. ¿Forma parte de algún gremio, asociación o red colaborativa de artesanos?

71 respuestas

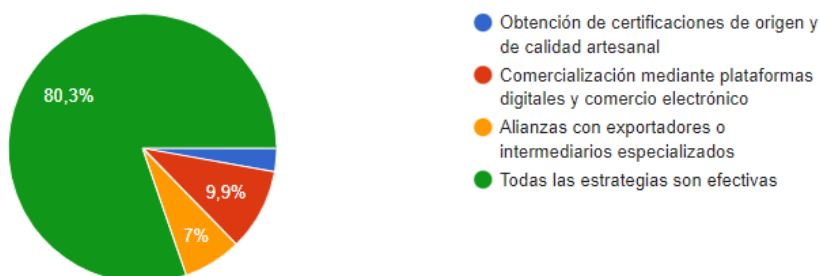


Anexo 20

18. ¿Cuál estrategia considera más efectiva para insertar los productos cotacacheños en mercados internacionales?

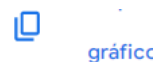


71 respuestas



Anexo 21

19. ¿Ha diseñado algún plan de marketing enfocado en sus productos o servicios?



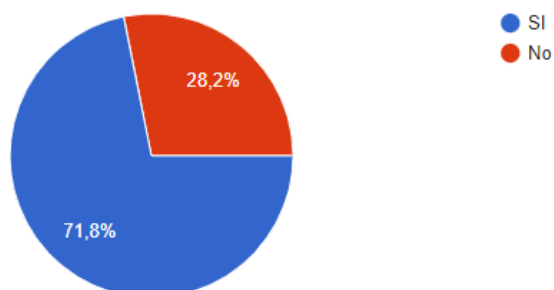
71 respuestas



Anexo 22

20. ¿Tiene previsto incursionar en mercados internacionales durante los próximos cinco años?

71 respuestas



Anexo 23 Entrevista al artesano local Sr Paúl Gonzales



Anexo 24 Entrevista al artesano experto en globalización Sr. Marco Hidalgo



Anexo 25 Reunión de la delegación de la sociedad de artesanos y presidenta Mgs. Sandra Gavilanes



Anexo 26 Visita a locales de la ciudad y el centro de ferias artesanales



Anexo 27 Visita a los locales con el fin de levantar encuestas.

