

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE MERCADOTECNIA



TEMA:

“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS
EXTRANJERAS FRENTE A LAS ARTESANÍAS LOCALES EN LA PLAZA DE PONCHOS,
UBICADA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en
Mercadotecnia

AUTOR(A):

Andy Daniel Chalan Guerra

DIRECTORA

MSc. Rosalva Josefina Martinez Martinez

Ibarra, 2024

Aprobación de Trabajo de Integración Curricular

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 3 de octubre de 2024

MSc. Rosalva Josefina Martinez Martinez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, con el tema **“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS EXTRANJERAS FRENTE A LAS ARTESANÍAS LOCALES EN LA PLAZA DE PONCHOS, UBICADA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



(f)

MSc. Rosalva Josefina Martinez Martinez

C.C.: ...0400725578

Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Integración Curricular



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003316591		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chalan Guerra Andy Daniel		
DIRECCIÓN:	Atahualpa y Morales 10 – 11		
EMAIL:	adchalang@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2923-182	TELÉFONO MÓVIL:	099-460-7206

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS EXTRANJERAS FRENTE A LAS ARTESANÍAS LOCALES EN LA PLAZA DE PONCHOS, UBICADA EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA
AUTOR (ES):	Andy Daniel Chalan Guerra
FECHA: DD/MM/AAAA	18/10/2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> GRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Mercadotecnia
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Rosalva Martinez

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de octubre de 2024

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Andy Chalan

Dedicatoria

A mi familia, pilar fundamental en cada paso que he dado. A ustedes, que con su amor incondicional y su apoyo constante, hicieron posible que este sueño se hiciera realidad. No hay palabras que puedan expresar lo que significa para mí saber que siempre estuvieron a mi lado, alentándome en los momentos de duda y celebrando conmigo cada pequeño avance. Este logro no sería posible sin su presencia, paciencia y fe en mí.

A mis amigos, quienes, con su compañía y aliento, hicieron más llevadero este largo camino. En cada conversación, en cada encuentro, ustedes fueron mi refugio. A aquellos que escucharon mis inquietudes, que me dieron palabras de ánimo y que incluso compartieron silencios cuando más lo necesitaba, les dedico también este trabajo, porque sé que sin su apoyo emocional, este proceso hubiera sido mucho más difícil de transitar.

Finalmente, dedico esta tesis a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de mi vida durante estos años. A los que me acompañaron en el proceso de investigación, a los que estuvieron presentes en los momentos clave, a aquellos que, quizás sin saberlo, me dieron la fuerza para seguir adelante. Esta tesis es para todos ustedes, que me han impulsado, inspirado y ayudado a llegar hasta aquí. Gracias por haber sido parte de este viaje.

Agradecimiento

A mi familia, mi mayor apoyo y motivación, quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento. Su amor, comprensión y respaldo incondicional fueron el motor que me impulsó a lo largo de este proceso. En los momentos más desafiantes, cuando el cansancio y la frustración parecían ganar terreno, ustedes estuvieron ahí, brindándome palabras de aliento, escuchando mis preocupaciones y ayudándome en todo lo que estuvo a su alcance. Gracias por creer en mí cuando yo mismo dudaba y por ser la base sólida que me permitió seguir adelante.

A mis amigos, tanto aquellos que compartieron conmigo los años de universidad como los que estuvieron fuera de ese entorno, gracias por su compañía y por estar presentes en los momentos que más lo necesité. A los que, con una simple conversación, una salida o un gesto amable, me recordaron que no estaba solo en este camino. Ustedes fueron un gran sostén en esta etapa de mi vida, y por eso, les agradezco profundamente.

También quiero expresar mi gratitud a todas las personas que de una u otra manera formaron parte de este proceso de redacción y elaboración de la tesis. A quienes compartieron conmigo su conocimiento, su tiempo y su disposición para ayudarme en cada paso, muchas gracias. Este trabajo es el resultado de un esfuerzo colectivo, y cada persona que me brindó su apoyo durante este tiempo tiene un lugar especial en este logro.

Finalmente, agradezco a todos los que, en algún momento de este largo camino, estuvieron ahí para ofrecerme su ayuda y compañía. A todos ustedes, les debo parte de este logro, y con toda mi gratitud, dedico este trabajo.

Índice

Capítulo I.....	17
1. Análisis situacional.....	17
1.1 Antecedentes.....	17
1.2 Planteamiento del problema	19
1.2.1 Interpretación del diagrama Causa – Efecto.....	21
1.3 Objetivos del diagnostico.....	22
1.3.1 Objetivo general	22
1.3.2 Objetivos específicos	22
1.4 Herramientas de análisis situacional estratégico	22
1.4.1 Análisis PEST	22
1.4.1.1 Análisis Político	22
1.4.1.2 Análisis Económico	24
1.4.1.3 Análisis Sociocultural	25
1.4.1.4 Análisis Tecnológico.....	27
1.4.2 Análisis interno.....	33
1.4.2.1 Cadena de valor (Lugar de estudio)	33
1.4.2.1.1 Actividades de soporte	33
1.4.2.1.1.1 Infraestructura	33
1.4.2.1.1.2 Gestión de talento humano.....	34
1.4.2.1.1.3 Desarrollo de tecnología	35
1.4.2.1.1.4 Compras.....	35
1.4.2.1.2 Actividades primarias.....	35
1.4.2.1.2.1 Logística de entrada.....	35
1.4.2.1.2.2 Operaciones	35
1.4.2.1.2.3 Marketing y ventas.....	35
1.4.2.1.2.4 Servicio.....	36
1.4.2.1.3 Localización	36
1.4.2.1.3.1 Macrolocalización	36
1.4.2.1.3.2 Microlocalización	37
1.4.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	38
1.4.3.1 Poder de negociación de los compradores (clientes) BAJA	38
1.4.3.2 Poder de negociación de los proveedores BAJA.....	38
1.4.3.3 Amenaza de nuevos competidores MODERADA	39
1.4.3.4 Amenaza de productos o servicios sustitutos BAJA	39
1.4.3.5 Intensidad de la rivalidad entre competidores existentes MODERADA	39

1.5 Identificación del problema diagnóstico	41
1.6 Fundamentación Teórica	43
Capítulo II	48
2. Estudio de mercado	48
2.1 Situación del problema	48
2.2 Objetivos	49
2.2.1 Objetivo General	49
2.2.2 Objetivos específicos	50
2.3 Justificación de la investigación	50
2.4 Aspectos metodológicos	51
2.4.1 Enfoque de investigación	51
2.4.2 Tipos de investigación	52
2.4.3 Método de investigación	53
Capítulo III	54
3. Desarrollo del estudio de mercado	54
3.1 Fuentes de investigación	54
3.1.1 Fuentes Secundarias	54
3.1.1.1 Análisis Internacional	54
3.1.1.1.1 Actualidad	54
3.1.1.1.2 Otros mercados artesanales en el mundo	56
3.1.1.1.3 Otros mercados artesanales del Ecuador	58
3.1.1.1.4 Dificultades para el mercado global de artesanías	60
3.1.2 Fuentes Primarias	62
3.1.2.1 Diseño del Plan Muestral	62
3.1.2.2 Diseño de la muestra	65
3.1.2.3 Técnicas e instrumentos de investigación	65
Capítulo IV	69
4. Presentación de resultados de Estudio de Mercado	69
4.1 Desarrollo de resultados	69
4.1.1 Cualitativo.....	69
4.1.2 Cuantitativo.....	82
4.2 Análisis bivariado	98
4.3 Análisis general de la oferta y demanda	118
4.4 Análisis comparativo realidad de la empresa vs. Resultado del estudio de mercado	120
4.4.2 Análisis Correlacional	121
4.5 Definición del Mercado Meta	130

4.5.1. Mercado Meta de la Plaza de Ponchos	132
4.6 Buyer Person	132
4.6.1 Buyer person Actual	133
4.6.2 Buyer person Ideal	134
4.6.3 Buyer person No deseado	135
Conclusiones del estudio	136
Recomendaciones	138
Bibliografía	140
Anexos	145

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Diagrama Causa-Efecto _____	21
Ilustración 2: Estructura de la plaza de ponchos (en forma de callambas) _____	33
Ilustración 3: Ubicación del cantón Otavalo _____	37
Ilustración 4: Ubicación de la Plaza de Ponchos _____	38
Ilustración 5: Matriz de competitividad de Porter _____	40
Ilustración 1: Edad _____	82
Ilustración 2: Género _____	83
Ilustración 3: Nacionalidad _____	84
Ilustración 4: Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos _____	85
Ilustración 5: Propósito de su visita _____	86
Ilustración 6: ¿Cómo calificaría la atención que ha recibido por parte de los artesanos y comerciantes durante su visita en la Plaza de Ponchos? _____	87
Ilustración 7: Tiene conocimiento de que en la Plaza de Ponchos se venden artesanías extranjeras _____	88
Ilustración 8: ¿Cuál es el principal motivo por el cual usted adquiere una artesanía? Marque 3. _____	89
Ilustración 9: ¿Por qué medio se enteró acerca de la existencia de la Plaza de Ponchos? _____	90
Ilustración 10: ¿Cómo usted reconoce a la Plaza de Ponchos? _____	91
Ilustración 11: ¿Qué redes sociales más utiliza? _____	92
Ilustración 12: Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia comercial de la plaza de ponchos. _____	93
Ilustración 13: Considera que las artesanías extranjeras mejoran la variedad de productos disponibles en la Plaza de Ponchos. _____	94

Ilustración 14: Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado. _____ 95

Ilustración 15: Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo. _____ 96

Ilustración 16: Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos. _____ 97

Ilustración 17: Cruce de variables, preguntas 1. EDAD y 3. NACIONALIDAD _____ 98

Ilustración 18: Cruce de variables, preguntas 3. NACIONALIDAD y 4. FRECUENCIA DE VISITAS _____ 99

Ilustración 19: Cruce de variables, Preguntas 3. NACIONALIDAD y 9. ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERO ACERCA DE LA EXISTENCIA DE LA PLAZA DE PONCHOS? _____ 101

Ilustración 20: Cruce de variables, Preguntas 9. ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERO ACERCA DE LA EXISTENCIA DE LA PLAZA DE PONCHOS? y 10. ¿COMÓ USTED RECONOCE A LA PLAZA DE PONCHOS? _____ 102

Ilustración 21: Cruce de variables, Preguntas 7. TIENE CONOCIMIENTO DE QUE EN LA PLAZA DE PONCHOS SE VENDEN ARTESANIAS EXTRANJERAS y 12. CONSIDERA QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO CULTURAL EN LA ESENCIA COMERCIAL DE LA PLAZA DE PONCHOS? _____ 103

Ilustración 22: Cruce de variables, Preguntas 12. CONSIDERA QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO CULTURAL EN LA ESENCIA COMERCIAL DE LA PLAZA DE PONCHOS y 16. CONSIDERA USTED QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO NEGATIVO EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS _____ 105

Ilustración 23: Cruce de variables, Preguntas 13. CONSIDERA QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS MEJORAN LA VARIEDAD DE PRODUCTOS EN LA PLAZA DE

PONCHOS y 15. CREE QUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS ES COMPARABLE CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS LOCALES FABRICADOS EN OTAVALO. _____ 106

Ilustración 24: Cruce de variables, Preguntas 14. CONSIDERA QUE LA PRESENCIA DE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS EN EL AMBIENTE LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS TIENE UN IMPACTO EN LA COMPETENCIA. y 16. CONSIDERA USTED QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO NEGATIVO EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS. _____ 108

Ilustración 25: Cruce de variables, preguntas 4. FRECUENCIA DE VISITAS A LA PLAZA DE PONCHOS y 15. CREE QUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS ES COMPARABLE CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS LOCALES FABRICADOS EN OTAVALO. _____ 109

Ilustración 26: Cruce de variables, preguntas 3. NACIONALIDAD y 15. CREE QUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS ES COMPARABLE CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS LOCALES FABRICADOS EN OTAVALO. _____ 111

Ilustración 27: Cruce de variables, preguntas 4. FRECUENCIA DE VISITAS A LA PLAZA DE PONCHOS y 14. CONSIDERA QUE LA PRESENCIA DE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS EN EL AMBIENTE LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS TIENE UN IMPACTO EN LA COMPETENCIA DEL MERCADO. _____ 113

Ilustración 28: Cruce de variables, preguntas 4. FRECUENCIA DE VISITAS A LA PLAZA DE PONCHOS. y 16. CONSIDERA USTED QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO NEGATIVO EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS. _____ 114

Ilustración 29: Cruce de variables, preguntas 3. NACIONALIDAD y 10. ¿CÓMO USTED RECONOCE A LA PLAZA DE PONCHOS? _____ 115

Ilustración 30: Cuadro de correlaciones de Pearson _____ 117

Ilustración 31: Demanda de visitantes _____ 119

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Resumen del escenario político.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 2: Resumen del escenario económico.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 3: Resumen del escenario sociocultural.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 4: Resumen del escenario tecnológico</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 5: Resumen oportunidades y amenazas del microambiente</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 6: Análisis de impactos.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 7: Ficha técnica para entrevista a un artesano calificado de la Plaza de Ponchos</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 8: Ficha técnica para entrevista al coordinador de la comisión de la Plaza de Ponchos</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 9: Ficha técnica para entrevista a un artesano calificado de la Plaza de Ponchos.</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 10: Ficha técnica para observación directa en la Plaza de ponchos</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 11: Ficha técnica para observación directa en las calles principales de la Feria de la Plaza de ponchos</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 12: Ficha técnica para observación directa en la Modesto Jaramillo y Morales</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 13: Ficha técnica de Encuesta.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 14: Ficha de observación: Plaza de Ponchos</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 15: Ficha de observación: Calle Modesto Jaramillo entre Morales y Salinas.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 16: Fichas de observación directa: Calle Sucre desde la calle Quito hasta el Parque Bolívar.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 17: Tabla de tabulación de entrevistas a artesanos calificados.</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 18: Tabla de tabulación de entrevista.</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 19: Análisis correlacional 1</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 20: Análisis correlacional 2</i>	<i>123</i>

<i>Tabla 21: Análisis correlacional 3</i>	124
<i>Tabla 22: Análisis correlacional 4</i>	125
<i>Tabla 23: Análisis correlacional 5</i>	126
<i>Tabla 24: Análisis correlacional 6</i>	127
<i>Tabla 25: Análisis correlacional 7</i>	128
<i>Tabla 26: Mercado Meta</i>	130

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo analizar el impacto de la comercialización de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos, Otavalo, Ecuador, en comparación con las artesanías locales. La investigación se centra en identificar los efectos que la competencia extranjera ha tenido en la venta de productos tradicionales, así como en la preservación de la identidad cultural y el sustento económico de los artesanos locales. A través de un estudio de mercado, encuestas y entrevistas a artesanos, visitantes y autoridades locales, se examinan factores como la calidad, la demanda de productos, y las preferencias de los consumidores.

El análisis incluye la influencia de las artesanías extranjeras en la variedad de productos disponibles, la competencia que estas generan, y cómo la percepción de los compradores impacta el mercado. Se abordan las problemáticas derivadas de la disminución en las ventas de artesanías locales, así como las posibles medidas que podrían implementarse para proteger y promover la producción local sin afectar el comercio extranjero.

Los resultados obtenidos destacan la importancia de equilibrar la presencia de productos extranjeros en la plaza y garantizar la calidad de las artesanías locales, con el fin de preservar el patrimonio cultural de Otavalo y asegurar la sostenibilidad económica de sus artesanos.

Palabras clave

Artesanías locales

Comercialización

Competencia extranjera

Identidad cultural

Plaza de Ponchos

Abstract

The present study aims to analyze the impact of the commercialization of foreign handicrafts in the Plaza de Ponchos, Otavalo, Ecuador, compared to local crafts. The research focuses on identifying the effects that foreign competition has had on the sale of traditional products, as well as on the preservation of cultural identity and the economic livelihood of local artisans. Through market research, surveys, and interviews with artisans, visitors, and local authorities, factors such as quality, product demand, and consumer preferences are examined.

The analysis includes the influence of foreign handicrafts on the variety of products available, the competition they generate, and how consumer perceptions impact the market. The challenges arising from the decline in sales of local handicrafts are addressed, along with potential measures that could be implemented to protect and promote local production without affecting foreign trade.

The results highlight the importance of balancing the presence of foreign products in the plaza and ensuring the quality of local handicrafts in order to preserve Otavalo's cultural heritage and ensure the economic sustainability of its artisans.

Key words

Local crafts

Commercialization

Foreign competition

Cultural identity

Plaza de Ponchos

Capítulo I

1. Análisis situacional

1.1 Antecedentes

Ecuador es un país rico en cultura, tradiciones y costumbres, alberga una gran diversidad de flora y fauna así también como pueblos mágicos cada uno diferente al otro con una amplia variedad de elementos únicos. Otavalo ubicado en la Provincia de Imbabura es el hogar de la cultura Kichwa Otavalo conocidos por llevar su identidad a todo el mundo. Los Otavalos son mindalaes personas que han tenido que emigrar a otros países buscando nuevas oportunidades de vida, llevando consigo la música y las tradiciones que se practican en su pueblo.

Los Kichwa Otavalo son un pueblo que se extiende en varias comunidades de Imbabura no solo se encuentra en Otavalo. La lengua predominante es el quechua en cuanto a la vestimenta de los Otavaleños se sigue utilizando prendas tradicionales. Su principal actividad laboral es el trabajo agrícola y la producción y comercio textil.

(Peralta, 2019, p.32)

Años atrás los antepasados salían de sus comunidades a las ferias del centro de ciudad, comercializaban sus productos de maneras distintas a hoy en día. La feria se realizaba en el parque Bolívar ubicado en la misma ciudad de Otavalo, tiempo después se trasladó a Gonzáles Suárez, posterior a ello, se trasladó al Mercado 24 de mayo y finalmente se designó a la actual plaza de ponchos como único mercado artesanal. En la actualidad los días con mayor afluencia de turistas son los días sábados y domingos, mientras que los días que se pueden observar mayor concentración de vendedores son los miércoles y sábados. Es por esto que la convierte en el mercado artesanal al aire libre más grande de Sudamérica.

La creación de la Plaza de los Ponchos fue en 1929 en la elección de villa a cantón Otavalo, la feria se realizaba únicamente los días sábados, los productores ofrecían sus

productos teniéndoles en el piso. El nombre “Plaza Centenario” de la feria proviene por el año de su creación. (Plaza de los ponchos de Otavalo, s.f.)

Por la llegada de la globalización se han dado cambios, debido a la evolución en gustos y preferencias de los consumidores, ahora es más común las artesanías realizadas con máquinas textiles que las producidas a mano. Esto ha dado como resultado la creación de nuevas y modernas prendas de vestir, cambiando la vestimenta de los Kichwa-Otavalo. Las mejores condiciones económicas partir del año 2000, fomentaron nuevas oportunidades de comercio y la dolarización atrajo a artesanos extranjeros que ofrecen sus productos dentro de la plaza de ponchos, para mejorar sus condiciones de vida.

Varios estudios realizados por la Universidad de Otavalo en 2022, alrededor del 20% de las artesanías que se comercializan en Otavalo son de origen extranjero. La comercialización de artesanías extranjeras ha tenido un impacto positivo y negativo en la economía local, con efectos positivos como la generación de empleo y la diversificación de la oferta, y efectos negativos como la competencia con productos extranjeros más baratos y la distorsión del mercado. (Universidad de Otavalo, 2022)

En la actualidad Otavalo se ha convertido en el hogar de muchos artesanos extranjeros, esto implica que cada uno busca comercializar sus productos en la emblemática plaza de ponchos que es considerada como uno de los mercados artesanales más grandes de Sudamérica. Los artesanos Otavaleños mayormente ofrecen sus productos en la misma. Según un artículo publicado en el Diario La Hora el 20 de julio de 2022, “la cantidad de artesanos que venden en la Plaza de Ponchos varía según el día de la semana. Los días de mayor actividad son los sábados y domingos, cuando se pueden encontrar hasta 3.000 artesanos”. (La Hora, 2022).

Otavalo cuenta con una gran parte de la población con propias ideas y conocimientos que lo dinamizan en la creación de emprendimientos y nuevas ideas. Según el censo de población y

vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en 2020,” la población económicamente activa (PEA) de Otavalo es de 50.488 personas, lo que representa el 53,5% de la población total del cantón”. (INEC, 2020). De este porcentaje, según el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2020 (INEC, 2020), el 25,2% de la población económicamente activa de Otavalo trabaja en artesanías. Esto equivale a unas 10.400 personas.

Los artesanos otavaleños generan una importante suma de ingresos para el factor económico del país. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, la industria artesanal de Otavalo genera alrededor de \$100 millones de dólares al año. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022). Esto nos da un indicador constante de que el sector mueve grandes cantidades de dinero cada año en el país. El alto valor cultural de las artesanías es evidente no solo por lo económico sino también por el factor único y exclusivo que los artesanos les dan a sus productos. Según un estudio realizado por la Universidad de Otavalo en 2022, la Plaza de Ponchos alberga a más de 1.500 artesanos calificados. (Ayala, 2022). Al tener el título de artesano calificado cada persona cuenta con un valor extra para su producción y también un valor extra para su producto.

1.2 Planteamiento del problema

El comercio local en la Plaza de ponchos ha visto la introducción de productos extranjeros que han generado un impacto en la producción de las artesanías. Dichos productos buscan satisfacer otras necesidades que tienen los consumidores en este caso los turistas que visitan la plaza de ponchos. Productos como artesanías peruanas o bolivianas que dan paso a comprender la cultura de dichos países o así mismo los productos de china o de la india que también se pueden encontrar en el mismo espacio.

Es por esto que también se han visto cambios en la fabricación de las artesanías que han ido evolucionando y adaptándose a la actualidad del mercado. Los artesanos han ido innovando y

mejorando los procesos de producción con la adaptación de tecnología y maquinas textiles que facilitan la producción en masa. Como resultado se ha visto la reducción de artesanías hechas a mano por su alto costo de producción y tiempo.

Entorno a la problemática se ha presentado una interrogante, **¿Cómo determinar el impacto de la comercialización de artesanías extranjeras frente a las artesanías locales en la dinámica de la Plaza de Ponchos de Otavalo?**, esta pregunta pueda llevar a un amplio análisis de investigación para llegar a encontrar los puntos positivos y negativos que nos da el tema en cuestión.

El impacto comercial de los productos extranjeros es sin duda una realidad en los últimos años, la calidad que manejan además del precio son factores que influyen mucho en el comportamiento de compra del consumidor que también se ve reflejada en las artesanías locales. La fabricación de textiles en el extranjero sale más barata por el costo de la mano de obra y la tecnología que también implementan como las máquinas textiles es por ello que la presente investigación busca analizar el impacto de los productos extranjeros en la Plaza de Ponchos.

1.2.1 Interpretación del diagrama Causa – Efecto

Matriz Causa – Efecto

Problema: ¿Cómo determinar el impacto de la comercialización de las artesanías extranjeras frente a las artesanías locales en la dinámica de la Plaza de Ponchos de la ciudad de Otavalo?

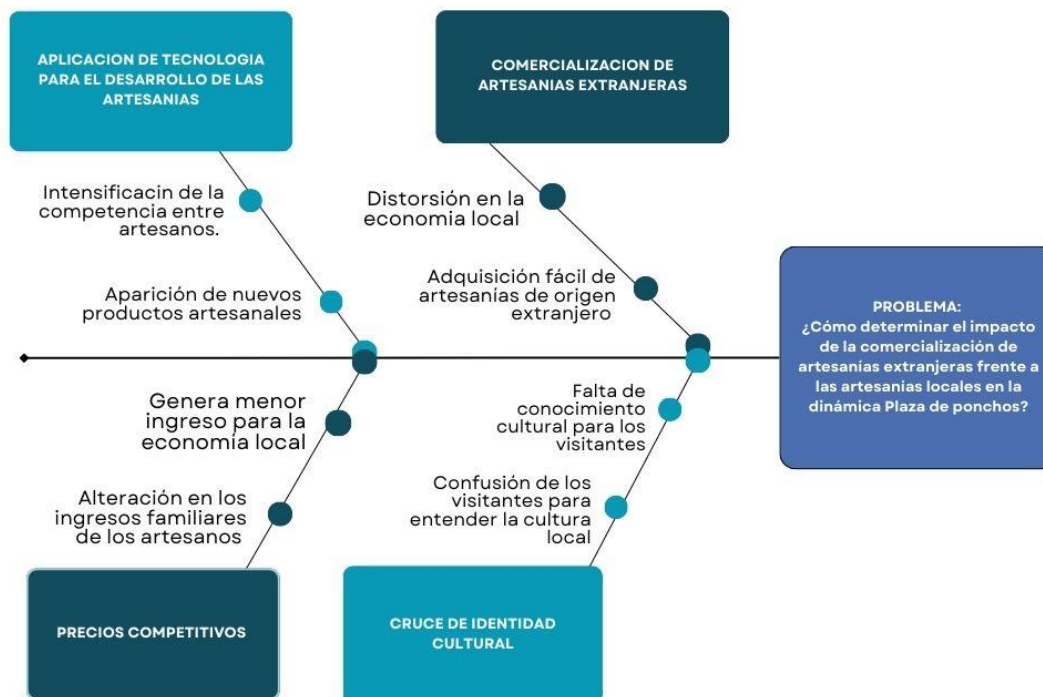


Ilustración 1: Diagrama Causa-Efecto

De acuerdo al Diagrama Causa – Efecto se puede evidenciar que las artesanías extranjeras han dado paso a un impacto comercial dentro de la ciudad de Otavalo específicamente en la plaza de ponchos. El comercio local y el extranjero han ido creciendo a medida que han pasado los años y han dado pie a una transformación en la distribución de las artesanías, los comerciantes locales compiten con los extranjeros para poder vender sus productos en este caso las artesanías que se desarrollan como los textiles, pulseras, collares, etc.

1.3 Objetivos del diagnóstico

1.3.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional para evaluar el impacto y los principales factores en la comercialización de las artesanías extranjeras y la competencia con las artesanías locales en la plaza de ponchos de la ciudad de Otavalo, provincia Imbabura.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis del ambiente interno y externo para entender la situación actual del tema de estudio.
- Identificar a través del análisis de matrices la situación real de la plaza de ponchos.
- Analizar los resultados del estudio para una mejor comprensión de la información obtenida.

1.4 Herramientas de análisis situacional estratégico

1.4.1 Análisis PEST

1.4.1.1 Análisis Político

En Ecuador, la Ley de Defensa del Artesano, considera “artesano” a quien desarrolla la actividad y trabajo personalmente, e invierte en su taller, en herramientas de trabajo, maquinaria o materia prima, un valor no superior al 25% del capital fijado. Esta Ley crea la Junta Nacional de Defensa del Artesano, que busca la promoción del sector, su capacitación, y es quien califica a los artesanos para gozar de beneficios fiscales y parafiscales. También crea el Tribunal de Disciplina Nacional, como instancia resolutoria de recursos administrativo y conflictos entre artesanos. (Fabara, 2018)

El artesano representa uno de los pilares en la contribución de la economía del país. Es por ello que gozan de políticas y leyes para la protección y autoría de su trabajo. En los últimos años los negocios artesanales han ido mejorando económicamente. Por su parte la Junta

artesanal brinda beneficios para los artesanos que decidan acogerse a las políticas de artesano calificado; las cuales son: beneficios laborales, beneficios tributarios y beneficios bancarios.

De manera específica para el sector artesanal, los recursos legislativos son los siguientes: Ley de Defensa al Artesano, Ley de Fomento Artesanal, Ley de Seguridad Social, Ley de Cooperativas y Reglamento en General, Ley de Equidad Tributaria, Ley de Promoción de la Inversión y de la Participación Ciudadana, así como también existen reglamentos y ordenanzas municipales que protegen a este sector. (Fabara, 2018)

La protección de los derechos del artesano ha brindado una ayuda a este sector que por años se ha mantenido en un costado por los gobiernos que han pasado. Sin embargo, no todos los artesanos del Ecuador gozan de estos derechos y leyes de protección por lo que prefieren seguir su trabajo desde un punto de vista más oculto para evitar acogerse al actual RIMPE y cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

En resumen, para mejorar el apoyo legal e institucional a la artesanía, se necesita; sobre todo, una mayor coordinación entre las diferentes instituciones de fomento y una mayor organización y movilización por parte de los artesanos. Todos los programas de capacitación, asistencia técnica, crédito, comercialización, etc., pueden tener éxito solamente si cuentan con el apoyo de un artesanado bien organizado. Por esto todo esfuerzo para mejorar sus condiciones de vida tiene que empezar con la concientización, auto ayuda, organización y movilización de los artesanos mismos. (Ayala, 1985)

Las leyes políticas de protección del artesano calificado brindan una ventaja competitiva para aquellos que logran acogerse, en la plaza de ponchos este escenario está dividido por que existen varias personas que tienen el título de artesano calificado y gozan de estos derechos de protección, pero así mismo el resto de las personas que no se han acogido a esta ley son artesanos que prefieren elaborar sus productos y comercializarlos de manera autónoma por lo cual no se rigen a ningún tipo de ley. Aquí el factor económico tiene mucho que ver porque

obtener el título de artesano calificado con lleva una inversión muy alta de dinero para las personas y en mucho de los casos la gente que trabaja produciendo artesanías vive al día o con lo que puede sacar semanalmente de la comercialización de los productos, por lo tanto, esta inversión de dinero no es una prioridad para ellos.

1.4.1.2 Análisis Económico

“De acuerdo a la información derivada del Estudio de Gestión Competitiva de las PYMES en el Ecuador, representan el 95% de las unidades productivas.” (Rodríguez-Mendoza & Aviles-Sotomayor, 2020). Los pequeños emprendimientos fortalecen la economía del país y brindan solución a las personas mediante sus activos de valor. En este contexto podemos vincular a los artesanos como creadores de sus pequeños emprendimientos y generando ingresos al estado.

Las PYMES realizan su actividad en el entorno territorial a partir de su responsabilidad social, como entidades que aportan a la solución de los problemas y las necesidades locales, con capacidad de dinamizar la economía y la gestión comercial de los productos, según la calidad y su demanda en el mercado. Mientras que en el diseño productivo y de gestión se empeñan en la solución de los problemas económicos y sociales, de manera que puedan cumplir su destinación económico-social en unión de otras microempresas, dando soluciones desde el nivel local partiendo de sus necesidades. (Rodríguez-Mendoza & Aviles-Sotomayor, 2020)

El sector productivo del Ecuador es el que mueve la economía del país, son los responsables de dar un recurso tangible a las personas y brindar un valor único y por lo general con una identidad cultural que fortalece el conocimiento ancestral de los productos fabricados en el Ecuador.

Conceptualizando la artesanía como una forma de producción específica se puede decir que la reproducción y transformación del artesanado depende, tanto de las

características internas de las unidades productivas de tipo artesanal como de las condiciones socioeconómicas generales que rigen en el país y de las formas de articulación de estas unidades a la economía nacional. (Ayala, 1985)

Según los indicadores de la Encuesta Estructural Empresarial realizada por el Instituto de Estadísticas y Censos (2016), la producción de las empresas pertenecientes a industrias manufactureras aportó con el 35,61% de la producción nacional, con 28.024 millones de dólares, realizando el mayor aporte al valor agregado con 6.375'549.867 millones de dólares. El sector manufacturero tiene más personal dedicado a actividades ambientales, 30,74% en tiempo completo y 38,37% en tiempo parcial; 4,54% de las empresas manufactureras cuentan con certificación ISO 14001 y las empresas grandes y medianas del sector manufacturero consumen el 53,13% de la energía de red pública, consumida por la industria. (Orellana-Quezada, 2017).

En el sector económico, la plaza de ponchos mueve a los pequeños emprendedores y les ofrece la posibilidad de comercializar sus productos y darse a conocer en el mercado. En términos comerciales, este lugar tiene un impacto económico significativo para el Ecuador porque al ser uno de los mercados artesanales al aire libre más grandes de Latinoamérica, atrae a la mayoría de turistas tanto locales como extranjeros y es aquí donde el mercado Centenario mueve tanto dinero y hace crecer a la economía local y de las PYMES que existen en Otavalo. Pero también existe mucha competencia local entre los mismos artesanos o emprendedores lo que tiende a lanzar productos con mejor calidad y a un precio competitivo.

1.4.1.3 Análisis Sociocultural

El aspecto social de Ecuador que cabe destacar en primer lugar por lo positivo son sus raigambres y tradiciones. Una de las mayores fuentes de riqueza es, sin lugar a duda, el carnaval, que se extiende por todas las zonas del país y que cuenta con múltiples particularidades. Manifestaciones tradicionales de estas fiestas son, por ejemplo, el festival

Pawkar Raymi en Peguche, el carnaval de Guaranda, la fiesta del Coangue, el Taita Carnaval o la Fiesta de las Flores y la Fruta. A esta última fiesta, por ejemplo, que se celebra en Ambato, acuden cada año alrededor de 300 mil turistas. (República, 2012)

“Entre 2021 y 2022, la vida de los habitantes del territorio nacional ha estado marcada, principalmente, por la aparente superación de la pandemia del Covid-19, la crisis de seguridad y la ligera reactivación económica.” (Ecuador: Cómo Ha Cambiado El País En El Último Año, 2023). En este contexto el ámbito social en el Ecuador se ha evidenciado principalmente por la Inseguridad que en los últimos años ha estado en aumento durante el gobierno de Guillermo Lasso. La decisión del ejecutivo de hace unos meses decretar la muerte cruzada sumergió al país en una crisis en todos los campos.

La reciente reactivación económica ha dado como resultado la activación de varios sectores uno de ellos son los productivos que están mayormente en manos de las familias de clase media baja y baja del Ecuador. El sector textil del Ecuador promueve una amplia gama de cultura y tradición en donde se pueden encontrar un patrimonio ancestral único. Los artesanos promueven la cultura mediante su trabajo y muestran al mundo lo multicultural que es Ecuador.

La riqueza de las artesanías muestra que es un ámbito dinámico, incluye procedimientos productivos rudimentarios que se mantienen a pesar de la incorporación de tecnologías sofisticadas y de industrialización, que dan lugar incluso a adaptaciones, transformaciones y en otros casos a la desaparición de diseños, conocimientos y tecnologías, o que también ratifican su persistencia. (Andrade, 2023)

El Ecuador es un territorio multicultural en el cual conviven distintas etnias y se practican muchas culturas, en la ciudad de Otavalo coexisten principalmente dos culturas: indígenas y mestizos; que por años han llevado a cabo actividades comerciales desde la ciudad y han logrado tener relevancia en el contexto social del Ecuador. Después de la pandemia y la

reciente apertura del mundo a la nueva realidad post-covid 19 se han adoptado nuevas formas de socialización y también se han quedado algunas normas de seguridad entre las personas, con la reciente crisis del Ecuador tanto a nivel político como económico, el ámbito social no se ha quedado atrás por lo que se puede ver que en la ciudad de Otavalo han llegado personas extranjeras o de propias de otras ciudades del Ecuador para ofertar sus productos para mejorar sus ingresos económicos, como la plaza de los ponchos es un lugar donde se exhiben todo tipo de artesanías se pueden también encontrar varios tipos de prendas de vestir o productos relacionados siendo ofertados por dichas personas. Esto provoca competencia con los locales y también genera una nueva realidad en el mundo de las artesanías otavaleñas.

1.4.1.4 Análisis Tecnológico

El último informe Ecuador Digital 2022 indica que este año cambió la forma de comunicación y el uso de redes sociales en el país tanto de las personas como de las marcas. Las descargas de aplicaciones como Telegram o Tik Tok tuvieron un incremento considerable. Esta última cuenta con más de 9 millones de dispositivos conectados promedios mensuales. (Ecuador Se Prepara Para Enfrentar La Digitalización En 2023, 2023)

En los últimos años el impacto de las redes sociales se ha visto incrementado por la pandemia del Covid-19. Las ventas en línea por redes sociales y la promoción de los productos han cobrado fuerza y ahora hay personas que tienen sus emprendimientos únicamente vía online y contactan con los posibles compradores mediante redes sociales. Tik tok es una de las plataformas más populares en la actualidad y las grandes empresas publicitan sus productos mediante esta red social; de igual forma los pequeños emprendimientos no se quedan atrás y crean contenido para estas plataformas para poder ofertar los productos que elaboran. “Para el final del 2023, Ecuador proyecta con 3,79 billones de dólares de transacciones en e-commerce y se espera que este crecimiento se mantenga en términos transaccionales,

contando con un incremento adicional de 800 millones adicionales (16,4%) en e-commerce para 2024.” (Prensario, 2023).

Respecto a la Conectividad en 2023 se muestra incremento en uso de redes y reducción del 20,95% de conexiones a Google mensuales. Por el lado del uso de las plataformas existe un mayor consumo en entretenimiento, con crecimiento en juegos, apuestas y compras; y finalmente respecto a e-Commerce, existe un crecimiento esperado de 800 millones (16,4%) en e-commerce para el cierre de 2023 vs 2022. (Prensario, 2023)

La plaza de ponchos se ha vuelto un emblema turístico del Ecuador. Ahora en la era digital se puede dar a conocer a este lugar por las redes sociales y páginas web para que se pueda poner en el ojo de todo el mundo. Las redes sociales son una herramienta para dar a conocer la cultura otavaleña y promocionar todos los productos que se ofrecen en este lugar y es así como la gente puede llegar a conocer mucho más a la plaza y la riqueza cultural de esta. Por lo tanto, pueden abrir las puertas a muchas oportunidades para darse a conocer en el extranjero a los artesanos que ofrecen sus productos.

Tabla 1

Resumen del escenario político

OPORTUNIDADES		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Leyes de Protección del artesano	Alto
2	Alianzas del comercio exterior para el sector textil	Medio
3	Recursos Legislativos del artesano	Alto
4	Concientización y Organización del consumo textil	Medio
AMENAZAS		
Ord.	Factor	Nivel de impacto

1	Exclusión de Derechos de los artesanos	Alto
2	Desconocimiento de la ley del artesano	Alto
3	Falta de Coordinación Institucional	Medio

Tabla 1: Resumen del escenario político

Fuente: Primaria

Elaborado: Autor

Tabla 2

Resumen del escenario económico

OPORTUNIDADES		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Acceso a créditos bancarios	Medio
2	Capital semilla	Medio
3	Aumento del poder adquisitivo	Medio
AMENAZAS		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Competencia Local entre Artesanos	Alto
2	Dependencia del Turismo	Medio
3	Condiciones Socioeconómicas Generales	Alto
4	Consumo de Energía en el Sector Manufacturero	Bajo

Tabla 2: Resumen del escenario económico

Fuente: Primaria

Elaborado: Autor

Tabla 3

Resumen del escenario sociocultural

AMENAZAS		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Crisis de conocimiento cultural	Alto
2	Competencia Extranjera en Otavalo	Alto
3	Crisis de Seguridad	Alto
4	Ingreso de otras culturas/ personas y productos artesanales	Alto
OPORTUNIDADES		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Riqueza Cultural y Tradiciones	Alto
2	Reconocimiento internacional del destino “Plaza de ponchos”	Alto
3	Multiculturalidad en Otavalo	Alto
4	Evolución del nivel sociocultural de la gente	Medio

Tabla 3: Resumen del escenario sociocultural

Fuente: Primaria

Elaborado: Autor

Tabla 4

Resumen del escenario tecnológico

OPORTUNIDADES		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Auge del Comercio Electrónico	Alto

2	Promoción a través de Redes Sociales	Alto
3	Digitalización de la Plaza de Ponchos	Alto
4	Conexión Directa con Compradores	Medio

AMENAZAS		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Dependencia de las Redes Sociales	Alto
2	Crecimiento Esperado en e-Commerce	Alto
3	Falta de interés de promocionar los destinos turísticos	Bajo

Tabla 4: Resumen del escenario tecnológico

Fuente: Primaria

Elaborado: Autor

Tabla 5

Resumen oportunidades y amenazas del Macroambiente

OPORTUNIDADES		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Leyes de Protección del artesano	Alto
2	Alianzas del comercio exterior para el sector textil	Medio
3	Recursos Legislativos del artesano	Alto
4	Concientización y Organización del consumo textil	Medio
5	Acceso a créditos bancarios	Medio
6	Capital semilla	Medio
7	Aumento del poder adquisitivo	Medio

8	Riqueza Cultural y Tradiciones	Alto
9	Reconocimiento internacional del destino “Plaza de ponchos”	Alto
10	Multiculturalidad en Otavalo	Alto
11	Evolución del nivel sociocultural de la gente	Medio
12	Auge del Comercio Electrónico	Alto
13	Promoción a través de Redes Sociales	Alto
14	Digitalización de la Plaza de Ponchos	Alto
15	Conexión Directa con Compradores	Medio
AMENAZAS		
Ord.	Factor	Nivel de impacto
1	Exclusión de Derechos de los artesanos	Alto
2	Desconocimiento de la ley del artesano	Alto
3	Falta de Coordinación Institucional	Medio
4	Competencia Local entre Artesanos	Alto
5	Dependencia del Turismo	Medio
6	Condiciones Socioeconómicas Generales	Alto
7	Consumo de Energía en el Sector Manufacturero	Bajo
8	Crisis de conocimiento cultural	Alto
9	Competencia Extranjera en Otavalo	Alto
10	Crisis de Seguridad	Alto
11	Ingreso de otras culturas/ personas y productos artesanales	Alto
12	Dependencia de las Redes Sociales	Alto
13	Crecimiento Esperado en e-Commerce	Alto

14	Falta de interés de promocionar los destinos turísticos	Bajo
----	---	------

Tabla 5: Resumen oportunidades y amenazas del microambiente

Fuente: Primaria

Elaborado: Autor

1.4.2 Análisis interno

Con el siguiente análisis se va a tomar en cuenta las principales fortalezas y debilidades del lugar de estudio. Se identificarán las principales características fundamentales para el análisis interno.

1.4.2.1 Cadena de valor (Lugar de estudio)

1.4.2.1.1 Actividades de soporte

1.4.2.1.1.1 Infraestructura

Instalaciones: la infraestructura física de la plaza de ponchos se compone por puestos de ventas en forma de callambas que simulan una especie de hongos, cuenta con áreas comunes y servicios sanitarios.

Ilustración 2

Ilustración 2: Estructura de la plaza de ponchos (en forma de callambas)



Tomado de: La plaza centenario (Plaza de ponchos) de Otavalo-Ecuador. Estudio y análisis para su conservación y puesta en valor. Villalba, 2017.

Tecnología: algunos comerciantes cuentan con conexiones a internet y se pueden incluir puntos de venta con comercio electrónico como las transferencias electrónicas

1.4.2.1.1.2 Gestión de talento humano

Fuerza laboral: La plaza de ponchos principalmente está organizada por asociaciones con su respectivo presidente o representante que se encarga de los trámites legales o el dialogo con las autoridades municipales y cuenta con artesanos con una experiencia amplia y conocimiento en tradiciones ancestrales, cantidad considerable de comerciantes presentes en la plaza de ponchos. Además, se encuentran distintas asociaciones de cocheros que se encargan de llevar y guardar la mercadería de los artesanos que se encuentra en las bodegas cercanas a la plaza de ponchos.

Programas de capacitación: Para mejorar los conocimientos en técnica de ventas, negociación y estrategias de mercadeo se considera la implementación de programas o capacitaciones.

1.4.2.1.1.3 Desarrollo de tecnología

Tecnología de venta: implementación de material tecnológico para las promociones en línea y transacciones electrónicas.

Innovación artesanal: incorporación de nuevas técnicas y diseños para la creación de artesanías implementando innovación tecnológica. No se tiene una fecha específica de la implementación de la tecnología en el ámbito artesanal porque se ha ido incorporando en diferentes etapas y de diversas maneras en la producción artesanal a lo largo de los años.

1.4.2.1.1.4 Compras

Relaciones con proveedores: mejorar la interacción entre proveedores y artesanos mediante la evaluación de materias primas.

Negociación: desarrollo de técnicas y estrategias para implementar precios competitivos y favorables al consumidor.

1.4.2.1.2 Actividades primarias

1.4.2.1.2.1 Logística de entrada

Abastecimiento de materias primas: para garantizar a los artesanos la disponibilidad de materia prima con una coordinación eficiente.

Gestión de inventarios: buen manejo y control de los inventarios de los productos ofertados por los artesanos para evitar escasez.

1.4.2.1.2.2 Operaciones

Proceso de producción: una correcta coordinación en la producción y elaboración de los productos artesanales

Control de calidad: los productos artesanales se tienen que acoger a los estándares de calidad, garantizando una alta confección y manufactura de los de las artesanías.

1.4.2.1.2.3 Marketing y ventas

Estrategias de marketing: estrategias de promoción a la plaza de ponchos como destino

turístico.

Canales de ventas: implementación de canales digitales y reforzar los canales tradicionales para llegar a diversos clientes potenciales y turistas.

Relación con los clientes: fomento de la interacción directa y correcto manejo de la atención al cliente con posibles compradores y turistas que visitan la plaza de ponchos.

1.4.2.1.2.4 Servicio

Atención al cliente: considerar garantizar una experiencia cálida y positiva a los visitantes de la plaza de ponchos.

Retroalimentación del cliente: recolección de críticas y comentarios por parte de los turistas y compradores para mejorar la experiencia y oferta de los productos.

1.4.2.1.3 Localización

1.4.2.1.3.1 Macrolocalización

Factores macroeconómicos: la economía ecuatoriana influye en el turismo y el comercio de la plaza de ponchos

Regulaciones gubernamentales: requisitos de cumplimiento de normativas locales y nacionales.

Acceso a recursos: rentabilidad en acceso a materias primas y disponibilidad en el talento artesanal de la región

Ubicación: La Plaza de Ponchos está ubicada en Ecuador, en la región Sierra, provincia de Imbabura, en la ciudad de Otavalo.

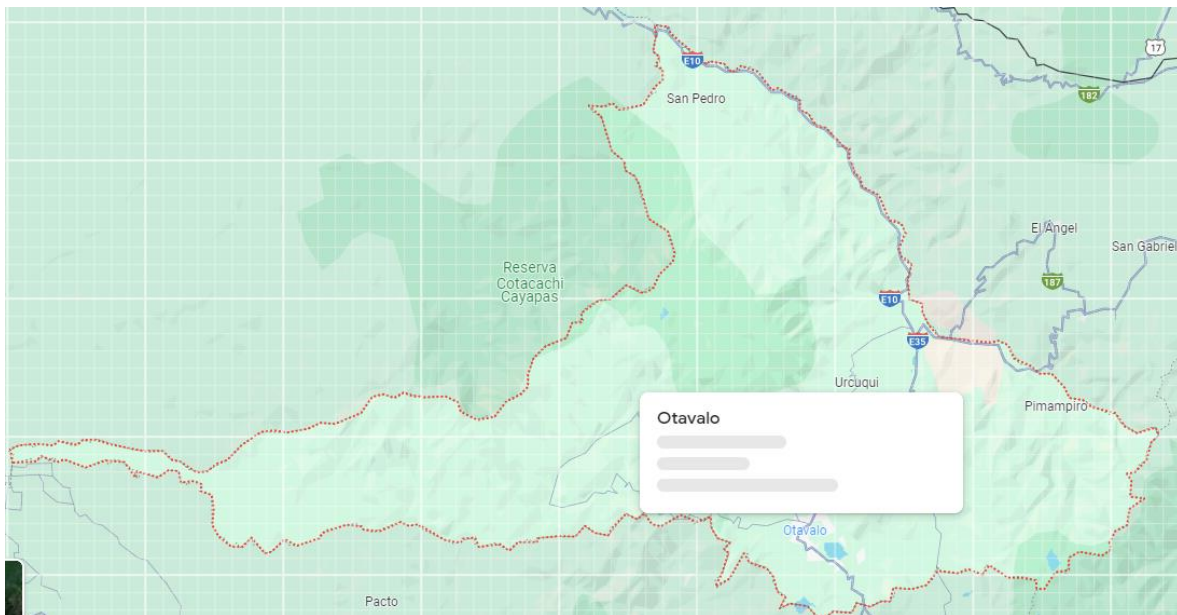


Ilustración 3: Ubicación del cantón Otavalo

Fuente: primaria.

Elaborado por: El autor

1.4.2.1.3.2 Microlocalización

Accesibilidad del sitio: entorno de fácil acceso a los turistas y compradores locales.

Demografía local: conocimiento de las preferencias de los visitantes y patrones de compra de los consumidores.

Competencia en la zona: estrategias para mejorar la competitividad y evaluación local de la competencia.

Ubicación: La plaza de Ponchos está ubicada en la ciudad de Otavalo, entre las calles Sucre y Modesto Jaramillo, Salinas y Quiroga.

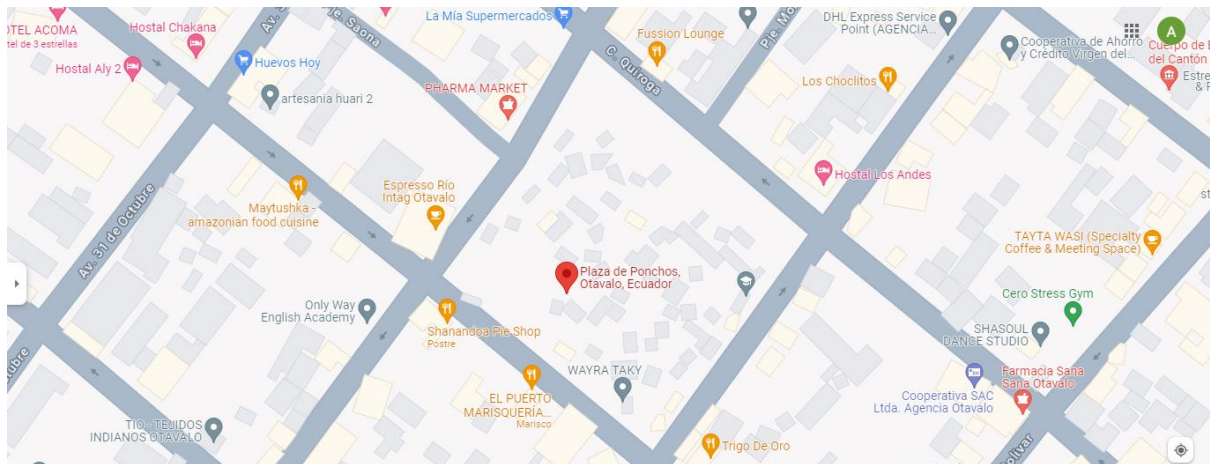


Ilustración 4: Ubicación de la Plaza de Ponchos

Fuente: Primaria

Elaborado por: El autor

1.4.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Las 5 Fuerzas de Porter es un diagrama estratégico muy utilizado en el sector de los negocios que sirve para analizar las fuerzas competitivas de una empresa. De esta forma, aprovechar las oportunidades presentes del mercado y a su vez disminuir las posibles amenazas. (Simla.com, 2021)

1.4.3.1 Poder de negociación de los compradores (clientes) BAJA

Los productos de la plaza de ponchos destacan por su autenticidad y la singularidad que los caracterizan lo que provoca que el consumidor conecte de manera emocional y se reduzca la voluntad de cambiar a otros mercados. Se puede fortalecer este punto con estrategias para promover el aumento de la negociación de los clientes, además para que la Plaza de Ponchos pueda llegar a posicionarse de mejor manera en la mente de los compradores.

1.4.3.2 Poder de negociación de los proveedores BAJA

Las relaciones y la cooperación entre artesanos y proveedores son esenciales para establecer una colaboración directa lo que garantiza una disponibilidad constante de productos únicos

que son claves para la producción. Como elemento clave pueden ser las campañas de apoyo a los artesanos para fortalecer las relaciones.

1.4.3.3 Amenaza de nuevos competidores MODERADA

Es una realidad la entrada de nuevos competidores, pero se puede moderar tomando medidas.

La implementación de un sistema de certificación para garantizar la originalidad de los productos que son vendidos en la plaza y así certificar la creación a los artesanos, esto dificultaría la entrada de nuevas artesanías que no cumplan con los estándares de calidad.

1.4.3.4 Amenaza de productos o servicios sustitutos BAJA

La plaza de ponchos proporciona un alto valor cultural a los productos que se elaboran, además; la experiencia para el cliente y la autenticidad de los productos son difíciles de replicar. Para promover la singularidad se pueden ofrecer eventos culturales, experiencias turísticas únicas en los talleres donde se fabrican los productos y le muestren al consumidor el valor cultural y la riqueza textil de la plaza de ponchos.

1.4.3.5 Intensidad de la rivalidad entre competidores existentes MODERADA

Un factor clave es saber diferenciarse de la competencia añadiéndole un valor extra al producto. Los Indígenas otavaleños son reconocidos en todo el mundo por su presencia en varios países a donde llevan su cultura y sus productos. Entre ellos las artesanías representan una participación importante en las ferias artesanales internacionales o la colaboración son diseñadores reconocidos.

Gráfico de las 5 fuerzas de Porter para medir la competitividad del sector en el que se centra la investigación.

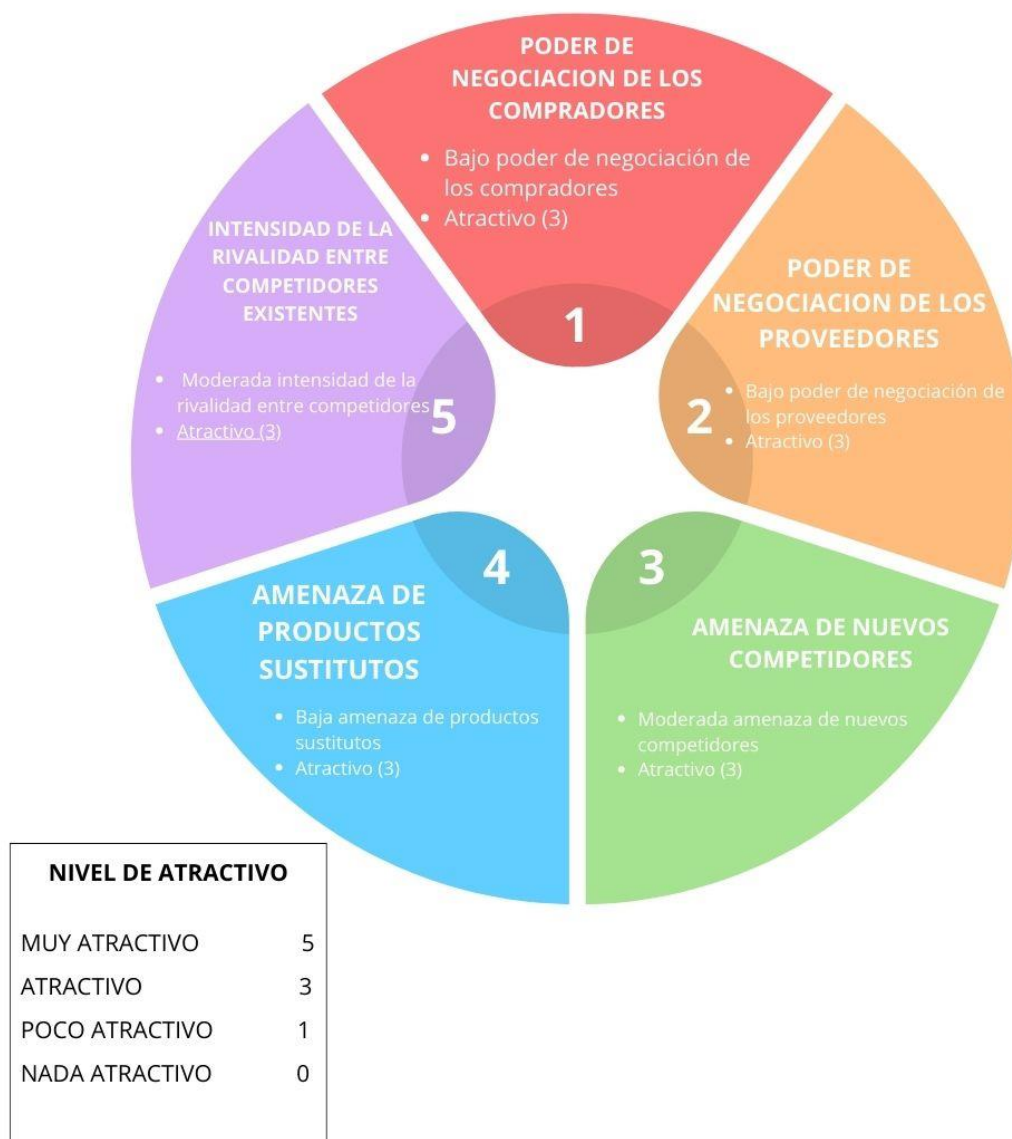


Ilustración 5: Matriz de competitividad de Porter

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autor

Tabla 6*Tabla 6: Análisis de impactos.*

	Poder de negociación de los compradores	Poder de negociación de los proveedores	Amenaza de nuevos competidores	Productos sustitutos	Rivalidad entre los competidores	Subtotal	Promedio
Detalle	Riesgo bajo	Riesgo bajo	Riesgo moderado	Riesgo bajo	Riesgo moderado		
Nivel de atractivo	3	3	3	3	3	3	Atractivo
Clasificación	Oportunidad de medio impacto	Oportunidad de medio impacto	Oportunidad de medio impacto	Oportunidad de medio impacto	Oportunidad de medio impacto		

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autor

1.5 Identificación del problema diagnóstico

Después de llevar a cabo los respectivos análisis mediante técnicas especializadas, como el estudio interno del lugar, la aplicación del análisis PEST en el sector y el pertinente análisis FODA, se ha recopilado información clave para identificar el problema diagnóstico.

En la actualidad, la Plaza de Ponchos se destaca como uno de los mercados artesanales al aire libre más grandes de Latinoamérica. No obstante, surge una realidad innegable: en este

espacio, se encuentran artesanías de otros países, comercializadas por ciudadanos extranjeros que buscan oportunidades de negocios o mejorar su situación económica en Ecuador.

A lo largo de los años, hemos presenciado la evolución de nuevas formas y herramientas para la creación de artesanías a nivel mundial. Es precisamente por este motivo que las artesanías de los kichwa Otavalo adquieren una relevancia especial. No solo llevan consigo una rica historia, sino que también destacan por sus técnicas de elaboración y confección, transmitidas en ocasiones por los ancestros y que perduran hasta el día de hoy. Sin embargo, la realidad en Ecuador refleja una tendencia preocupante: se está perdiendo gradualmente el valor asignado a las artesanías autóctonas, mientras que se otorga una mayor apreciación a las provenientes de otras partes de Latinoamérica. Este fenómeno impacta directamente en la cultura local y puede llegar a generar confusión entre aquellos que visitan la ciudad de Otavalo con el deseo de sumergirse en la autenticidad de sus tradiciones y cultura a través de elementos creados por sus propios habitantes. Es esencial abordar esta problemática para preservar la identidad cultural y fomentar el valor de las creaciones locales. Considerando lo expuesto anteriormente y tomando en cuenta el contexto proporcionado por toda la información recopilada, se ha determinado la pertinencia de llevar a cabo el **"Análisis del impacto de la comercialización de las artesanías extranjeras frente a las artesanías locales en la plaza de ponchos, ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura"**. Este estudio tiene como objetivo explorar de manera más detallada la realidad de la introducción de artesanías extranjeras en este contexto específico, mediante la aplicación de técnicas especializadas diseñadas para este estudio de campo.

Este análisis se propone examinar minuciosamente cómo la presencia y comercialización de artesanías extranjeras impactan en el tejido cultural y económico de la Plaza de Ponchos. Se utilizarán metodologías específicas para evaluar la influencia de estas artesanías foráneas en

la apreciación y demanda de las creaciones locales. Además, se pretende identificar las posibles consecuencias sobre las tradiciones artesanales autóctonas y la percepción de la cultura local por parte de quienes visitan este emblemático lugar.

Este estudio, al enfocarse en técnicas especializadas adaptadas a la realidad del terreno, aspira a proporcionar una visión más precisa y profunda de los efectos derivados de la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos, permitiendo así la formulación de estrategias pertinentes para preservar y promover la autenticidad cultural y económica de esta destacada región.

1.6 Fundamentación Teórica

Marco teórico

Para mejorar la comprensión de este trabajo de investigación, es necesario comenzar por definir de manera detallada y exhaustiva los conceptos básicos que constituyen el fundamento del tema en estudio. Esto posibilitará obtener un conocimiento más profundo y significativo sobre diversos términos clave que se encuentran dentro del marco teórico de la investigación.

Artesanía

Según la UNESCO (2003): es la producción de objetos a mano o con la ayuda de herramientas simples, utilizando técnicas tradicionales transmitidas de generación en generación. Se caracteriza por la creatividad individual del artesano, la calidad de los materiales y la singularidad de cada pieza.

Para obtener una comprensión más completa, podemos definir la artesanía como un objeto de gran valor cultural, elaborado mediante técnicas transmitidas de generación en generación. La artesanía se distingue por representar la identidad de cada cultura, lo que nos brinda una mayor comprensión y apreciación de la misma.

Cultura

Según Williams (1977): "La cultura es un proceso social en el que se crean significados y valores."

Según Geertz (1973): "La cultura es un sistema de símbolos y significados que los seres humanos utilizan para interpretar y comprender el mundo."

Competencia

Según Colloredo (2001): se refiere a la capacidad de un artesano o una empresa artesanal para ofrecer productos que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes, en un mercado donde existen otros artesanos y empresas que ofrecen productos similares.

Podemos entender la competencia como la presencia de una variedad de productos que comparten similitudes en sus características y que se ofrecen en el mismo mercado o lugar.

Este contexto competitivo implica que los consumidores tienen opciones entre varios productos que cumplen funciones o satisfacen necesidades similares, lo que genera una dinámica en la que los fabricantes y proveedores deben diferenciarse y destacar para atraer a los clientes.

Impacto económico

Según el Banco Mundial (2023): se refiere a los efectos que una actividad o evento tiene sobre la economía de un país, región o sector. Estos efectos pueden ser positivos o negativos, y pueden ser directos o indirectos.

Para tener una idea más clara el impacto económico es el efecto generado por una causa que provoca cambios significativos en el sector económico de una determinada población. Estos cambios pueden manifestarse tanto en términos positivos, generando beneficios y

oportunidades para los habitantes de esa población, como en términos negativos, ocasionando desafíos y dificultades que afectan a la comunidad en cuestión.

Consumidor

Según Kotler (2016): "Un consumidor es cualquier persona que toma decisiones de compra relacionadas con la adquisición y el uso de bienes y servicios."

En líneas generales, podemos definir al consumidor como aquella persona o entidad que crea una demanda de bienes o servicios, los cuales los oferentes intentan satisfacer para cubrir sus necesidades o deseos.

Globalización

"El proceso por el cual las fronteras nacionales se vuelven menos importantes a medida que las personas, las empresas y los gobiernos interactúan más entre sí a través de Internet, el transporte y el comercio." (Banco Mundial (2023). Globalización.)

La globalización es un término que ha estado en boca de todos en los últimos años, y se refiere a la interconexión de personas en todo el mundo. Este proceso permite que lugares distantes puedan estar conectados de manera que la distancia ya no sea una barrera para la interacción o la comunicación informativa.

Investigación de mercado

La investigación de mercados es el proceso sistemático de diseño, recolección, análisis e interpretación de datos y la información con el propósito de: identificar y evaluar oportunidades y problemas de marketing; generar, refinar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño del marketing; y mejorar la comprensión del proceso de marketing. (Malhotra, 2010)

Según Kotler (2016): "El proceso de obtener información sobre el mercado para identificar y evaluar oportunidades de marketing y desarrollar estrategias de marketing efectivas."

La investigación de mercados es un proceso mediante el cual se obtiene información específica de una región determinada. Esta información nos capacita para desarrollar estrategias efectivas y abordar de manera más precisa las problemáticas que enfrenta el área de estudio.

Segmentación de mercado

Según Solomon (2016): "La segmentación de mercado es un proceso para identificar grupos de consumidores con características similares en términos de sus necesidades, deseos y comportamiento."

La segmentación de mercado implica dividir y categorizar a la población en grupos específicos que comparten características similares. Este proceso tiene como objetivo satisfacer de manera más efectiva sus deseos y necesidades.

Mercado artesanal

Según Bolívar (2018): Un mercado artesanal es un espacio donde se comercializan productos elaborados a mano por artesanos, generalmente de forma directa al consumidor. Estos mercados suelen ser espacios de encuentro e intercambio cultural, donde se pueden encontrar productos únicos y originales.

Análisis de datos

El análisis de datos es un proceso sistemático que permite obtener información valiosa de los datos para ayudar a las organizaciones a tomar decisiones mejor informadas. Incluye la recopilación, integración, limpieza, transformación y modelado de los datos. (IMF, 2023).

Análisis de datos Bivariado

El análisis bivariante es un método estadístico que examina cómo se relacionan dos cosas diferentes. El análisis bivariante pretende determinar si existe un vínculo estadístico entre las dos variables y, en caso afirmativo, con qué intensidad y en qué dirección. (Ortega, s.f.)

Software SPSS

“La plataforma de software IBM SPSS ofrece análisis estadístico avanzado, una amplia biblioteca de algoritmos de aprendizaje automático, análisis de texto, extensibilidad de código abierto, integración con big data y una implementación fluida en aplicaciones.”

(Software SPSS / IBM, 2024)

Coefficiente correlacional de Pearson

“Un método propio de la estadística paramétrica, que no solo se usa para conocer la relación entre dos variables cuantitativas, sino también para la predicción de una variable.” (Cimec, 2021)

Capítulo II

2. Estudio de mercado

2.1 Situación del problema

Actualmente, la Plaza de Ponchos en Otavalo, Ecuador, se enfrenta a un contexto de presencia de artesanías extranjeras en su mercado tradicional. Este fenómeno plantea desafíos significativos para los artesanos locales y la sostenibilidad cultural y económica de la comunidad kichwa-otavalo. Ante esta situación, se hace necesario llevar a cabo un estudio detallado que permita comprender a fondo el impacto de las artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos, así como identificar estrategias para preservar la identidad cultural y el sustento de los artesanos locales.

El propósito de este estudio es analizar de manera exhaustiva el fenómeno de la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos, así como identificar sus implicaciones actuales. Se busca comprender los motivos y las preferencias de los consumidores al adquirir artesanías, así como evaluar el impacto en los ingresos y la calidad de vida de los artesanos locales. Además, se pretende proponer estrategias y acciones que contribuyan a mitigar los efectos negativos y fortalecer la posición de los artesanos locales en el mercado.

El crecimiento global de la Plaza de Ponchos, reconocida como uno de los mercados artesanales al aire libre más grandes y coloridos de Sudamérica, ha atraído la atención de ciudadanos de diversas partes del mundo. Este atractivo turístico no solo se traduce en la admiración de la diversidad cultural local, sino también en la adquisición masiva de productos locales por parte de los visitantes internacionales. Sin embargo, la popularidad de la plaza también ha llevado a la llegada de personas extranjeras en busca de oportunidades de negocio, lo que ha introducido sus propias ideas, costumbres y tradiciones en la dinámica de trabajo de la plaza.

Este fenómeno, que se ha observado a lo largo de los años, ha dado lugar a la presencia significativa de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos. Si bien esta internacionalización puede ser enriquecedora en términos de diversidad, también plantea desafíos notables. La dificultad para los turistas de distinguir entre productos locales y extranjeros se intensifica debido a similitudes culturales que trascienden las fronteras de Ecuador. Además, la competencia entre artesanos locales y extranjeros genera impactos económicos tanto a nivel local como nacional, complicando aún más la dinámica del mercado artesanal.

La introducción persistente de artesanías extranjeras en la plaza no solo puede confundir a los turistas, sino que también plantea interrogantes sobre la autenticidad cultural y la preservación de las tradiciones locales. En este contexto, surge la necesidad de un análisis exhaustivo para comprender mejor las implicaciones económicas y culturales de esta dinámica, así como para formular estrategias que fomenten la sostenibilidad de los emprendimientos locales y preserven la identidad cultural única de Otavalo. La responsabilidad de fomentar el turismo comercial y la cultura recae en las autoridades del cantón, quienes enfrentan el desafío de equilibrar la apertura a la globalización con la protección de la rica herencia cultural de la región.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

Analizar la dinámica comercial en la Plaza de Ponchos de Otavalo, Ecuador, en el primer trimestre del 2024, con un enfoque en la confección y comercialización de artesanías. El estudio se centra en comprender las tendencias del mercado, las preferencias del consumidor, la competencia local e internacional, así como los impactos económicos y culturales asociados con la presencia de artesanías extranjeras.

2.2.2 Objetivos específicos

- Analizar las preferencias del consumidor
- Evaluar la competencia local e internacional
- Medir el impacto económico y cultural.
- Identificar la causa de la baja de ventas de las artesanías locales
- Explicar la razón de la pérdida de la identidad cultural

2.3 Justificación de la investigación

La presente investigación surge como respuesta a la necesidad de comprender a fondo la dinámica comercial en la emblemática Plaza de Ponchos de Otavalo, Ecuador, con un enfoque particular en la influencia de las artesanías extranjeras en este reconocido mercado indígena. La Plaza de Ponchos no solo representa un centro de comercio vibrante y colorido, sino que también es un símbolo arraigado de la identidad cultural kichwa-otavalo. Sin embargo, la creciente presencia de productos extranjeros en este entorno plantea interrogantes significativos sobre la preservación de la autenticidad cultural y los efectos económicos en la comunidad local.

Uno de los motivos fundamentales para llevar a cabo esta investigación radica en la necesidad de salvaguardar la riqueza cultural que define a Otavalo. Las generaciones pasadas han legado un legado invaluable de técnicas de textilería y habilidades artesanales, siendo estas tradiciones el alma misma de la Plaza de Ponchos. El estudio busca evaluar el impacto de la introducción de artesanías extranjeras en este contexto, comprendiendo cómo esta influencia puede afectar la transmisión de tradiciones y la percepción de autenticidad por parte de la comunidad y los visitantes.

Desde una perspectiva económica, la Plaza de Ponchos es una fuente esencial de ingresos para los emprendedores locales. El estudio se propone analizar la competencia entre

productos locales y extranjeros, evaluando los posibles desplazamientos económicos y formulando estrategias que fortalezcan la sostenibilidad económica de los emprendimientos locales. Además, en un mundo cada vez más globalizado, la reputación de la Plaza de Ponchos a nivel mundial está en juego. Entender cómo la introducción de artesanías extranjeras afecta su competitividad global permitirá formular estrategias que preserven su atractivo internacional mientras se ajustan a las cambiantes dinámicas del mercado global.

2.4 Aspectos metodológicos

2.4.1 Enfoque de investigación

Investigación mixta

La investigación mixta implica combinar los enfoques cualitativo y cuantitativo en un mismo estudio. Sobre un estudio cuantitativo que nos ofrezca unos resultados llamativos en alguna de sus variables y que afecte a una determinada franja de población, se puede utilizar posteriormente un estudio cualitativo en esa franja poblacional para comprender mejor el fenómeno. (SalusPlay, 2018)

La presente investigación se realizará de ambos métodos debido a que requiere técnicas e instrumentos que con lleva implicar a ambos. Se presentarán herramientas e instrumentos que ayudarán a desarrollar de mejor manera el diagnóstico de la situación.

Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación. (Ortega, s.f.)

Esta investigación servirá como herramienta estadística para determinar mediante datos relevantes el impacto en el comercio local de las artesanías, se medirán los datos obtenidos y se proyectara con los mismos resultados que ayuden con el análisis de la comercialización.

Investigación cualitativa

La investigación cualitativa es un método para recoger y evaluar datos no estandarizados. En la mayoría de los casos se utiliza una muestra pequeña y no representativa con el fin de obtener una comprensión más profunda de sus criterios de decisión y de su motivación. (Qualtrics, s.f.)

Con esta investigación se profundizará en el tema del comportamiento de compra de los consumidores de las artesanías extranjeras en el lugar de estudio. Se analizará las motivaciones y las razones de las decisiones de compra y preferencias.

2.4.2 Tipos de investigación

Conforme a lo que el estudio requiere se ha decidido aplicar de tipos de investigación, las cuales son de tipo exploratoria y descriptiva. Esto en base a que la naturaleza del estudio implica analizar la dinámica comercial en la plaza de ponchos de Otavalo, con énfasis en la presencia de las artesanías extranjeras.

Investigación exploratoria

La investigación exploratoria es un tipo de investigación que se utiliza para estudiar problemas poco conocidos o poco estudiados, con el fin de obtener una comprensión general y orientar investigaciones posteriores. Ayuda a responder preguntas sobre qué, por qué y cómo. (Cimec, 2023)

La investigación exploratoria es adecuada para abordar situaciones en las que existe poca información disponible y se requiere una comprensión inicial del problema. La introducción de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos es un fenómeno que puede no haber sido

completamente estudiado, por lo que una fase exploratoria ayudaría a identificar y comprender las diversas dimensiones del problema.

Investigación descriptiva

Una investigación descriptiva es aquella que busca el “qué” del objeto de estudio, más que el “por qué”. Como su nombre lo indica, busca describir y explicar lo que se investiga, pero no dar las razones por las cuales eso tiene lugar. (Másters, 2021)

La investigación descriptiva se enfoca en caracterizar, describir y presentar de manera detallada los aspectos clave de un fenómeno. Dado que el estudio busca analizar tendencias, preferencias del consumidor, competencia e impactos económicos y culturales, la investigación descriptiva sería fundamental para proporcionar un panorama detallado de la situación actual en la Plaza de Ponchos.

2.4.3 Método de investigación

Encuesta

Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa. (Terrerros, 2021, p.11)

La técnica de la encuesta se realizará al momento de la investigación de mercados, esta herramienta ayudará a obtener información más precisa y clara con preguntas planteadas estratégicamente para la posterior tabulación.

Entrevistas

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al

simple hecho de conversar; es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. (Feria, Matilla & Mantecón, 2020, p.8)

Con esta técnica aplicaremos un cuestionario de preguntas para poder profundizar en temas específicos y los cuales ayuden como apoyo a la encuesta para obtener información más precisa.

Observación directa

El método de observación directa es un método de recolección de datos que consiste básicamente en observar el objeto de estudio dentro de una situación particular. Todo esto se hace sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente en el que se desenvuelve el objeto. De lo contrario, los datos que se obtengan no van a ser válidos.

(OKDIARIO, 2019)

Esta técnica se va a realizar para observar de manera concreta el comportamiento de las personas en el lugar de estudio con el fin de recolectar información más detallada para la investigación.

Capítulo III

3. Desarrollo del estudio de mercado

3.1 Fuentes de investigación

3.1.1 Fuentes Secundarias

3.1.1.1 Análisis Internacional

3.1.1.1.1 Actualidad

Se prevé que el mercado de artesanías siga creciendo a un ritmo constante en los próximos años, especialmente durante el período de pronóstico 2023-2028, con una CAGR del 11,8%. Se estima que el mercado alcance a un valor de USD 1276,12 mil

millones en 2028, y mientras tanto, en 2022 el valor fue de USD 704,7 mil millones.

(Mercado de Artesanías, Crecimiento, Informe 2024-2032, 2024)

Se proyecta un crecimiento continuo en el mercado de artesanías a un ritmo constante en los próximos años, particularmente durante el periodo de pronóstico 2023-2028, con una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (CAGR) del 11,8%. Se estima que el mercado alcanzará un valor de USD 1276,12 mil millones para el año 2028. En comparación, el valor registrado en el año 2022 fue de USD 704,7 mil millones.

Esta tendencia ascendente sugiere un panorama optimista para el sector de artesanías, indicando un aumento sustancial en el valor total del mercado. El pronóstico de la CAGR del 11,8% revela una demanda continua y un interés sostenido en las artesanías a nivel mundial durante el período mencionado.

Este crecimiento significativo podría atribuirse a diversos factores, como el incremento del turismo, el interés creciente en productos artesanales auténticos, y posiblemente, una mayor apreciación global por las expresiones culturales a través de las artesanías. Este pronóstico positivo podría tener implicaciones directas en mercados específicos, como la Plaza de Ponchos en Otavalo, Ecuador, proporcionando un marco propicio para investigar cómo esta tendencia global se refleja y afecta a un mercado local específico.

En los últimos años, los consumidores han mostrado un creciente interés por los productos artesanales que reflejan el patrimonio cultural y las tradiciones. Esto ha aumentado la demanda de productos hechos a mano con técnicas y materiales tradicionales, y los mercados en línea se han convertido en una plataforma popular para vender artesanía. Aunque la tecnología se ha integrado en el proceso de producción, los artesanos siguen encontrando formas de combinar técnicas tradicionales con herramientas modernas para crear productos únicos. La

personalización también es importante para los consumidores, con una creciente demanda de artesanía hecha por encargo. Además, los consumidores buscan cada vez más productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, lo que lleva a centrarse en materiales naturales y reciclados en la producción artesanal. (Mercado de Artesanías, Crecimiento, Informe 2024-2032, 2024)

3.1.1.1.2 Otros mercados artesanales en el mundo.

En el ámbito mundial, la Plaza de Ponchos en Otavalo, Ecuador, se encuentra entre los mercados artesanales más emblemáticos. Sin embargo, es esencial explorar otras joyas culturales para comprender mejor la dinámica global del comercio artesanal.

Tianguis de Tlacolula, México

Los domingos al amanecer, las calles coloniales del pueblo de Tlacolula se convierten en el mercado al aire libre más grande y antiguo en el estado de Oaxaca y uno de los más antiguos de Mesoamérica. Durante más de 10 siglos, miles de artesanos de toda la Sierra Madre de Oaxaca se han reunido todos los domingos en este pueblo zapoteco. (Podesta, 2023)

Los vendedores venden todo tipo de mercancías, como utensilios para el hogar, zapatos, tazas con delicados dibujos de animales, herramientas para el campo, frutas, verduras, flores, hierbas, especias y el famoso pan de yema de Tlacolula. (Podesta, 2023)

El Tianguis de Tlacolula, ubicado en el pueblo de Tlacolula de Matamoros, Oaxaca, México, se destaca como un mercado tradicional de gran importancia en la región. Celebrado semanalmente los domingos, este tianguis ofrece una experiencia única y auténtica que abarca una diversidad de productos artesanales, desde textiles y cerámica hasta productos agrícolas frescos. Además de su rica oferta gastronómica que refleja la renombrada cocina

oaxaqueña, el mercado es un punto de encuentro para agricultores locales, artesanos y comerciantes, fomentando el intercambio comercial y la preservación de las tradiciones locales.

A 30 kilómetros de la capital oaxaqueña se ubica Tlacolula, un pueblo famoso por albergar el tianguis indígena con mayor convocatoria de los Valles Centrales desde tiempo prehispánicos. Cada domingo, las calles se hacen peatonales y se llenan de canastos con todo lo imaginable: textiles, utensilios para el hogar, artesanías, jícaras, herramientas para el campo, frutas, verduras y el infaltable pan de yema. (National Geographic, 2018)

Mercado de Chichicastenango, Guatemala

Desde sus inicios, el mercado del pueblo, conocido localmente como “Chichi”, atrae a personas de los pueblos indígenas vecinos y de todo el mundo. Al dar un paseo por sus vibrantes corredores, te darás cuenta de que los mayas son artistas brillantes. Las telas están tejidas a mano en telares de cintura y bordados con hermosos y sutiles diseños, desde flores y animales hasta figurillas humanas y formas geométricas y diferentes representaciones de maíz y combinaciones de colores. Cada artículo es producto de una imaginación inquebrantable. (Podesta, 2023)

El Mercado de Artesanías de Chichicastenango en Guatemala, ubicado en el pintoresco pueblo de Chichicastenango, destaca como un tesoro cultural en América Central. Celebrado dos veces por semana, los jueves y domingos, este vibrante mercado ofrece una rica variedad de productos artesanales, desde textiles y cerámica hasta máscaras tradicionales y bordados, todos representativos de la profunda herencia cultural guatemalteca.

La atmósfera animada, los vendedores locales ataviados con trajes tradicionales y la conexión con la Iglesia de Santo Tomás en la plaza central contribuyen a crear una experiencia

auténtica y culturalmente enriquecedora. Este mercado se ha convertido en un destino turístico de renombre, atrayendo a visitantes de todo el mundo en busca de productos únicos y experiencias auténticas arraigadas en la tradición guatemalteca.

3.1.1.1.3 Otros mercados artesanales del Ecuador

Mercado artesanal de Guayaquil

Una multiplicidad de formas y colores se conjugan en el Mercado Artesanal de la calle Loja en Guayaquil, uno de los destinos preferidos por los turistas nacionales y extranjeros en esta ciudad portuaria. Sus pasillos recopilan cientos de indumentarias, pinturas, adornos y otros recuerdos confeccionados por hábiles manos de artesanos de la Sierra y Costa ecuatoriana. Al recorrer sus instalaciones resaltan decenas de vendedoras ataviadas impecables con sus trajes típicos de Otavalo, quienes siempre con sonrisas ofrecen sus variados productos. (El Telégrafo, 2019)

El Mercado Artesanal de Guayaquil, ubicado en el corazón del centro histórico de la ciudad, destaca como un enclave cultural que refleja la riqueza de la artesanía ecuatoriana.

Ofreciendo una variada selección de productos, desde joyería hasta textiles y cerámica, este mercado se erige como un punto de encuentro donde los visitantes pueden sumergirse en la autenticidad de la cultura local.

La experiencia no solo implica la adquisición de souvenirs únicos, sino también la oportunidad de interactuar con los vendedores, quienes comparten historias y técnicas detrás de cada pieza artesanal. El ambiente vibrante del mercado, además de propiciar el regateo común en la región, se convierte en un testimonio vivo de la identidad cultural de Guayaquil. Al respaldar a los artesanos locales, los visitantes contribuyen al sostenimiento de las tradiciones y a la dinámica económica de la comunidad.

Mercado Artesanal “La Mariscal”, Quito

Los vivos colores de los tejidos y prendas bordadas, tapices y pinturas, contrastan en este mercado con los maravillosos y finos diseños de joyas en plata, con las bisuterías, muchas de ellas elaboradas con semillas, especialmente traídas de la Amazonía ecuatoriana y con instrumentos musicales como quenenas, rondadores, ocarinas.

(Mercado Artesanal “La Mariscal”, Un Referente Turístico En Quito, Está de Aniversario – Ministerio de Turismo, 2017)

La diversidad cultural del país se refleja en los puestos, donde los vendedores comparten con entusiasmo detalles sobre la historia y la elaboración de cada pieza. La práctica del regateo, común en los mercados ecuatorianos, añade una dimensión interactiva a la experiencia de compra. Este mercado, además de ser un destino turístico popular, juega un papel crucial en el respaldo a los artesanos locales, contribuyendo así a la preservación de las tradiciones y al desarrollo económico de la comunidad.

Los turistas nacionales y extranjeros encuentran en este mercado artesanías para todos los gustos y a cómodos precios, dice Marco Quishpe, presidente del Mercado Artesanal, al asegurar que los tejidos, bordados, sombreros, bolsos de cuero y joyas de plata, son entre otras, las artesanías que más demanda tienen. Diariamente llegan al mercado unas 1500 personas; mientras que en épocas altas como agosto-diciembre, se superan las 2000 visitas diarias. *(Mercado Artesanal “La Mariscal”, Un Referente Turístico En Quito, Está de Aniversario – Ministerio de Turismo, 2017)*

El Mercado Artesanal La Mariscal en Quito, Ecuador, se erige como un destacado enclave para la adquisición de artesanías y productos locales en el corazón de la ciudad. Ubicado en el animado barrio de La Mariscal, este mercado ofrece a los visitantes una variada selección

de productos artesanales ecuatorianos, desde textiles y joyería hasta cerámica y objetos tallados.

3.1.1.1.4 Dificultades para el mercado global de artesanías

En el contexto actual, las artesanías enfrentan un panorama desafiante que ha evolucionado con el tiempo. Es esencial reconocer y analizar las dificultades contemporáneas que afectan la producción, comercialización y preservación de estas manifestaciones culturales únicas. A medida que las dinámicas del mercado global cambian y las tecnologías avanzan, las artesanías a menudo se ven sometidas a nuevas presiones y obstáculos que pueden comprometer su viabilidad a largo plazo.

Productos fabricados con máquinas y sus amenazas a la mano de obra artesanal.

Uno de los principales retos a los que se enfrentan los fabricantes de artesanías es los productos hechos a máquina. Como resultado del aumento de la mecanización, muchos artículos que fueron fabricados artesanalmente por las máquinas. Con los avances tecnológico como el lanzamiento de software de bordado en máquinas de coser los consumidores han convertido sus ideas y diseños en realidad. Los usuarios tienen la oportunidad de seleccionar hilos coincidentes, visualizar su diseño desde la primera puntada, e imprimir y compartir el diseño. (Takeyama, 2017)

La mecanización ha alterado el proceso de fabricación artesanal, dando lugar a la producción de artículos que anteriormente eran elaborados de manera manual. La introducción de avances tecnológicos, como el software de bordado en máquinas de coser, ha ampliado las posibilidades para los consumidores.

Estos avances permiten a los usuarios convertir sus ideas y diseños en realidad de manera más eficiente. La capacidad de seleccionar hilos coincidentes, visualizar el diseño desde la primera puntada, e imprimir y compartir el diseño representa una transformación en la forma

en que se aborda la creación artesanal. Si bien estas innovaciones tecnológicas ofrecen nuevas oportunidades y mayor accesibilidad para los consumidores, también plantean desafíos para los artesanos tradicionales que pueden ver amenazada la autenticidad y singularidad de sus productos.

Variaciones de los costos en las materias primas

Los fabricantes están expuestos a los riesgos derivados de los cambios de precios en las materias primas utilizado para la fabricación de artesanías. Cambios en el precio de las materias primas afectan los márgenes de beneficio de los fabricantes: Lana, seda, algodón, yute, madera, plástico, vidrio, y el cuero se utilizan comúnmente en la fabricación de artesanías. (Takeyama, 2017)

Las variaciones en los costos de estas materias primas tienen un impacto directo en los márgenes de beneficio de los fabricantes. Se mencionan diversas materias primas comúnmente empleadas en la fabricación artesanal, tales como lana, seda, algodón, yute, madera, plástico, vidrio y cuero. La vulnerabilidad de los fabricantes frente a las dinámicas del mercado de materias primas, donde las variaciones en los precios pueden tener consecuencias significativas en los costos de producción y, por ende, en los márgenes de beneficio. La diversidad de materias primas mencionadas resalta la complejidad de la cadena de suministro para la fabricación de artesanías, ya que diferentes sectores y mercados pueden influir en estos costos.

Escasez de artesanos calificados

El mercado de la artesanía requiere mucha mano de obra, ya que los productos se fabrican con herramientas de mano. Artesanos y tejedores carecen de conocimiento del comportamiento del gasto del consumidor y datos demográficos, lo que les hace desconocer lo que constituye una buena producción. El conocimiento inadecuado de

los últimos diseños, tendencias y maquinaria es evidente; Los artesanos se limitan a las tendencias locales, los bajos incentivos y la remuneración del mercado poco atractiva para los artesanos y tejedores experto, la disponibilidad de trabajadores que pueden manejar eficazmente la situación actual es bajo, lo que supone un reto a los fabricantes. (Takeyama, 2017)

El mercado de la artesanía se enfrenta a un desafío significativo debido a la escasez de mano de obra calificada. La fabricación de productos artesanales implica el uso de herramientas manuales, lo que demanda una fuerza laboral especializada. Sin embargo, los artesanos y tejedores a menudo carecen de conocimientos sobre el comportamiento del gasto del consumidor y datos demográficos, lo que los deja en desventaja al momento de determinar qué constituye una producción exitosa.

La falta de conocimiento sobre los últimos diseños, tendencias y maquinaria es evidente en este sector. Los artesanos se limitan a las tendencias locales, y la falta de incentivos y una remuneración poco atractiva contribuyen a la escasa presencia de artesanos y tejedores expertos en el mercado. Esta situación crea un desafío adicional para los fabricantes, ya que la disponibilidad de trabajadores capaces de manejar eficazmente la situación actual es limitada.

3.1.2 Fuentes Primarias

3.1.2.1 Diseño del Plan Muestral

Segmentación del mercado

El público objetivo es un perfil de consumidor amante de las artesanías hechas a mano, consumidor sostenible y con preferencias de conocer acerca de la cultura y las costumbres.

Fichas técnicas para investigación

a) **Cualitativo**

- **Entrevistas**

Tabla 7

Tabla 7: Ficha técnica para entrevista a un artesano calificado de la Plaza de Ponchos

Ficha técnica	Entrevistas
Objetivo	Explorar las percepciones y desafíos de los artesanos y tejedores en el mercado de la artesanía, centrándose en la falta de mano de obra calificada, conocimiento de mercado y adaptación a nuevas tecnologías.
Tipo de preguntas	Abiertas a profundidad
Empresa	Taller de artesanos
Lugar	Plaza de Ponchos - Otavalo
Entrevistado	Jimena Escobar
Fecha	20/04/2024
Hora	16:00 p.m.

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

Tabla 8

Tabla 8: Ficha técnica para entrevista al coordinador de la comisión de la Plaza de Ponchos

Ficha técnica	Entrevistas
Objetivo	Analizar la estructura comercial de la plaza de ponchos y explorar las relaciones internas de los comerciantes de la plaza de ponchos.
Tipo de preguntas	Abiertas a profundidad
Empresa	Plaza de Ponchos
Lugar	Plaza de Ponchos – Otavalo
Entrevistado	Jose Conteron
Fecha	20/04/2024
Hora	15:10 p.m.

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

Tabla 9

Tabla 9: Ficha técnica para entrevista a un artesano calificado de la Plaza de Ponchos.

Ficha técnica	Entrevistas
Objetivo	Explorar las percepciones y desafíos de los artesanos y tejedores en el mercado de la artesanía, centrándose en la falta de mano de obra calificada, conocimiento de mercado y adaptación a nuevas tecnologías.
Tipo de preguntas	Abiertas a profundidad

Empresa	Plaza de ponchos
Lugar	Plaza de ponchos – Otavalo
Entrevistado	Giovanni Lema
Fecha	24/04/2024
Hora	09:10 a.m.

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

- **Observación directa**

Tabla 10

Tabla 10: Ficha técnica para observación directa en la Plaza de ponchos

Ficha técnica	Observación directa
Objetivo	Observar la infraestructura de la Plaza de Ponchos, sus principales características, los puestos de venta, y el comportamiento de los comerciantes y visitantes
Lugar	Plaza de Ponchos
Ubicación	Calles Sucre, Modesto Jaramillo, Salinas
Fecha	20/04/2024

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

Tabla 11

Tabla 11: Ficha técnica para observación directa en las calles principales de la Feria de la Plaza de ponchos

Ficha técnica	Entrevistas
Objetivo	Observar la organización y el comportamiento de los visitantes y vendedores informales en la calle principal de la feria realizada en la plaza de ponchos.
Lugar	Feria artesanal
Ubicación	Calle Sucre
Fecha	20/04/2024

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

Tabla 12

Tabla 12: Ficha técnica para observación directa en la Modesto Jaramillo y Morales

Ficha técnica	Observación directa
Objetivo	Observar los comportamientos de venta de los comerciantes extranjeros y las formas del comercio de las personas.
Lugar	Plaza de Ponchos
Ubicación	Calle Modesto Jaramillo y Morales
Fecha	20/04/2024

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

b) Cuantitativo
- **Encuestas**

Tabla 13

Tabla 13: Ficha técnica de Encuesta

Ficha técnica	Entrevistas
Objetivo general de la investigación	Realizar una investigación de mercados para conocer el conocimiento de las personas acerca de las artesanías extranjeras y el impacto que tienen en la económica local de los artesanos de la Plaza de Ponchos.
Fecha de realización de campo	1 de marzo de 2024 – 18 de marzo de 2024
Grupo Objetivo	Visitantes y turistas locales y extranjeros de la Plaza de ponchos.
Diseño muestral	Muestreo probabilístico aleatorio simple
Marco muestral	Publico visitante local y extranjero de la Plaza de ponchos que visitan el campo muestral para adquirir los productos que se comercializan
Tamaño de la muestra	El tamaño de la muestra es de los visitantes de la plaza de ponchos que llegan cada año. El informe de 2023 arroja que 197.604 visitantes anuales
Técnica de recolección	Encuesta directa a los visitantes
Cobertura geográfica	Plaza de Ponchos, Cantón Otavalo
Fecha de entrega del informe	20 de abril de 2024

Fuente: Investigación directa. **Elaborado:** Autor.

3.1.2.2 Diseño de la muestra

Muestreo probabilístico aleatorio simple

El muestreo probabilístico aleatorio simple es una elección sólida para poder realizar de manera correcta la investigación en la Plaza de ponchos, especialmente si se tiene acceso a una lista completa y actualizada de la población de interés en el mercado de la artesanía.

Estos pueden ser los visitantes anuales o mensuales que tiene el campo de estudio.

3.1.2.3 Técnicas e instrumentos de investigación

- **Cualitativa**

Mediante entrevistas a profundidad, observación directa en puntos estratégicos y técnica de cliente fantasma en negocios potenciales de la Plaza de Ponchos:

➤ **Entrevistas**

En las entrevistas se realizarán preguntas a profundidad con el objetivo de conocer acerca de la estructura organizacional de la plaza, analizar la opinión de personas influyentes en la asociación de la Plaza de ponchos acerca del comercio local y su conocimiento de las artesanías extranjeras y explorar el impacto de las artesanías extranjeras en la dinámica de la Plaza.

➤ **Observación directa**

Para observar y analizar con detenimiento los productos, la organización, los precios y los comportamientos de los turistas y comerciantes en la Plaza de Ponchos y las calles Modesto Jaramillo y Morales cerca de la Plaza de Ponchos.

- **Cuantitativa**

➤ **Encuesta**

La encuesta se ha estructurado con preguntas cerradas dirigidas al público objetivo de la investigación, específicamente diseñada para los visitantes y turistas de la Plaza de Ponchos que acuden en busca de adquirir las artesanías disponibles.

La recopilación de datos a través de esta encuesta tiene como objetivo proporcionar insights acerca del impacto de la comercialización de artesanías extranjeras en comparación con las artesanías locales.

➤ **Población**

Para la investigación se tomará en cuenta visitantes y turistas de la plaza de Ponchos de Otavalo entre las edades de 20 a 65 años que puedan brindar información concreta acerca del impacto de la comercialización de las artesanías

extranjeras frente a las artesanías locales con el fin de llegar a una conclusión y brindar una propuesta al trabajo de investigación

➤ **Tamaño de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta la información proporcionada por el Departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón de Otavalo, la cantidad de visitantes de la Plaza de Ponchos en el año 2023 son alrededor de 197.604 turistas y visitantes.

Formula:

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

En donde:

N = Población

n = muestra

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

e = precisión (error máximo)

Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se obtiene los siguientes datos:

N= Población 197.604

n= muestra

Z= nivel de confianza 95%

P= probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,50

q= probabilidad de fracaso 0,50

e= precisión (error máximo) 0,50

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 197.604}{0,05^2(197.604 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 384$$

Capítulo IV

4. Presentación de resultados de Estudio de Mercado

4.1 Desarrollo de resultados

4.1.1 Cualitativo

Fichas de Observación: A continuación, se presentan las fichas de observación realizadas en los lugares de estudio por medio de observación directa.

Tabla 14: Ficha de observación: Plaza de Ponchos

FICHA DE OBSERVACION: PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO		
Datos		
Observador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 12.00 p.m.	
Fecha: 20/04/2024	Lugar: Plaza de Ponchos, Otavalo	
Parámetros: Observación directa	Medio: Presencial	
INDICADORES:	DESCRIPCION	COMENTARIOS
Organización	Dentro de la plaza de ponchos los puestos estaban ya designados, cada artesano que por años lleva ahí tiene un puesto fijo. Fuera de la plaza se vio una desorganización total, la falta de control de las autoridades municipales, la feria en la calle Sucre es aprovechada por comerciantes informales que exhiben sus productos en la calle.	Muchos comerciantes informales y visitantes provocaban un desorden en las calles alrededor de la Plaza de Ponchos. Sin embargo, en la Plaza en si todos los puestos se mantenían ordenados y los pasillos se podían observar limpios y libres para caminar.
Afluencia de visitantes	Un lugar amplio donde se encuentran gran variedad de personas, turistas, comerciantes mayoristas y minoristas. Además, se pudo comprender la magnitud de afluencia de personas cuando se hizo la observación. Adentrándose al medio de la Plaza se pudo notar	Es cierto que había mucha gente en las horas de mayor afluencia, pero no todos eran visitantes, sino personas que mantienen sus puestos en el lugar o familiares de los vendedores. El lugar estaba en desorden por el poco control de

	menos gente que en los alrededores.	comercio informal a los alrededores.
Calidad de los productos	Los productos son de calidad y cada uno cuenta con diseños referentes a la historia de la cultura Kichwa-Otavaleña. Cada artesanía contaba con una gran variedad de productos diversificados con una amplia variedad de colores.	Los productos estaban bien conservados y se notaba que la calidad era única de los artesanos Otavaleños, además se podían observar otro tipo de productos además de artesanías como: cobijas, joyería, legumbre, juguetes, etc.
Precio	Los precios variaban conforme lo disponían los distintos artesanos de la Plaza de Ponchos. Las artesanías hechas a mano tenían un costo más elevado que las artesanías fabricadas con máquinas u otros tipos de fabricación.	Cada producto tenía su precio dependiendo el valor que se le agregaba. Una artesanía igual podía costar lo mismo o más en otro puesto de trabajo.
Atención al cliente	Las personas que estaban en los puestos de trabajo en la Plaza de Ponchos siempre atendían con amabilidad a los visitantes. La atención al cliente era en todos los puestos de trabajo de cada artesano siempre la misma, cada persona que se acercaba a observar o preguntar acerca de algún producto era recibida de manera amable y cordial.	En cada puesto de trabajo las personas eran calidad y amables, cada duda de los productos que se les planteo le encontraban una solución, inclusive nos ponían en contacto con otros compañeros de trabajo en la Plaza cuando no tenían la talla o la prenda que preguntamos.
Puntos de venta	Los puntos de venta dentro de la Plaza se dividían en dos. Artesanos que exponían sus productos en las estructuras de metal cubiertas con plásticos de todo tipo de color. Por otro lado, se encontraban los artesanos que exponían sus productos en las estructuras de piedra pertenecientes al diseño arquitectónico Plaza de Ponchos.	Cada puesto de trabajo se veía a menudo con las mismas artesanías, se podía caminar por los pasillos de la Plaza de Ponchos y encontrar en cada puesto los mismos productos y de diversos colores, modelos, estilos y tallas.

<p>Relación entre vendedores</p>	<p>A menudo se pudo observar una buena relación entre los artesanos. Algunos se les podía observar jugando algún tipo de juego como pasatiempo, otros mantenían algún tipo de conversación con los vecinos y también se pudo ver personas que en el mismo puesto de trabajo seguían trabajando en sus productos.</p>	<p>Los vendedores se llevaban bien entre ellos, mantenían conversaciones en su idioma ancestral (kichwa), además en ciertas partes se podía encontrar música en el ambiente laboral que alegraba el entorno para los visitantes.</p>
---	--	---

Fuente: Observación directa

Elaborado por: el Autor

Tabla 15: Ficha de observación: Calle Modesto Jaramillo entre Morales y Salinas

FICHA DE OBSERVACION: PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO		
Datos		
Observador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 14:00	
Fecha: 20/04/2024	Lugar: Calle Modesto Jaramillo entre Morales y Salinas (A una cuadra de la Plaza de Ponchos)	
Parámetros: Observación Directa	Medio: Presencial	
INDICADORES:	DESCRIPCION	COMENTARIOS
Organización	Esta calle se remodeló hace unos meses por el GAD Municipal de Otavalo, la idea de una peatonal para que las personas caminen con tranquilidad, los puestos de trabajo estaban en los costados de la calle y facilitaba que la gente tuviera más espacio para caminar y observar los productos. Además, los locales comerciales le daban un aspecto colorido cabe recalcar que es en esta calle donde se encuentran la mayoría de artesanías extranjeras como las peruanas.	La calle se conservaba en buen estado gracias a la remodelación, además las personas podían circular de mejor manera e incluso tenían una vista más amplia de los productos que se encontraban en el lugar. Se notaba que estaba mejor organizada que en otros puntos de la Plaza de Ponchos.
Puntos de venta	Los puntos de venta en esta calle estaban armados con estructuras de metal, tapados por un plástico de color blanco o negro para evitar el calor o también con grandes sombrillas. Cada puesto mantenía una tendencia de artesanías las cuales se repetían en varios de ellos. Atrás de los puestos los locales comerciales que exhibían diversos tipos de artesanías desde sacos, figuras hechas a mano y hasta joyería.	Como en la Plaza de Ponchos, cada punto de venta estaba estructurado de la misma manera y se notaba la misma calidad de productos y los mismos modelos exhibidos en el interior de la Plaza de Ponchos.

Precios	Los precios podían variar dependiendo de la calidad de las artesanías, en los locales se encontraban precios más baratos por el tema de la mano de obra extranjera, mientras que en los puestos de la feria se manejaban precios no tan altos.	Los precios de las artesanías encontradas no tenían demasiada diferencia comparándola con la local, disminuían un pequeño porcentaje, pero se mantenían en el rango esperado.
Calidad de los productos	La calidad de los productos era muy buena en términos de diferenciación entre artesanías locales y extranjeras no se podía distinguir a simple vista, con los diseños distintivos de cada región podían verse diferentes diseños impregnados en cada artesanía.	Al tener los mismos productos, modelos, diseños y colores. La calidad era parecida, no variada demasiado, pero se pudieron encontrar algunos puestos que ofertaban joyería, pero no se sabe con exactitud si eran de buena calidad.
Afluencia de visitantes	Durante el tiempo que se observó cada aspecto se pudo notar la gran cantidad de gente caminando por esta calle, preguntaban los productos tanto en los puestos de trabajo como en los locales comerciales.	La cantidad de gente en cada espacio de la Plaza de Ponchos mantenía casi la misma afluencia, pero en comparación de los otros espacios, esta calle se veía amplia y con más espacio para que la gente camine con libertad.
Atención al cliente	La atención de los vendedores fue muy buena todos mantenían buena actitud y se mantenían atentos a cada aspecto de su área de trabajo, todos actuaban de manera cordial y amable con cada persona que se acercaba a preguntar. La misma actitud se notó en los locales comerciales.	Los comerciantes y vendedores en los locales comerciales mantenían una actitud cálida y dispuesta a contestar las dudas e inquietudes por parte de los visitantes y compradores.
Relación entre vendedores	Existía un buen ambiente laboral entre las personas que trabajaban tanto en los puestos en los costados de la calle, como en los	No se observó bien la relación entre los comerciantes y los dueños de los locales comerciales, pero lo

	locales comerciales. Lo que no se pudo observar fue la relación entre los dueños de los locales comerciales y los comerciantes que estaban en la feria en la calle.	que se observó fue una buena relación entre los artesanos locales que tenían sus puestos de trabajo en la calle Modesto Jaramillo.
--	---	---

Fuente: Observación directa

Elaborado por: el Autor

Tabla 16: Fichas de observación directa: Calle Sucre desde la calle Quito hasta el Parque Bolívar.

FICHA DE OBSERVACION: PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO		
Datos		
Observador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 15:30 p.m.	
Fecha: 20/04/2024	Lugar: Calle Sucre desde la calle Quito hasta el Parque Bolívar, Otavalo. (Feria Semanal)	
Parámetros: Observación directa	Medio: Presencial	
INDICADORES	DESCRIPCIÓN	COMENTARIOS
Organización	La organización en esta calle era escasa, se veían productos de todo tipo y vendedores ambulantes por todas partes, había comerciantes con puestos fijos, igual que en los demás puntos de venta, mantenían una forma estructural similar. Esta parte de la plaza se encontraba repleta de personas que recorrían la feria de arriba hacia abajo.	Esta calle era un desorden sobre todo al medio día donde más gente se encontraba, las personas caminaban con dificultad y se evidencio la falta de control que perjudicaba a la organización de la feria.
Puntos de venta	Los puntos de venta en la mayoría de los puestos se caracterizaban por tener una estructura de metal solida cubierta de plástico de color blanco. Además, las personas también tendían una manta en el piso para poner sus productos esto se observó más en comerciantes informales que no tenían un puesto propio sin embargo se sentaban en la calle para vender sus productos.	Los puntos de venta eran similares en toda la feria, la falta de organización podría provocar un rejuvenecimiento en el aspecto visual de los puestos, las personas optan por poner un plástico con la estructura de metal, pero se podrían organizar para que cada comerciante lleve el mismo color de plástico o de estructura.
Precios	La mayoría de los productos estaban en precios razonables, no eran precios totalmente diferentes a lo que se podía encontrar en la Plaza	Los precios estaban regulados para adquirir cualquier producto dentro o fuera de la Plaza de Ponchos, además de

	de Ponchos, pero se vio ropa americana a costos razonables, además de juguetes y otras prendas de vestir.	la ropa extranjera de marca era muy visible en comerciantes informales.
Calidad de los productos	La calidad de los productos era similar a la de los puntos de venta dentro de la Plaza de Ponchos, pero también se encontró ropa de otros países, un ejemplo fue la ropa americana original, que competía con productos elaborados por los Artesanos locales de Otavalo.	Los productos mantenían la calidad de los artesanos de la Plaza de Ponchos, se puede pensar que hay comerciantes que compran al por mayor a los artesanos y los revenden a un precio un poco más alto en las afueras de la Plaza de Ponchos.
Afluencia de visitantes	La sensación que se presentó en este punto fue de estrés, había muchas personas caminando de un lugar a otro, los visitantes por lo regular se detenían a ver los puestos, pero no había espacio para poder caminar con normalidad. Había vendedores de alimento que pasaban por estos lugares estrechos con sus carritos de comida.	Con el flujo de personas era difícil distinguir entre visitantes y vendedores, pero se evidencio una gran cantidad de gente en horas pico (12:00 – 15:00).
Atención al cliente	La atención siempre se evidencio de la misma calidad con amabilidad y respeto para con los visitantes y el resto de personas, incluso había algunos comerciantes que se acercaban mostrando algún producto en especial.	En cada puesto de trabajo se percibía un buen ambiente de amabilidad y buena atención, pero también se pudo notar que los comerciantes informales que vendían en la calle eran los que más se interesaban en llamarte y darte a conocer lo que vendían.
Relación entre vendedores	Al momento de hacer la observación se evidencio poca interacción entre los vendedores, casi todos se	Las personas que tenían puestos fijos en la feria mantenían buena relación con

	ocupaban más en vender sus productos y le prestaban más atención a los visitantes que pasaban por sus puestos de trabajo.	los demás compañeros de los costados, después de varios años es lógico que se haya creado una relación de amistad entre los vendedores.
--	---	--

Fuente: Observación directa

Elaborado por: el Autor

Entrevistas: se hicieron a expertos en investigación, la información obtenida se adjunta en Anexos y se presentan los puntos más importantes de cada entrevista.

Tabla 17: Tabla de tabulación de entrevistas a artesanos calificados.

Entrevistador: Andy Daniel Chalan Guerra		Lugar: Plaza de Ponchos, Otavalo - Ecuador	
Entrevistado 1: Jimena Escobar	Fecha: 20/04/2024 Hora: 16:00 p.m.		
Entrevistado 2: Giovanni Lema	Fecha: 24/04/2024 Hora: 09:10 a.m.	Título: Artesano Calificado	
PREGUNTAS	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	CONCLUSION
En su opinión, ¿cómo ha evolucionado el mercado de las artesanías en la Plaza de Ponchos en los últimos años?	Actualmente no está evolucionando con nuestra artesanía otavaleña, tenemos competencia con la mercadería peruana, boliviana y de algunos países. Por lo que ya está en nuestro mercado entonces prácticamente nuestra artesanía, nuestro trabajo a la mano está quedado.	En los últimos años ha habido el impacto creo de varios productores extranjeros ya no se centra solamente en el comercio local, sino que las artesanías van llegando de diferentes países sea Perú, Guatemala incluso en estos últimos años pues de China han llegado productos y eso ha evolucionado el producto que se tiene en la plaza de ponchos.	Ambas personas coinciden en que la introducción de los productos extranjeros, tanto en artesanías como en otros tipos ha cambiado la dinámica de la Plaza de Ponchos. Lo que ha provocado que el mercado artesanal ha evolucionado constantemente a través de los últimos años.
¿Ha notado la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos? ¿En qué medida?	Demasiado más de la mitad porque ahora hay mucha gente extranjera que viene aquí a vendernos por decir intermediarios que vienen a vender la mercadería aquí en la	Creo que el impacto ha crecido de manera más abrumadora debido a la presencia de productos chinos especialmente en un principio se tenía la presencia de artesanías peruanas que generaron también un impacto	En ambas entrevistas se da a conocer que la presencia de artesanías o productos extranjeros ha crecido en los últimos años, además ambos coinciden en que se

	Plaza, entonces nuestra artesanía se ha devaluado demasiado.	seguido de eso pues artesanías de Guatemala y en estos últimos años productos chinos.	ha introducido tan drásticamente en el ambiente laboral.
¿Cree que la introducción de artesanías extranjeras ha influido en la percepción de los clientes sobre la autenticidad de las artesanías locales?	Si, está demás decir que, al turista, los señores guías les dicen esto no es otavaleño esto es del Perú porque la mayoría ya conoce más la artesanía peruana y boliviana más que la Otavaleña en eso nos está perjudicando como artesano como personas calificadas entonces no podemos vender nuestro producto porque están dando a menos precio que nuestra propia artesanía.	En efecto debido a que creo que la mayoría de los turistas extranjeros que llegan a la plaza de ponchos conocen del impacto que tienen los productos chinos y tienen cierto malestar al conocer de qué algunos productos de la Plaza de Ponchos son de procedencia China entonces se ha ido disminuyendo la se podría decir el ánimo que tenían los clientes extranjeros de llegar a la plaza de Ponchos y encontrar algo autóctono y eso pues ha generado pérdidas también en los últimos años.	Ambas posturas son similares mantienen el malestar acerca de que la percepción de los visitantes se altera con la presencia de productos extranjeros. Esto ha provocado que el ambiente laboral se haya perjudicado para los artesanos locales por diversos factores los cuales son la reducción de las ventas, falta de turistas o visitantes y la confusión de la cultura local.
¿Ve oportunidades para la colaboración entre artesanos locales y extranjeros para beneficiar a ambas partes?	Para que se beneficien ambos no hemos hecho eso, Si se hace se empieza como a organizar algún grupito pues las demás personas no están de acuerdo no sé si es egoísmo, no sé qué será. Pero no se unen, los mismos artesanos están acostumbrados a comprar mercadería más barata que es la extranjera.	No hemos colaborado con artesanos extranjeros directamente con comerciantes extranjeros que visitan nuestro país, conocen nuestros productos nosotros, pues formamos una relación laboral con ellos y creo que muchos productores artesanos de la plaza de ponchos ya exportan sus productos y eso es positivo.	En el siguiente apartado se han dado las posturas divididas, algunos artesanos pueden encontrar oportunidades de comercio junto a otros artesanos extranjeros, pero algunos no coinciden en que la artesanía extranjera es más barata y cuesta competir con ella.

Fuente: Entrevista

Elaborado por: el Autor

Tabla 18: Tabla de tabulación de entrevista.

Entrevistador: Andy Chalan	Hora: 15:10 p.m.	Lugar: Plaza de Ponchos, Otavalo.
Entrevistado: José Conteron	Fecha: 20/04/2024	Cargo: Coordinador de la comisión de la Plaza de Ponchos
PREGUNTA	RESPUESTA	CONCLUSION
¿Cuál es su percepción general sobre la situación actual del mercado de artesanías en la Plaza de Ponchos?	Nuestras artesanías vienen desde muchos años atrás por parte de nuestros antepasados; han sido artesanos y por eso es lo que tenemos la presencia de las artesanías. Poco a poco vienen innovando más, sacando nuevos diseños porque antes había solo chalinas y ponchos. Sin embargo, ahora tenemos variedad en tapices, bolsos, cubre camas, manteles, hamacas. Se ha variado el tipo de artesanías hoy en día.	Con la evolución de las artesanías en los últimos años, las autoridades mantienen la postura de conservar las tradiciones y las raíces para la fabricación de sus productos, pero con la diferencia que se van adaptando a lo que demanda el mercado en la actualidad.
¿Cuál es la visión de la asociación respecto a la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos?	Todos tenemos derecho a trabajar, pero también nosotros y las autoridades locales y nacionales tenemos que proteger nuestras artesanías, a nuestro producto, protegemos el trabajo de los artesanos, tejedores, confeccionistas, los que venden lana, hilo y los que trabajan en bordados. Todos esos trabajos, el trabajo de todos es lo que tenemos que proteger como nuestra identidad cultural.	La asociación de la Plaza de Ponchos intenta proteger la identidad cultural de los Kichwa-Otavalo, el trabajo de los artesanos es único y las autoridades tiene en cuenta que la percepción de los visitantes está cambiando por la presencia de los productos extranjeros y que provocan una distorsión en la comprensión de la identidad cultural.
¿Cuáles son las iniciativas o medidas que la asociación ha tomado para abordar la presencia de artesanías extranjeras y proteger los intereses de los artesanos locales?	Bueno hablando como un antecedente la comisión de la plaza de Ponchos nació en el año 2013. Pero en el 2008 antes de que la comisión existiera hubo una reunión en defensa de los artesanos de la Plaza, encabezado por la UNAIMCO de artesanos de aquí de la plaza de Ponchos. Se sumaron todos	En 2013 se constituyó la comisión de la Plaza de Ponchos y en ella desde un principio se trató la protección de la artesanía local, hubo varios esfuerzos por preservar el trabajo artesanal en la Plaza de Ponchos. La conclusión a la que se llegó fue controlar el ingreso de los productos de otros

	<p>los socios de la Plaza de ponchos. Todo eso es lo que se planteó para que haya un control del ingreso del producto foráneo en ese momento si había interés en ese trabajo de defensa de nuestra artesanía.</p>	<p>países en el ambiente laboral de la Plaza de Ponchos.</p>
<p>Desde la perspectiva de la asociación, ¿cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrentan los artesanos locales en la Plaza de Ponchos?</p>	<p>Aquí sobre todo lo que necesitamos es más innovación, mejorar nuestro producto, mejorar nuestro corte-confección y también prepararnos en el tema de las autoridades que nos ayuden en realizar las promociones. Lo que más se necesita es prepararnos en el lenguaje, claro que hablamos español, pero acá en la plaza de Ponchos nos visita extranjeros de habla inglés o de otros idiomas y sería bueno que también si es que hay la oportunidad o la posibilidad de también prepararnos en otros idiomas para dar mejor atención. El pueblo de Otavalo en artesanías depende del turismo y ayudaría que las autoridades locales y nacionales nos ayuden a promocionar nuestro producto, aquí un gran porcentaje de compañeros dependemos de la venta de nuestras artesanías.</p>	<p>La comisión considera que la Plaza de Ponchos enfrentan varios desafíos, pero el que más sobresale es la promoción de los productos. La falta de promoción de los productos artesanales ha provocado que adaptarse a la nueva realidad sea difícil. La falta de capacitaciones para los artesanos es una desventaja para que avancen en la formación de los conocimientos necesarios para la atención al cliente. Como recomendación sería una gran ayuda que los artesanos recibieran clases de inglés para poder comunicarse mejor con los turistas extranjeros.</p>

Fuente: Entrevista

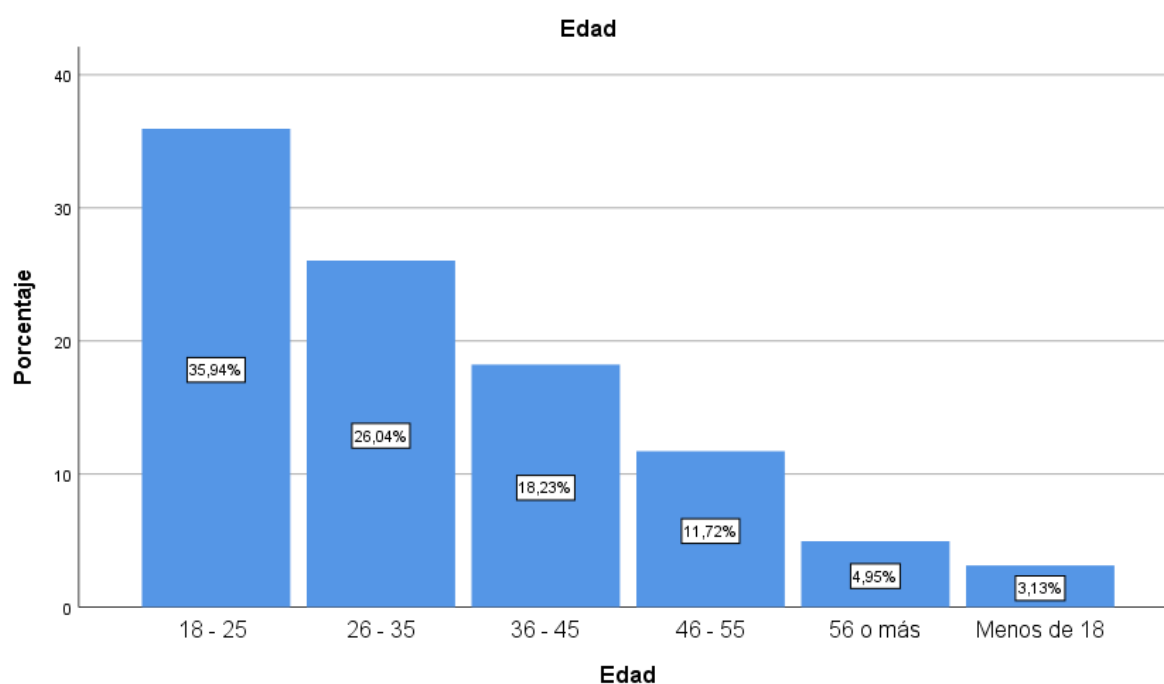
Elaborado por: el Autor

4.1.2 Cuantitativo

Encuesta

Se realizó la encuesta a 384 personas, calculadas en la muestra y segmentadas para la presente investigación. El formato de la encuesta se encuentra adjuntada en los anexos (página N.), previo a la aplicación de la encuesta se realizaron 20 encuestas piloto. A continuación, se presentan los datos obtenidos:

Ilustración 6: Edad

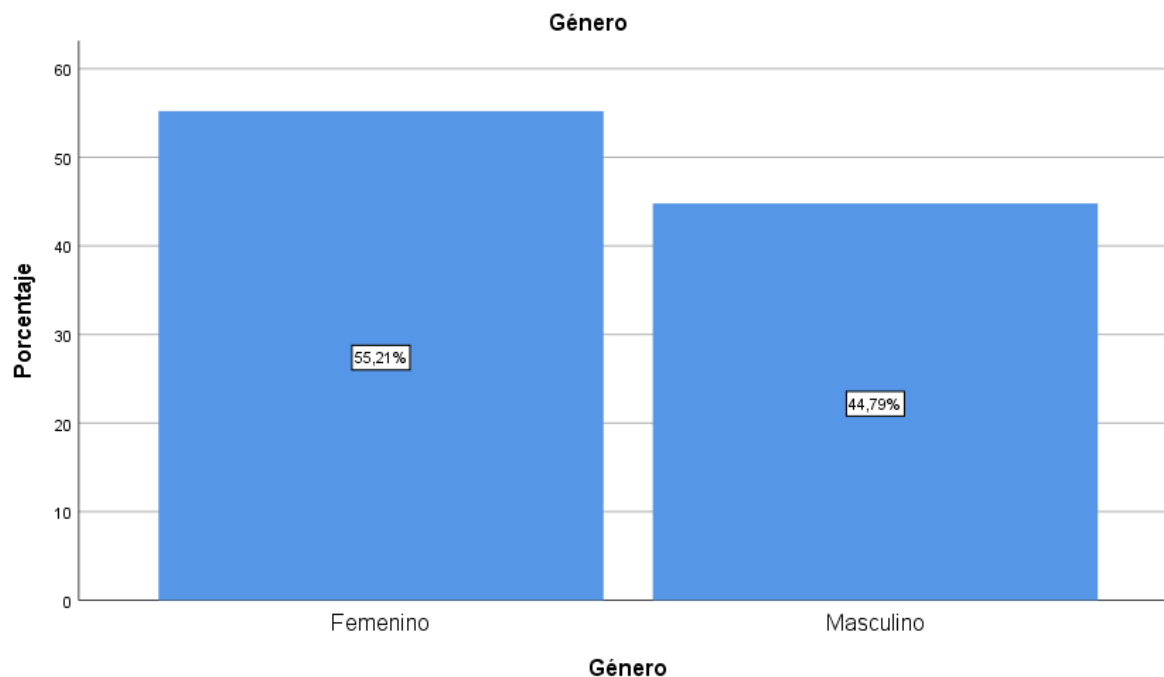


Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico que antecede se presenta la edad de los visitantes encuestados en la Plaza de Ponchos, las personas de los 18 a 25 años son la mayoría de edad que han respondido a la encuesta mientras que el segundo grupo que más interactuó fue el de 26 a 35 años. Con respecto a los demás grupos demográficos se puede ver que el tercero con más interacción es el de 36 a 45 y le sigue el de 46 a 55.

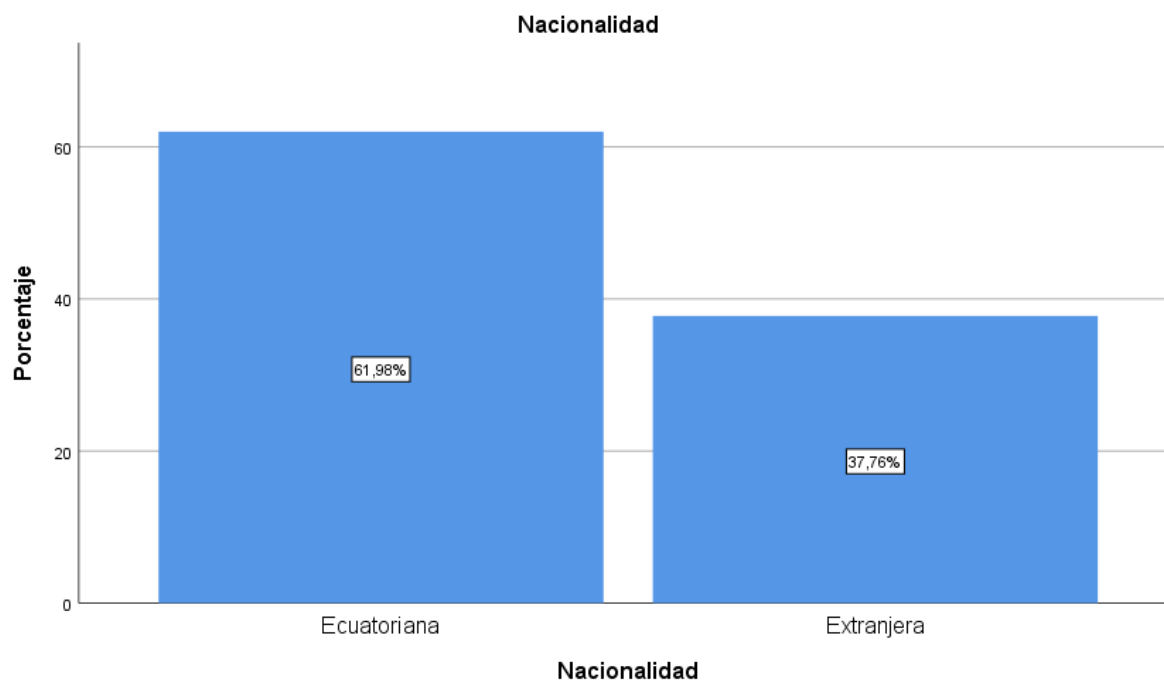
Ilustración 7: Género

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico previamente presentado, se muestra el género de las personas entrevistadas donde se puede observar que más del 50% de las personas encuestadas fueron mujeres, mientras que los hombres representan el 44% de las personas encuestadas.

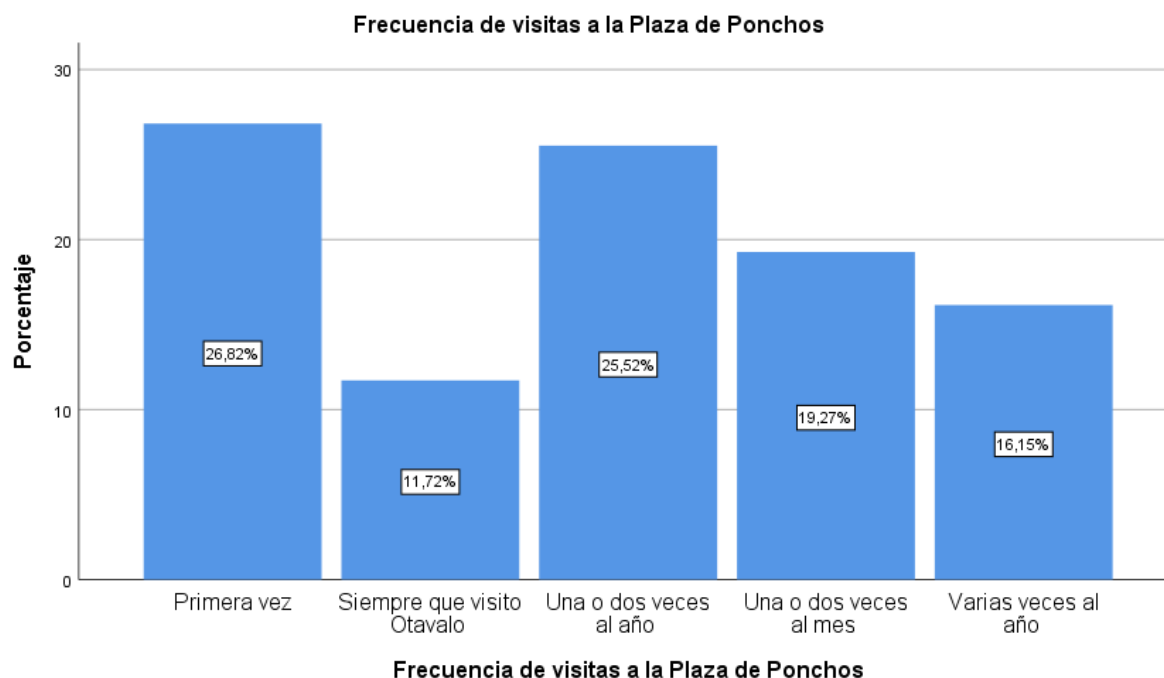
Ilustración 8: Nacionalidad

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

El gráfico presenta la nacionalidad de los visitantes encuestados en la Plaza de Ponchos, donde se ve que la mayoría de las personas que la visitan son ecuatorianas equivalentes al 61 % de la población encuestada. Mientras que los visitantes extranjeros de la Plaza de Ponchos representan el 37% de la población.

Ilustración 9: Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

La ilustración presentada indica la frecuencia que los turistas visitan la Plaza de Ponchos. Como se puede observar las dos opciones que sobresalen son Primera vez y Una o dos veces al año. Estas cinco variables son importantes para analizar mediante la correlación de Pearson y cruzar la pregunta con otra variable que tenga una relación significativa. En base a la ilustración se puede observar que varias de las personas encuestadas visitan la Plaza de Ponchos de una a dos veces al mes. Esto es importante dado que se puede llegar a concluir que hay personas que van a la Plaza de Ponchos con frecuencia.

Ilustración 10: Propósito de su visita



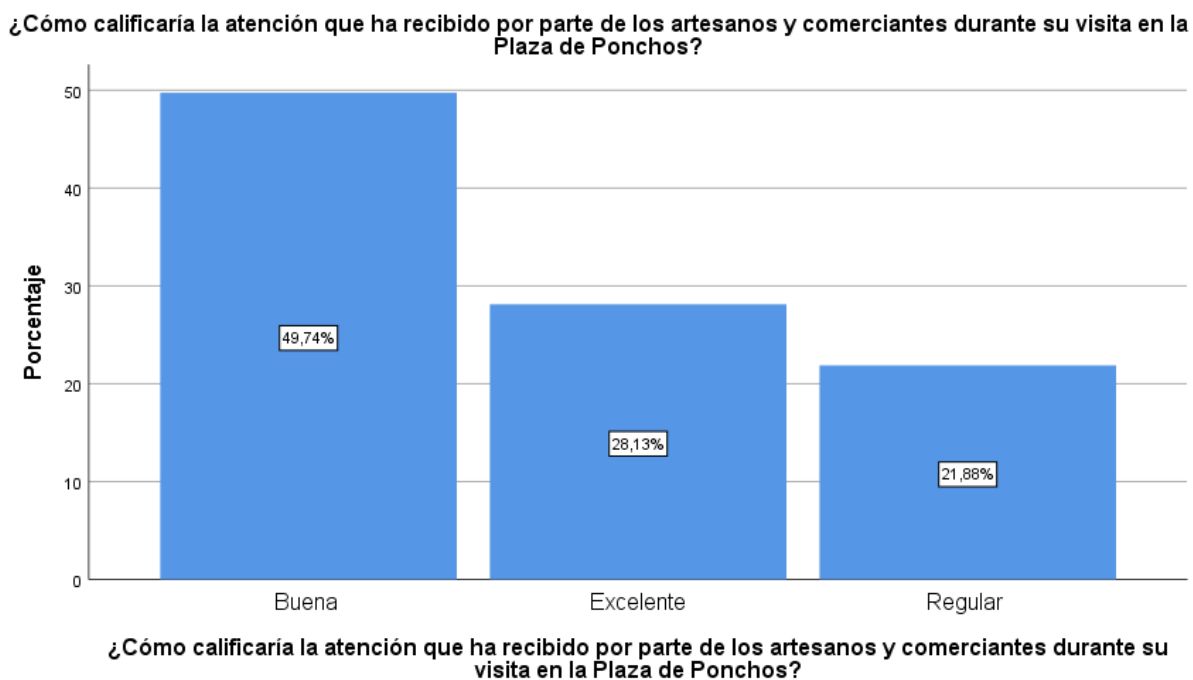
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico anterior se observa que un 41% equivalente al total de la población respondió que visitan la Plaza de ponchos por turismo familiar, mientras que la segunda elección de las personas fue explorar la cultura local con un 21% del total de la población. El motivo curiosidad se encuentra tercero con un 12% equivalente al total de las personas encuestadas, comprar artesanías representa el 10% equivalente al total de la población.

Ilustración 11: ¿Cómo calificaría la atención que ha recibido por parte de los artesanos y comerciantes durante su visita en la Plaza de Ponchos?



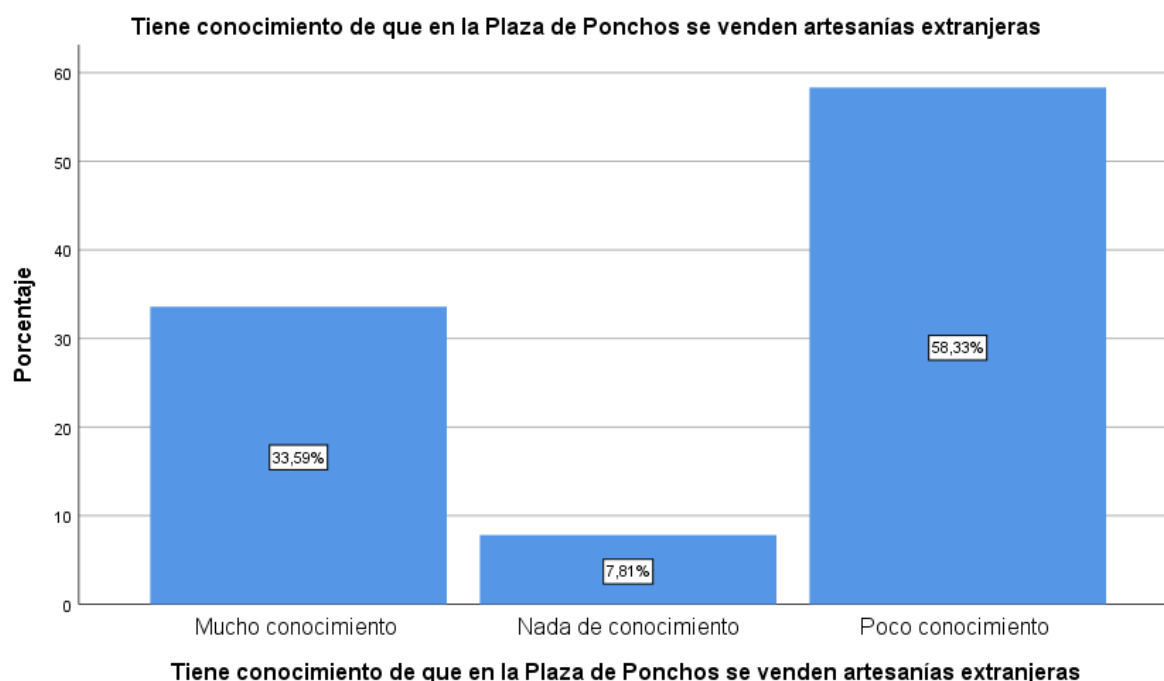
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

El gráfico anteriormente presentado muestra la calificación que los visitantes le dan a la atención a la cliente brindada por parte de los artesanos. La mayoría de las personas están de acuerdo en que la atención recibida ha sido buena llegando a excelente. El 21% del equivalente de la población muestra que la atención que les han brindado los artesanos ha sido regular. Mediante el método de observación directa anteriormente realizado se calificó la atención por parte de los artesanos como amable y cálida, y en la encuesta presentada los visitantes la califican como Buena por varios factores como la amabilidad y el respeto anteriormente mencionados.

Ilustración 12: Tiene conocimiento de que en la Plaza de Ponchos se venden artesanías extranjeras



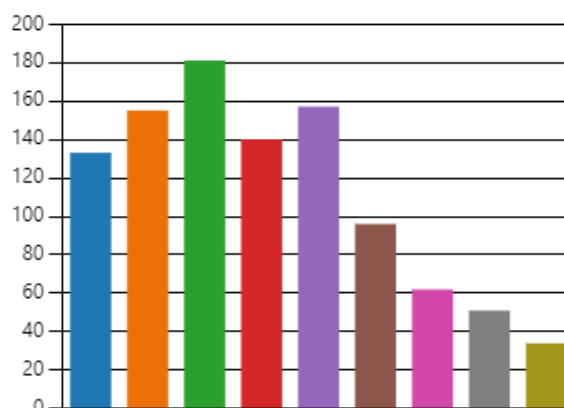
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

El gráfico anteriormente presentada muestra el porcentaje de visitantes que conocen acerca de la venta de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos, el 58,33% de los encuestados respondió que conocen poco de la venta de artesanías extranjeras en la zona, el 33,59% contestó que tienen mucho conocimiento de la venta de artesanías extranjeras. Mientras que el 7% dijo que no conoce nada acerca de la venta de las artesanías extranjeras. Concluyendo que la mayoría de los visitantes conocen acerca del tema de la venta de estos productos en la Plaza.

**Ilustración 13: ¿Cuál es el principal motivo por el cual usted adquiere una artesanía?
Marque 3.**



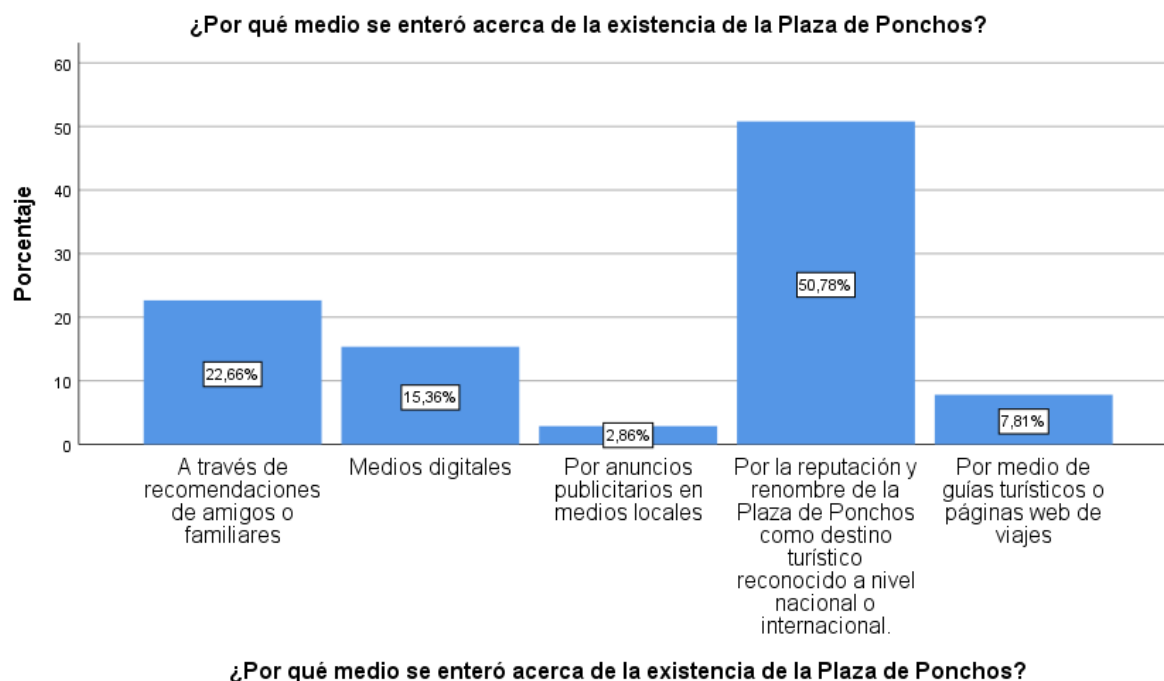
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico presentado las personas encuestadas proporcionaron su opinión acerca de la principal razón por la que adquieren una artesanía. Esta interrogante fue presentada para señalar varias opciones de respuesta, el motivo que sobresale de entre todos es la calidad y mano de obra artesanal. Los visitantes buscan originalidad en sus productos y sobre todo la calidad en los productos por lo que este motivo sobresale de entre todos. Mientras que le siguen la razón de llevar un regalo como recuerdo a la Familia o un souvenir de la visita.

Ilustración 14: ¿Por qué medio se enteró acerca de la existencia de la Plaza de Ponchos?



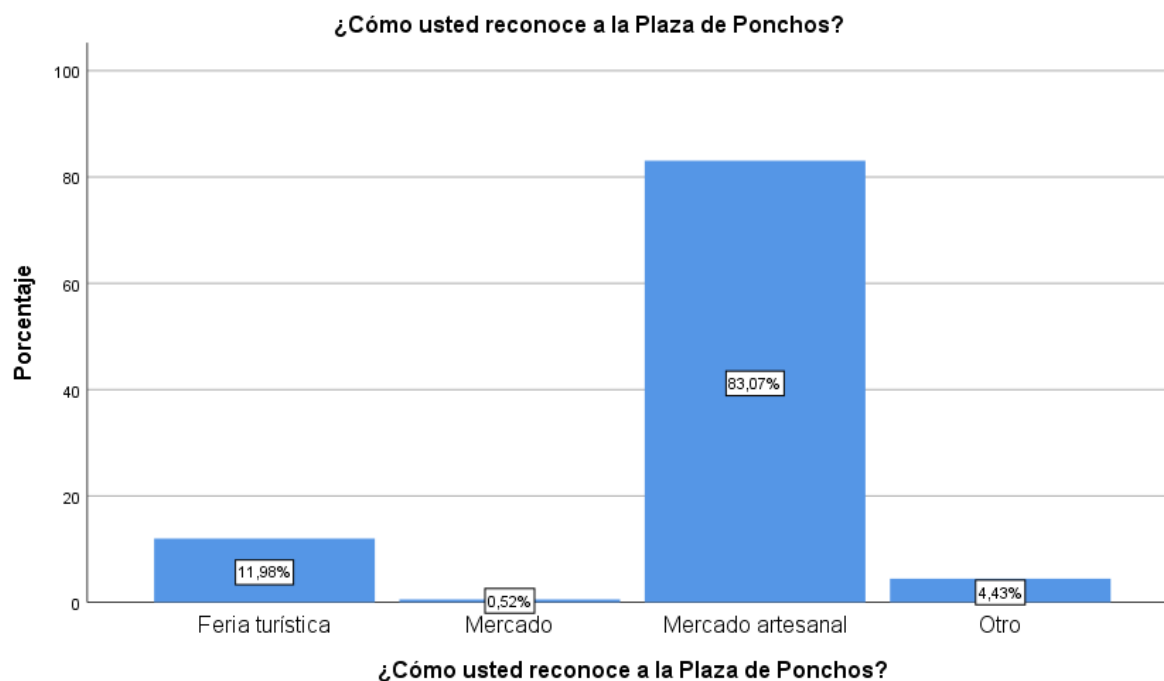
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico anteriormente presentado se busca conocer el medio por el cual los visitantes conocieron sobre la existencia de la Plaza de Ponchos. El 50% respondió que conocieron la Plaza de Ponchos por su reputación y renombraron como destino turístico. El 22% de las personas contestaron que el medio fue la recomendación de amigos o familiares, como tercer medio se puede observar con el 15% los medios digitales. El 7% de la población contestó que mediante guías turísticas o páginas web de viajes. Finalmente, con el 2% el medio que se presenta son los anuncios publicitarios.

Ilustración 15: ¿Cómo usted reconoce a la Plaza de Ponchos?



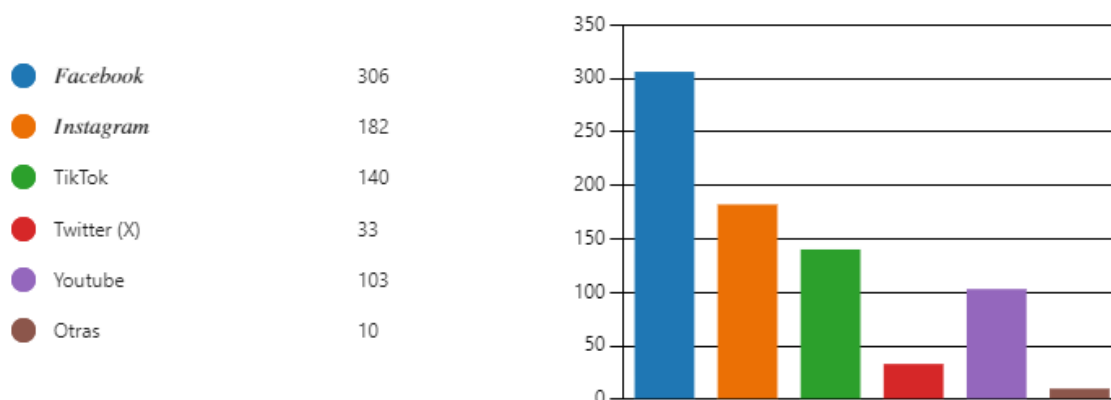
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico anteriormente presentado, las personas encuestadas dan su opinión del reconocimiento que le dan a la Plaza de Ponchos. El 83% de los encuestados reconocen a la Plaza de Ponchos como Mercado Artesanal. Con solo el 11% está la opción de feria turística y con el 4% la Plaza de ponchos se reconoce con otro título.

Ilustración 16: ¿Qué redes sociales más utiliza?



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico anteriormente presentado se observa los resultados de la red social más utilizada por parte de los visitantes de la Plaza de Ponchos. Facebook tiene el primer lugar con 306 personas que han votado como se red social preferida. Le siguen Instagram con 182 personas y Tik Tok en tercer lugar con 140 personas que votaron por esta red social. Como cuarta red social se posiciona YouTube. Tomando en cuenta el análisis tecnológico de capítulo 1, Tik Tok tuvo un aumento considerable en descargas en el año 2023. Y se puede observar en el gráfico que supera a aplicaciones como YouTube y X.

Ilustración 17: Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia comercial de la plaza de ponchos.



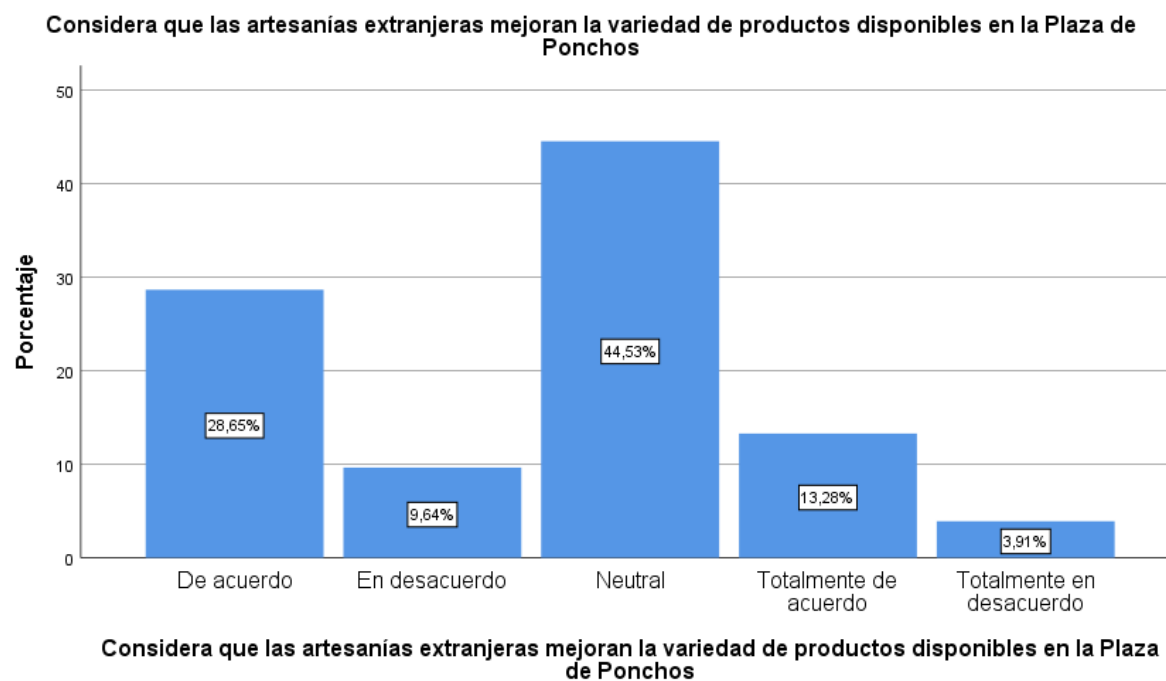
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico presentado la pregunta acerca del nivel de impacto de las artesanías extranjeras, una gran parte de los encuestados está de acuerdo que existe un impacto cultural y comercial en la Plaza de Ponchos por parte de las artesanías extranjeras. Solamente con el 6% consideran que existe un impacto bajo en la esencia de la Plaza de Ponchos.

Ilustración 18: Considera que las artesanías extranjeras mejoran la variedad de productos disponibles en la Plaza de Ponchos.



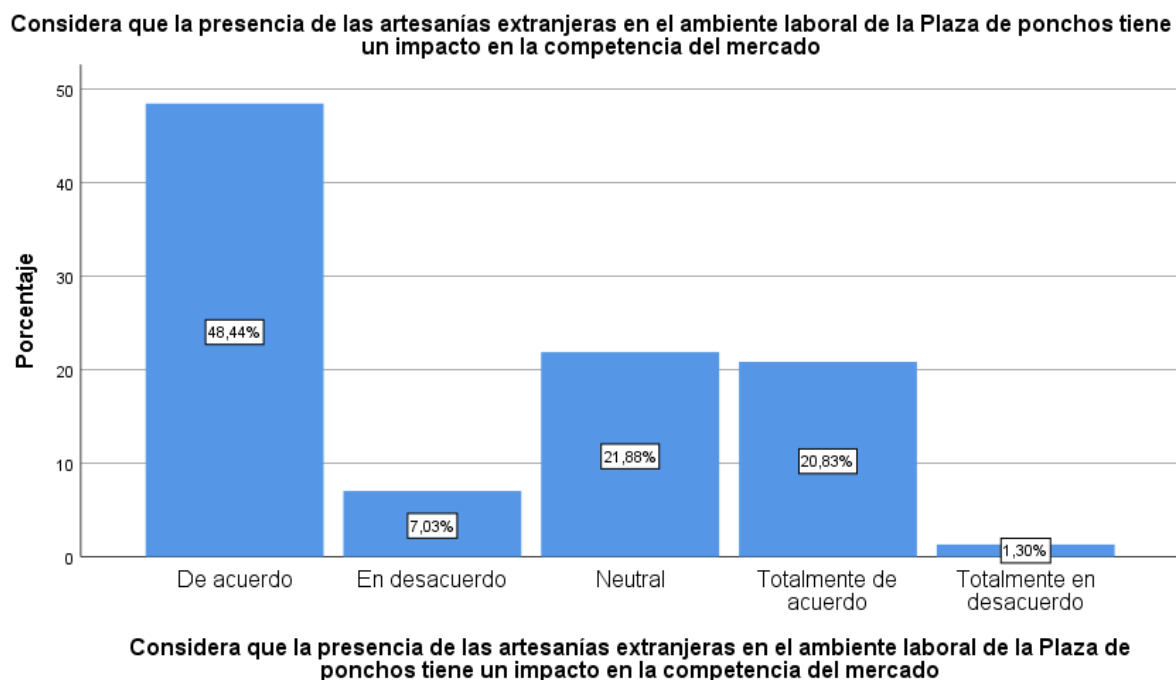
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico se observa que la mayoría de las personas están de acuerdo en que las artesanías extranjeras mejoran la variedad de productos de la Plaza de Ponchos. El 44% del equivalente al total de la población tiene una posición neutral de que se mejora la variedad de productos. Mientras que hay un mínimo de personas que están en desacuerdo que la variedad de productos extranjeros mejora a la Plaza de Ponchos.

Ilustración 19: Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado.



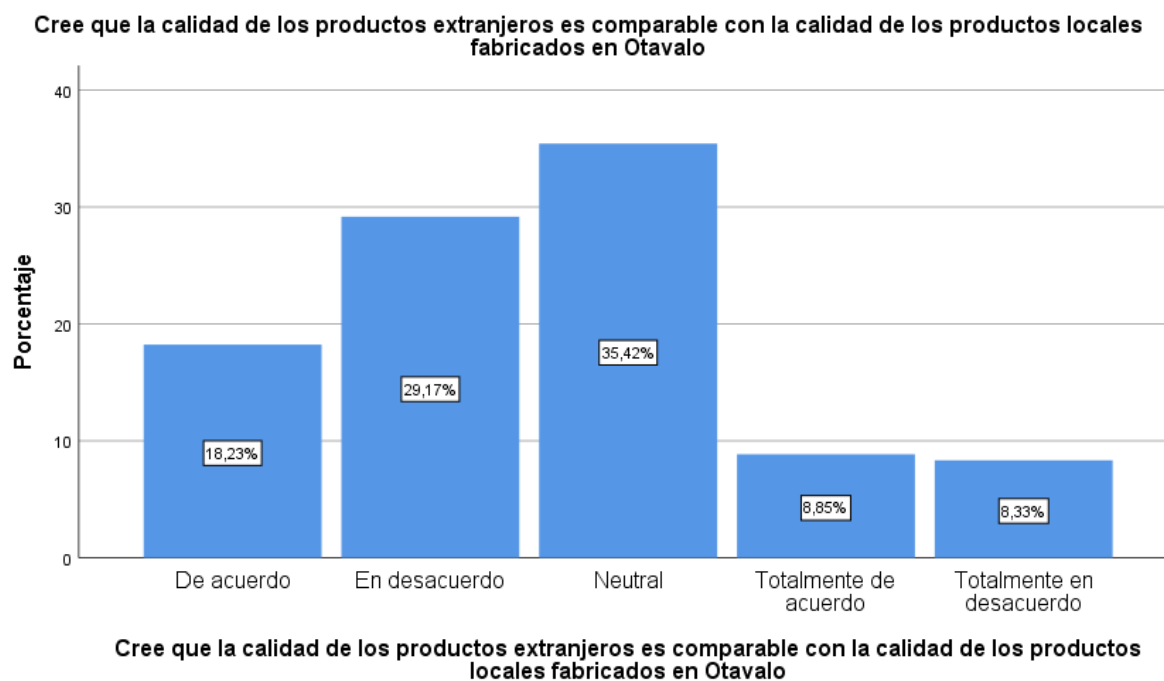
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico anteriormente presentado arroja otro punto importante donde la gente concuerda que la competencia en la Plaza de Ponchos existe con la presencia de artesanías extranjeras. El ambiente laboral puede verse afectado por la competencia entre artesanos locales y extranjeros. También se puede observar que el 21% de la población mantiene una posición neutral.

Ilustración 20: Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo.



Fuente: Estudio de mercado

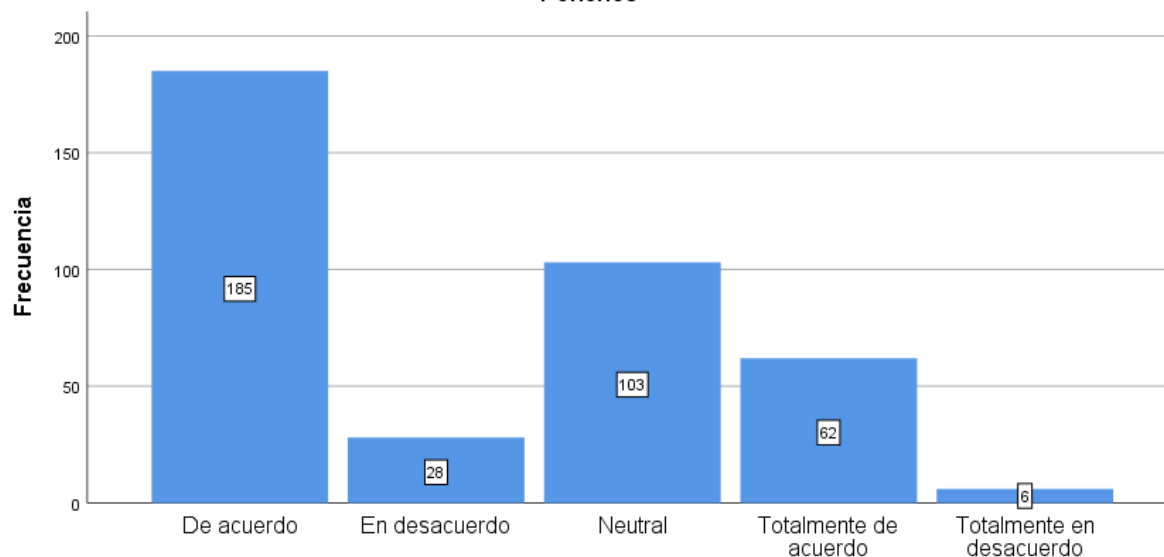
Elaborado por: el Autor

Interpretación:

El grafico anteriormente presentado arroja un dato neutral acerca de la comparación de la calidad. Existe un alto porcentaje de encuestados que consideran neutral su postura a las interrogantes. Por lo tanto, si un 35,46% es neutral, se debe a que los productos extranjeros o son mejores o compiten en calidad con los productos nativos de Otavalo. Sumados el 8.85% que consideran Totalmente de acuerdo a este porcentaje existe un debate de la comparación de la calidad.

Ilustración 21: Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos.

Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos



Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Interpretación:

En el gráfico se observa que la mayor parte de los encuestados están de acuerdo en que el impacto es negativo en el entorno laboral por la presencia de las artesanías extranjeras, esta pregunta ayuda a comprender la opinión de los visitantes y la postura que toman acerca de encontrar este tipo de artesanías en la Plaza de Ponchos. La comisión debería intervenir para poder llegar a tener un control de la entrada constante de los productos extranjeros en la plaza de Ponchos. Por otro lado, se encuentran los encuestados neutrales que evitan tomar una postura por factores que se desconocen.

4.2 Análisis bivariado

H0: No existe relación entre las variables

H1: Si existe relación entre las variables

Relación 1

Pruebas de chi-cuadrado

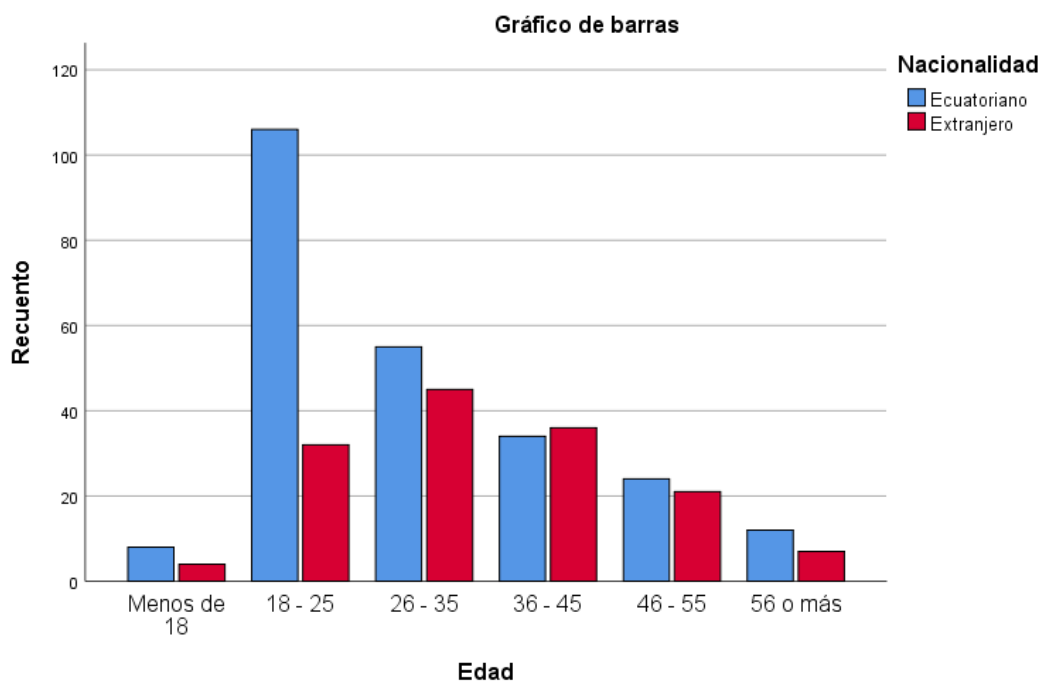
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,889 ^a	5	,001
Razón de verosimilitud	22,546	5	,000
Asociación lineal por lineal	10,354	1	,001
N de casos válidos	384		

a. 1 casillas (8,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,53.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,001 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 22: Cruce de variables, preguntas 1. EDAD y 3. NACIONALIDAD



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis:

En la ilustración anterior se puede intuir que la mayoría de visitantes son de nacionalidad ecuatoriana que rondan los 18 a 25 años. Mientras que los turistas extranjeros que más visitan la Plaza rondan entre los 26 a 35 años. Esto muestra que las personas que visitan la Plaza de ponchos son personas que superan los 20 años y están en el rango de edad de la población económicamente activa.

Relación 2

Pruebas de chi-cuadrado

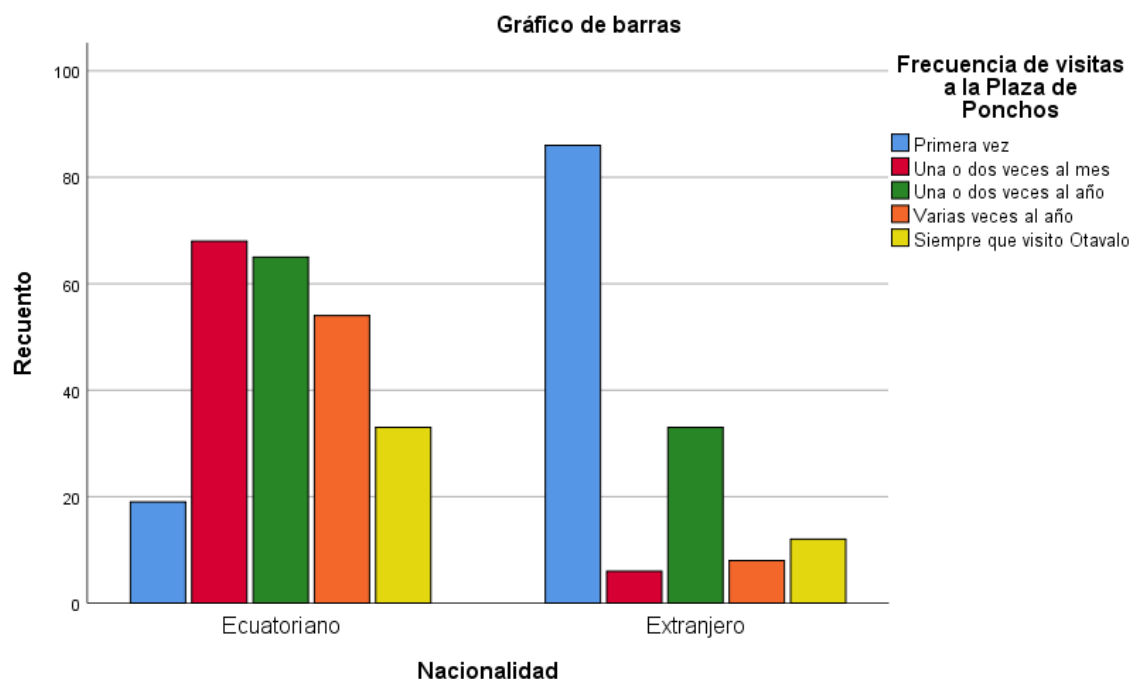
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	134,102 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	143,059	4	,000
Asociación lineal por lineal	56,817	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 16,99.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 23: Cruce de variables, preguntas 3. NACIONALIDAD y 4. FRECUENCIA DE VISITAS



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis:

En la ilustración presentada se observa que los visitantes ecuatorianos tienden a visitar la Plaza de Ponchos al menos una vez al mes o al año, es la tendencia que más se repite e incluso pueden llegar a ser varias visitar por distintos factores, pero se intuye que es el comercio. Mientras que los visitantes extranjeros respondieron con gran mayoría que es su primera vez visitando las Plaza de Ponchos por lo que se intuye llegan a visitar y conocer la cultura local.

Relación 3

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	104,140 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	110,908	4	,000
Asociación lineal por lineal	73,025	1	,000

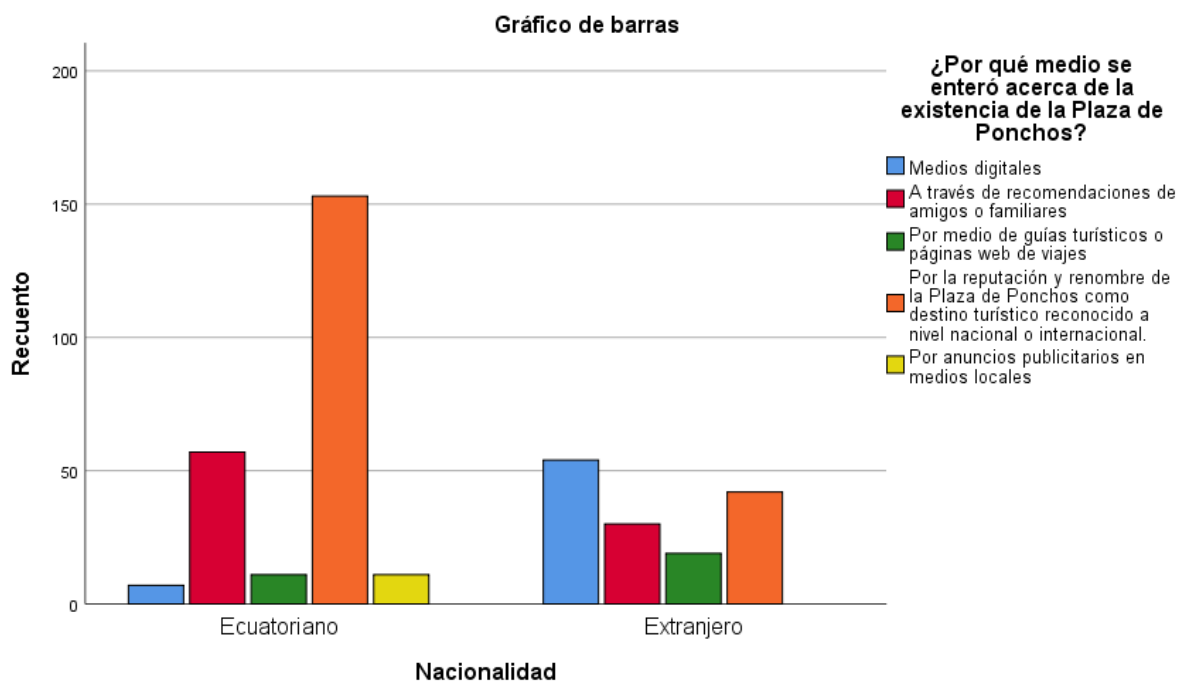
N de casos válidos	384	
--------------------	-----	--

a. 1 casillas (10,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,15.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 24: Cruce de variables, Preguntas 3. NACIONALIDAD y 9. ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERO ACERCA DE LA EXISTENCIA DE LA PLAZA DE PONCHOS?



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

En la ilustración anteriormente presentada se observa que la Plaza de Ponchos es reconocida a nivel nacional por su renombre y reputación que está asociada al prestigio que tiene en el territorio ecuatoriano. Por otro lado, los visitantes extranjeros conocen la Plaza de Ponchos por la divulgación de este sitio en los medios digitales, pero no tan atrás se encuentra de la misma forma el renombre y reputación a nivel internacional.

Relación 4

Pruebas de chi-cuadrado

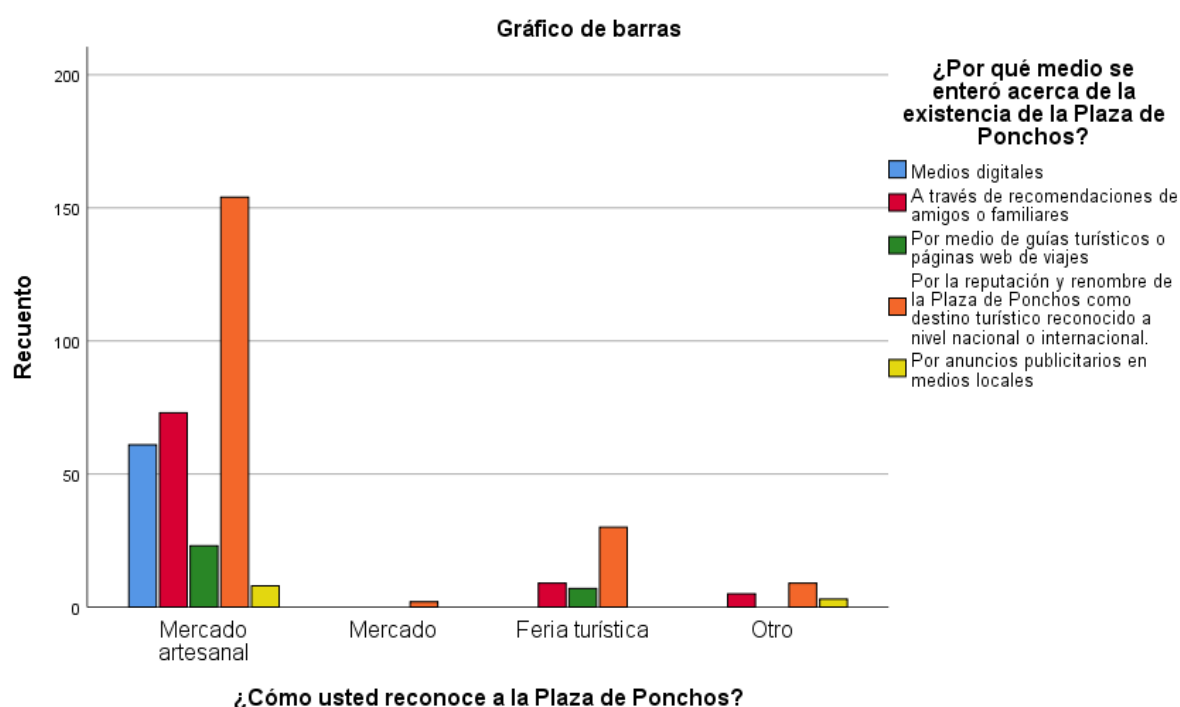
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,024 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	41,367	12	,000
Asociación lineal por lineal	11,839	1	,001
N de casos válidos	384		

a. 11 casillas (55,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 25: Cruce de variables, Preguntas 9. ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERO ACERCA DE LA EXISTENCIA DE LA PLAZA DE PONCHOS? y 10. ¿COMÓ USTED RECONOCE A LA PLAZA DE PONCHOS?



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

En la ilustración previamente presentada permite definir a la Plaza de Ponchos como un mercado artesanal reconocido por la mayoría de los visitantes. Dentro de la opción de mercado artesanal los visitantes saben acerca la existencia de la Plaza de ponchos por medio de su prestigio a nivel nacional e internacional, sin embargo, otras de las opciones que perduran para conocer acerca de la Plaza son los medios digitales y la recomendación de amigos o familiares. Esto habla bien acerca del conocimiento de la Plaza porque se puede llegar a recomendar visitarla por diversos factores que se desconocen.

Relación 5

Pruebas de chi-cuadrado

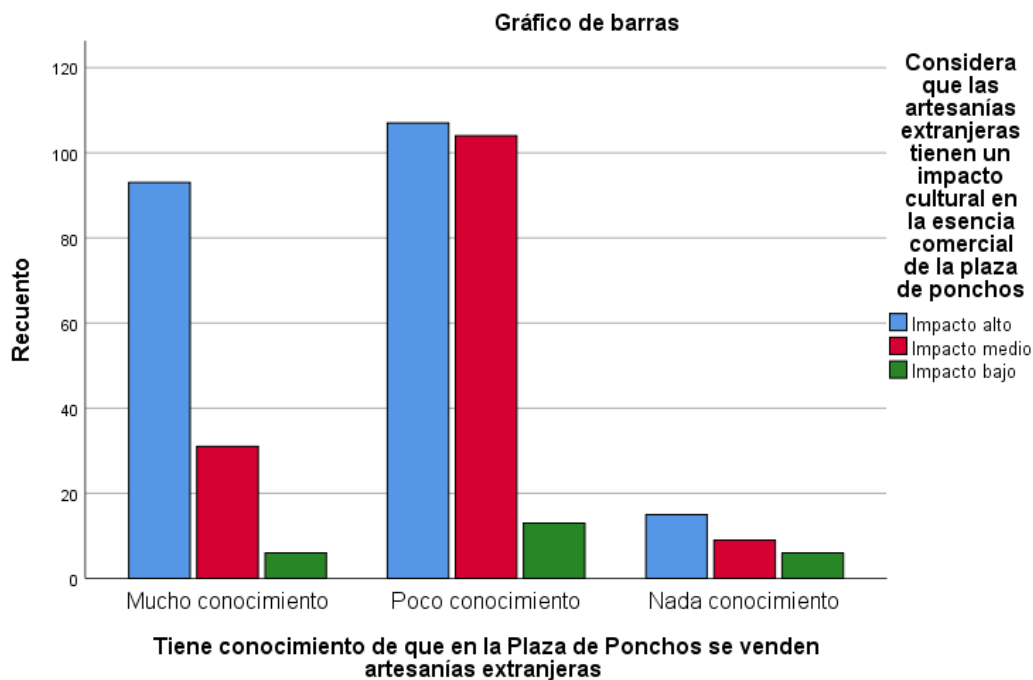
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,459 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	26,893	4	,000
Asociación lineal por lineal	15,931	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 1 casillas (11,1%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,95.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 26: Cruce de variables, Preguntas 7. TIENE CONOCIMIENTO DE QUE EN LA PLAZA DE PONCHOS SE VENDEN ARTESANIAS EXTRANJERAS y 12. CONSIDERA QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO CULTURAL EN LA ESENCIA COMERCIAL DE LA PLAZA DE PONCHOS?



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

En el gráfico presentado se observa que las personas con mucho y poco conocimiento acerca de las ventas de artesanías extranjeras, consideran que tienen un impacto alto en la esencia comercial de la Plaza de Ponchos, incluso quienes no tienen conocimiento mantienen la misma postura. Esto podría indicar que hay un gran impacto de las artesanías extranjeras frente a las artesanías locales y que los visitantes lo consideran al visitar la Plaza.

Relación 6

Pruebas de chi-cuadrado

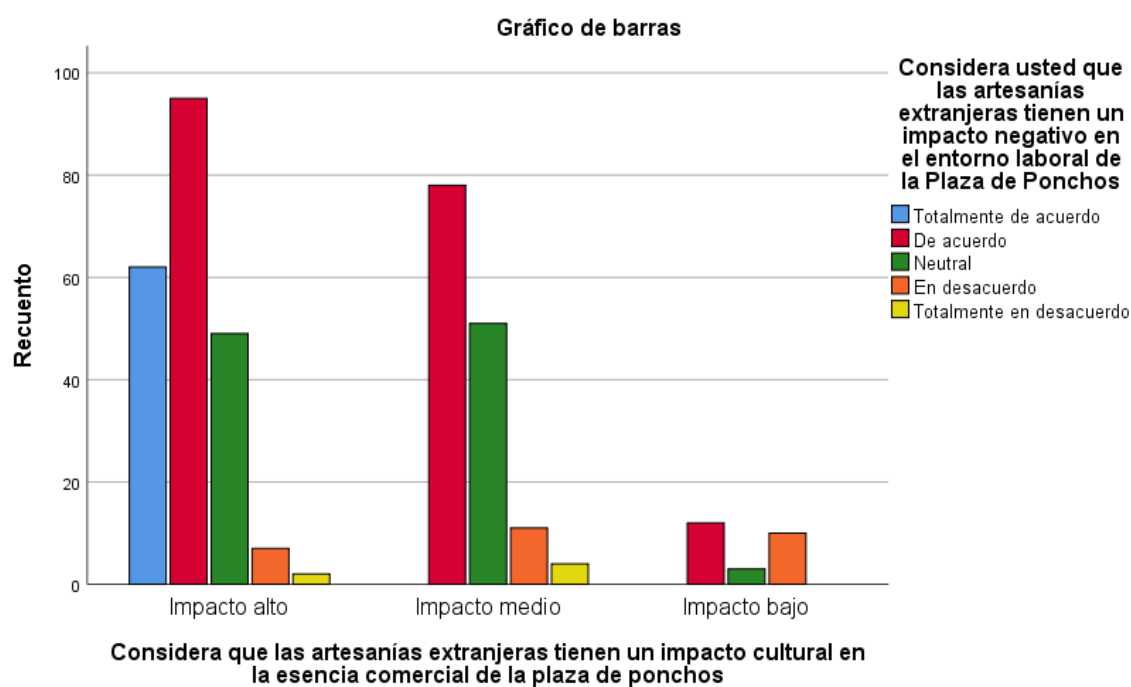
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	101,642 ^a	8	,000
Razón de verosimilitud	107,547	8	,000
Asociación lineal por lineal	47,015	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,39.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 27: Cruce de variables, Preguntas 12. CONSIDERA QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO CULTURAL EN LA ESENCIA COMERCIAL DE LA PLAZA DE PONCHOS y 16. CONSIDERA USTED QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO NEGATIVO EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

El gráfico presentado arroja la siguiente información, considerando que la pregunta 16 es muy importante para determinar el impacto negativo o positivo, el gráfico presenta que las

personas que consideran que hay un impacto cultural alto en la esencia comercial de la Plaza de Ponchos también coinciden en que existe un impacto negativo en el entorno laboral. Esto propone una alarma para los artesanos de la Plaza dando a conocer que los visitantes creen que las artesanías extranjeras pueden afectar en varios factores al entorno laboral de la misma.

Relación 7

Pruebas de chi-cuadrado

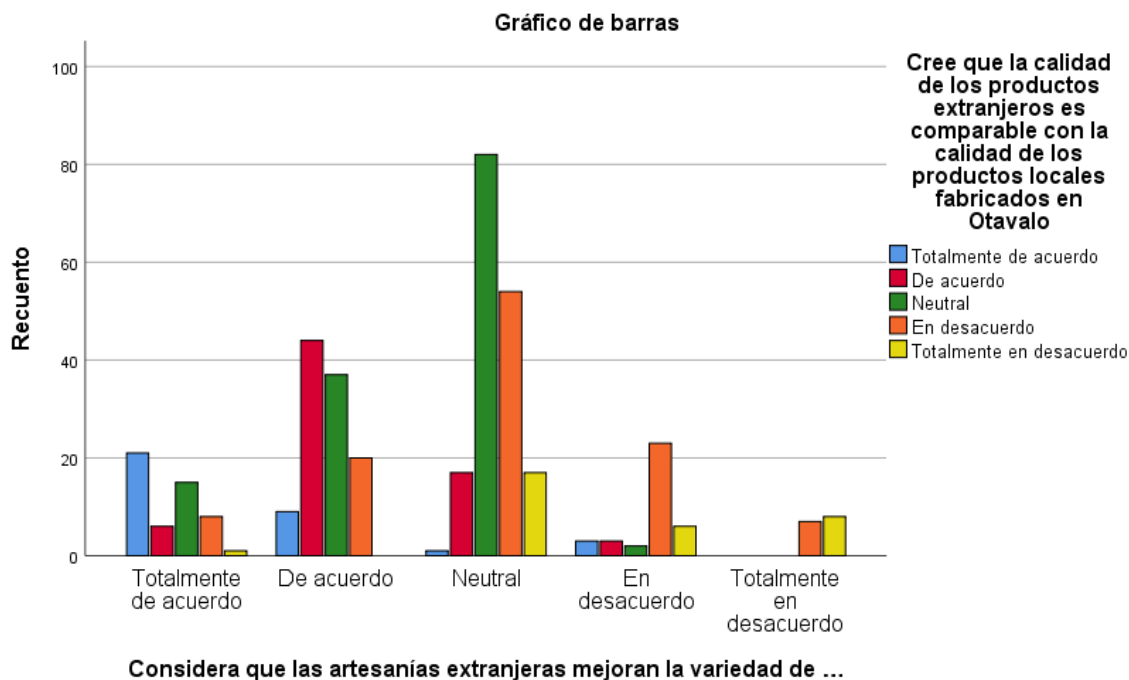
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	213,592 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	190,322	16	,000
Asociación lineal por lineal	101,516	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 8 casillas (32,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,25.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 28: Cruce de variables, Preguntas 13. CONSIDERA QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS MEJORAN LA VARIEDAD DE PRODUCTOS EN LA PLAZA DE PONCHOS y 15. CREE QUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS ES COMPARABLE CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS LOCALES FABRICADOS EN OTAVALO.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

El gráfico presentado muestra la postura neutral de los visitantes en relación con la calidad de los productos. Esto da una interrogante sobre la postura a la que se inclinarían los visitantes para equiparar la calidad de las artesanías. La variedad de productos puede llegar a mejorar la visibilidad de la Plaza de Ponchos mostrando un ambiente más folclórico y lleno de diversidad y en consecuencia los visitantes no son tan indiferentes a aceptar la entrada de este tipo de artesanías. Mientras que en el tema de la calidad el debate se mantiene neutral por lo que las artesanías extranjeras estarían compitiendo en este aspecto con las artesanías locales de Otavalo. Aquí tendrían un papel importante otros factores como la relación calidad-precio o la atención al cliente.

Relación 8

Pruebas de chi-cuadrado

Valor	df	Significación asintótica (bilateral)

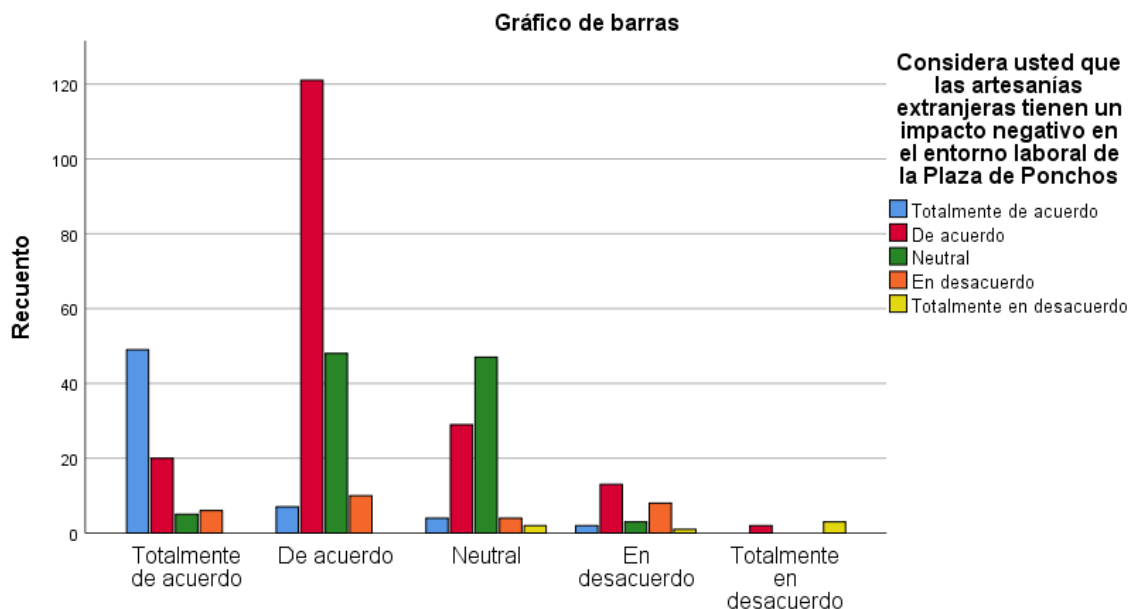
Chi-cuadrado de Pearson	327,803 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	203,812	16	,000
Asociación lineal por lineal	75,671	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 11 casillas (44,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 29: Cruce de variables, Preguntas 14. CONSIDERA QUE LA PRESENCIA DE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS EN EL AMBIENTE LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS TIENE UN IMPACTO EN LA COMPETENCIA. y 16. CONSIDERA USTED QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO NEGATIVO EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS.



Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de ponchos tiene un impacto en la ...

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

El gráfico presentado muestra el lado negativo en el que se encuentra el entorno laboral de la Plaza de Ponchos. Los encuestados están de acuerdo en que existe un impacto negativo por la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral, si lo complementamos con la calificación del nivel de impacto anteriormente presentado en la **relación 6** que fue calificado como alto nos damos una idea de la inconformidad de los visitantes en encontrar productos de procedencia extranjera en Otavalo. Por otro lado, podemos fundamentar la afirmación mediante el gráfico donde se observa que muy pocas personas consideran que el impacto no sea negativo.

Relación 9

Pruebas de chi-cuadrado

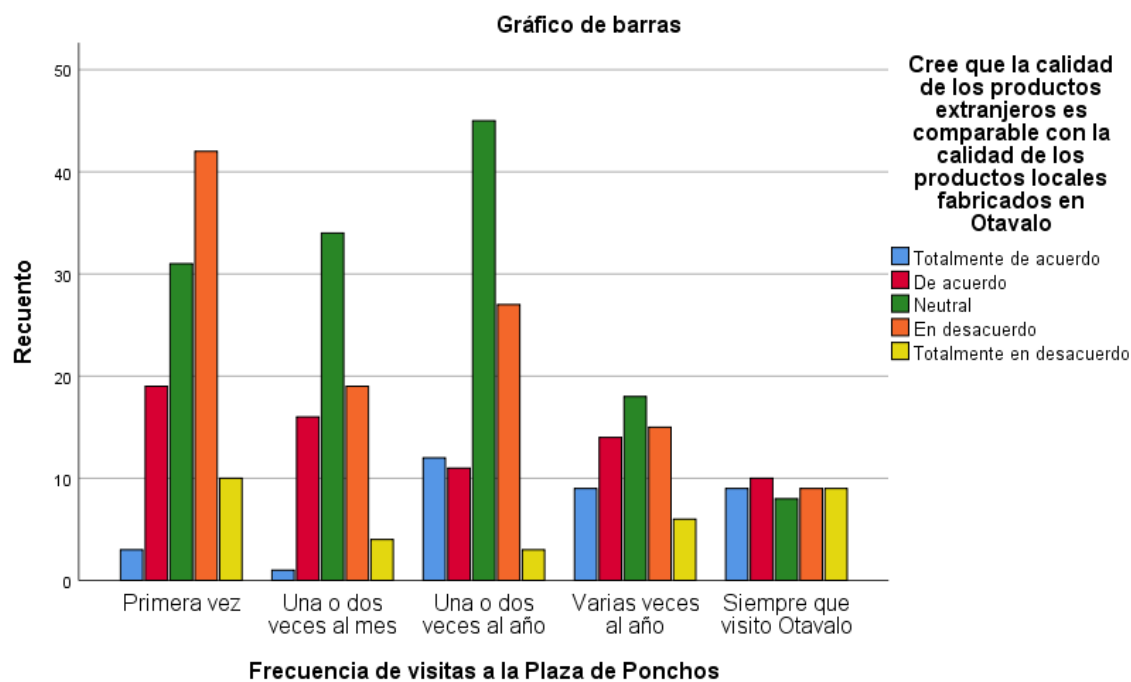
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,146 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	53,836	16	,000
Asociación lineal por lineal	7,423	1	,006
N de casos válidos	384		

a. 2 casillas (8,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,75.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0.05$ Si existe relación

Ilustración 30: Cruce de variables, preguntas 4. FRECUENCIA DE VISITAS A LA PLAZA DE PONCHOS y 15. CREE QUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS ES COMPARABLE CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS LOCALES FABRICADOS EN OTAVALO.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis:

La ilustración presentada muestra que los visitantes que visitan la Plaza de una a dos veces al año y de una a dos veces al mes, tienen una postura neutral cuando comparan la calidad de las artesanías. Mientras que las personas que visitan la Plaza por primera vez tienden a estar en desacuerdo y neutrales en cuanto a la calidad de los productos. Nuevamente el tema de la calidad arroja un punto medio en el cual las artesanías extranjeras compiten con las artesanías autóctonas. Este análisis podría llevar a que los artesanos busquen soluciones alternas a la calidad para promocionar sus productos, la atención al cliente, la ventaja competitiva o el tema cultural podrían ser algunos de los factores que se pueden resaltar para generar valor al producto.

Relación 10

Pruebas de chi-cuadrado

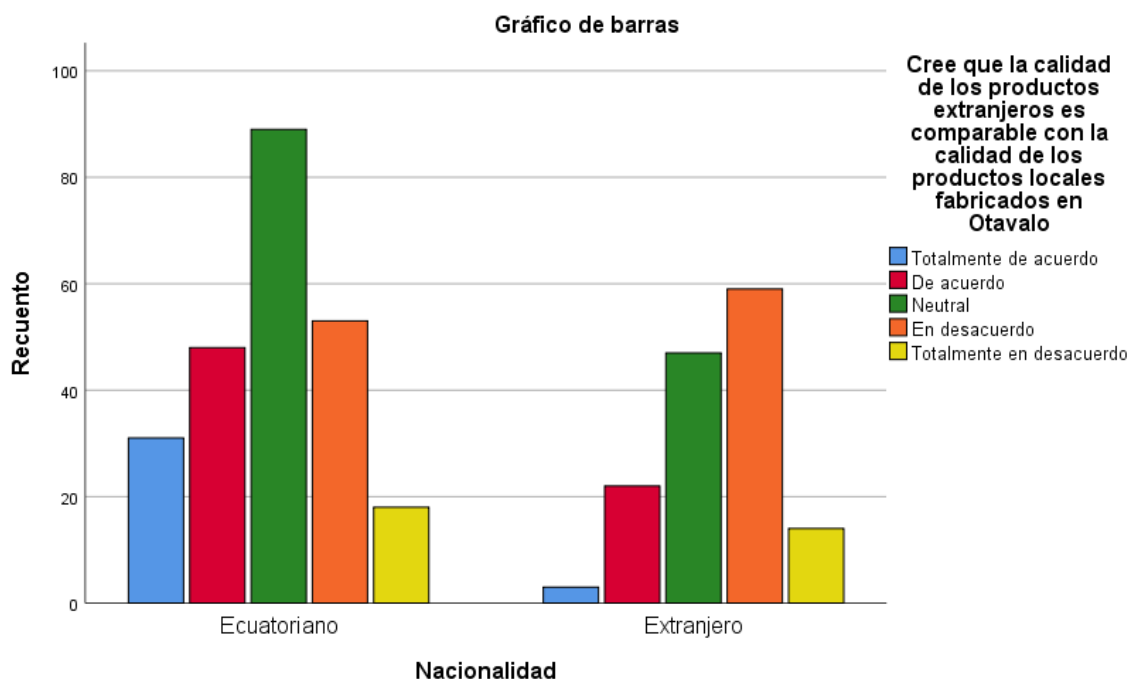
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,995 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	27,495	4	,000
Asociación lineal por lineal	19,132	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 12,08.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 31: Cruce de variables, preguntas 3. NACIONALIDAD y 15. CREE QUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS ES COMPARABLE CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS LOCALES FABRICADOS EN OTAVALO.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis:

La ilustración presentada muestra que los visitantes nacionales son los más neutrales en el tema de la calidad, esto puede tener relación con la mano de obra o el proceso de fabricación de los productos donde pueden tener menos gastos en el caso de las artesanías extranjera. Mientras que el valor cultural que se le da a los productos locales pesa demasiado en la decisión de compra. Esto puede verse reflejado en la columna de los ciudadanos extranjeros que pueden llegar a Otavalo para descubrir la cultural Kichwa-otavaleña y como fue mostrado en la **relación 3**, la mayoría de ciudadanos extranjeros se enteran de la Plaza de Ponchos por los medios digitales donde se encuentra información acerca de la ciudad, sus habitantes y todo lo que ofrece Otavalo.

Relación 11

Pruebas de chi-cuadrado

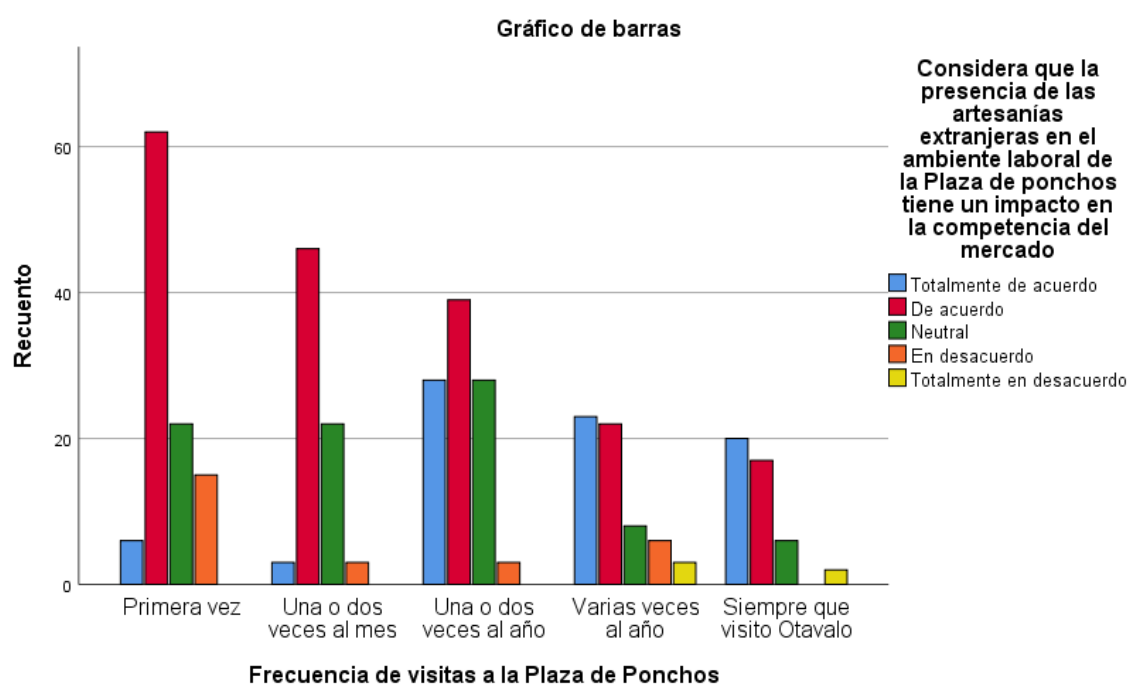
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	89,717 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	96,951	16	,000
Asociación lineal por lineal	18,668	1	,000
N de casos válidos	384		

a. 7 casillas (28,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,59.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 32: Cruce de variables, preguntas 4. FRECUENCIA DE VISITAS A LA PLAZA DE PONCHOS y 14. CONSIDERA QUE LA PRESENCIA DE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS EN EL AMBIENTE LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS TIENE UN IMPACTO EN LA COMPETENCIA DEL MERCADO.



*Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: el Autor*

Análisis:

La ilustración previamente presentada permite conocer la postura de los encuestados que masa visitan la Plaza de ponchos con respecto a la competencia y el ambiente laboral. Los visitantes con mas regularidad de una a dos veces al mes están de acuerdo que existe una alta competencia entre artesanos dentro del ambiente laboral. Esto puede provocar que la artesanía autóctona no sea valorada de la manera correcta y tengan que bajar los precios para poder competir. Se puede afirmar la postura en todos los casos de frecuencia de visita donde la mayoría de personas están de acuerdo que existe un impacto.

Relación 12

Pruebas de chi-cuadrado

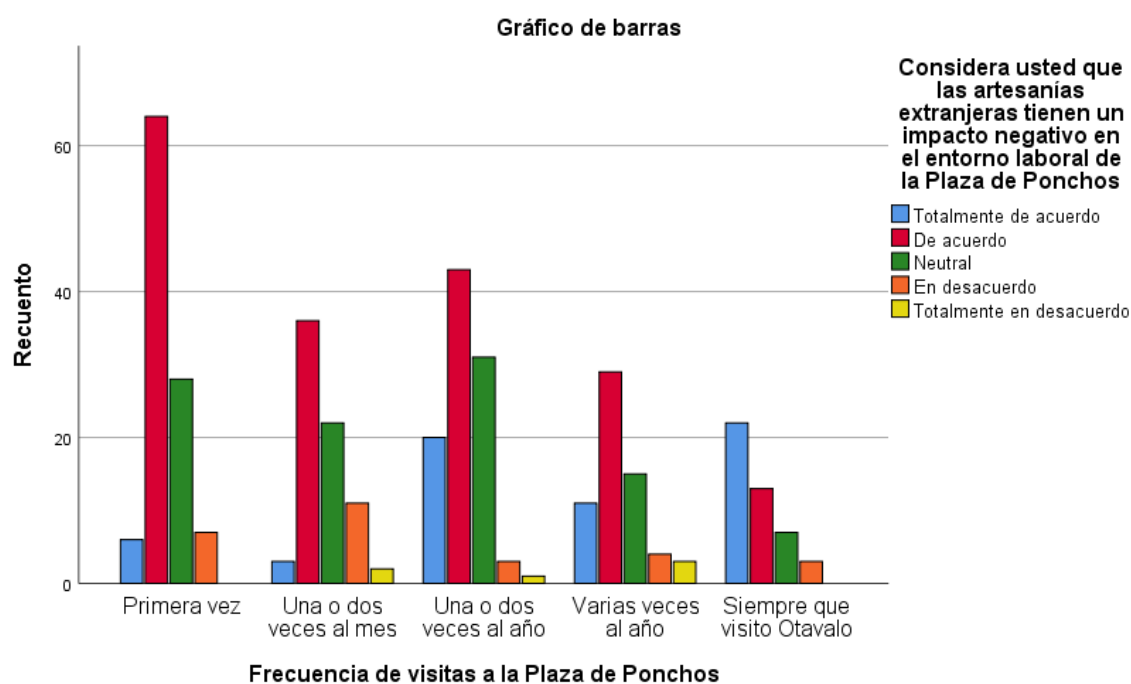
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	71,434 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	66,709	16	,000
Asociación lineal por lineal	10,935	1	,001
N de casos válidos	384		

a. 7 casillas (28,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,70.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,000 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 33: Cruce de variables, preguntas 4. FRECUENCIA DE VISITAS A LAPLAZA DE PONCHOS. y 16. CONSIDERA USTED QUE LAS ARTESANIAS EXTRANJERAS TIENEN UN IMPACTO NEGATIVO EN EL ENTORNO LABORAL DE LA PLAZA DE PONCHOS.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis:

La ilustración presentada muestra la postura a la cual los visitantes se inclinan al calificar el impacto en la Plaza de Ponchos. Los visitantes que más frecuentan visitar la Plaza consideran estar de acuerdo en el impacto negativo en el ambiente laboral pero también prevalece la postura neutral. En el **análisis 12** los visitantes estuvieron de acuerdo en que afecta a la competencia de los artesanos la presencia de productos de origen extranjero. En este apartado se puede considerar que estos mismos productos generan un impacto negativo en el entorno laboral. Podemos suponer que las personas con postura neutral deben considerar varios factores para no determinar inclinarse por positivo o negativo. Estos factores pueden ser la calidad o la variedad que se encuentra al momento de visitar la Plaza de ponchos.

Relación 13

Pruebas de chi-cuadrado

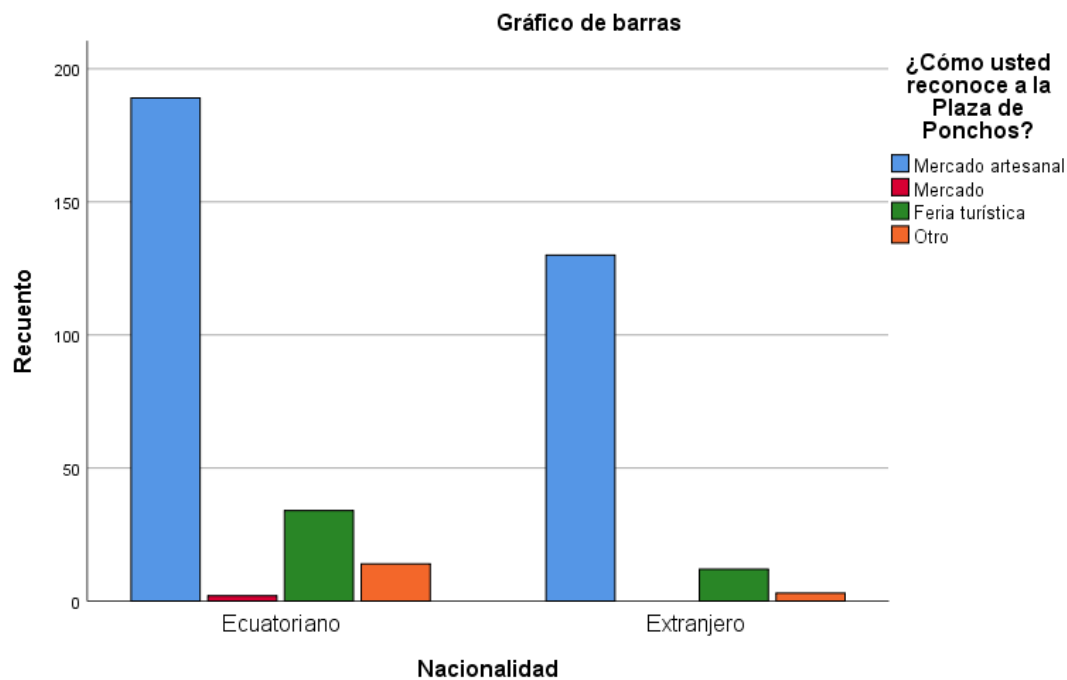
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,022 ^a	3	,046
Razón de verosimilitud	9,190	3	,027
Asociación lineal por lineal	6,881	1	,009
N de casos válidos	384		

a. 2 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,76.

De acuerdo con el resultado de las pruebas chi-cuadrado

H1: $0,046 < 0,05$ Si existe relación

Ilustración 34: Cruce de variables, preguntas 3. NACIONALIDAD y 10. ¿CÓMO USTED RECONOCE A LA PLAZA DE PONCHOS?



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis:

La ilustración mostrada confirma a la Plaza de Ponchos como Mercado artesanal calificativo que le dan tanto los visitantes extranjeros y locales. En la columna verde también se puede ver que un pequeño porcentaje la considera una feria turística que también se la puede definir por la cantidad de personas que llegan con sus familias de paseo a la ciudad de Otavalo. Sin embargo, como más la conocen es como un mercado artesanal.

Cuadro de Correlaciones

Ilustración 35: Cuadro de correlaciones de Pearson

		Correlaciones													
		Edad	Género	Nacionalidad	Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos	Propósito de su visita	¿Cómo calificaría la atención que ha recibido por parte de los artesanos y comerciantes durante su visita en la Plaza de Ponchos?	Tiene conocimiento de que en la Plaza de Ponchos se venden artesanías extranjeras	¿Por qué medio se enteró acerca de la existencia de la Plaza de Ponchos?	¿Cómo usted reconoce a la Plaza de Ponchos?	Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia comercial de la plaza de ponchos	Considera que las artesanías extranjeras mejoran la variedad de productos disponibles en la Plaza de Ponchos	Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado	Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo	Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos
Edad	Correlación de Pearson	1	,081	,164**	,033	-,182**	,120*	-,112*	-,122*	-,252**	,183**	,435**	-,072	,347**	-,022
	Sig. (bilateral)		,112	,001	,525	,000	,019	,028	,017	,000	,000	,000	,159	,000	,661
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Género	Correlación de Pearson	,081	1	-,086	,172**	,035	-,069	-,064	,019	-,043	-,160**	-,011	-,409**	-,200**	-,212**
	Sig. (bilateral)	,112		,093	,001	,494	,179	,211	,711	,395	,002	,827	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Nacionalidad	Correlación de Pearson	,164**	-,086	1	-,385**	-,206**	,107*	,061	-,437**	-,134**	-,011	,054	,095	,224**	,004
	Sig. (bilateral)	,001	,093		,000	,000	,036	,229	,000	,009	,831	,288	,064	,000	,945
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos	Correlación de Pearson	,033	,172**	-,385**	1	,053	-,105*	,002	,368**	,098	-,080	,031	-,221**	-,139**	-,169**
	Sig. (bilateral)	,525	,001	,000		,299	,039	,968	,000	,056	,119	,551	,000	,006	,001
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Propósito de su visita	Correlación de Pearson	-,182**	,035	-,206**	,053	1	,107*	-,091	,113*	,260**	-,176**	-,272**	-,135**	-,133**	-,073
	Sig. (bilateral)	,000	,494	,000	,299		,036	,076	,026	,000	,001	,000	,008	,009	,156
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
¿Cómo calificaría la atención que ha recibido por parte de los artesanos y comerciantes durante su visita en la Plaza de Ponchos?	Correlación de Pearson	,120*	-,069	,107*	-,105*	,107*	1	,061	-,044	-,106*	,061	,126*	,044	,132**	-,062
	Sig. (bilateral)	,019	,179	,036	,039	,036		,233	,390	,038	,235	,013	,386	,009	,223
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Tiene conocimiento de que en la Plaza de Ponchos se venden artesanías extranjeras	Correlación de Pearson	-,112*	-,064	,061	,002	-,091	,061	1	-,090	,127*	,204**	,083	,206**	,037	,160**
	Sig. (bilateral)	,028	,211	,229	,968	,076	,233		,078	,013	,000	,102	,000	,475	,002
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
¿Por qué medio se enteró acerca de la existencia de la Plaza de Ponchos?	Correlación de Pearson	-,122*	,019	-,437**	,368**	,113*	-,044	-,090	1	,176**	-,066	,058	-,165**	-,137**	-,142**
	Sig. (bilateral)	,017	,711	,000	,000	,026	,390	,078		,001	,197	,259	,001	,007	,005
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
¿Cómo usted reconoce a la Plaza de Ponchos?	Correlación de Pearson	-,252**	-,043	-,134**	,098	,260**	-,106*	,127*	,176**	1	-,049	-,019	,073	-,134**	-,159**
	Sig. (bilateral)	,000	,395	,009	,056	,000	,038	,013	,001		,342	,715	,156	,009	,002
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia comercial de la plaza de ponchos	Correlación de Pearson	,183**	-,160**	-,011	-,080	-,176**	,061	,204**	-,066	-,049	1	,269**	,361**	,224**	,350**
	Sig. (bilateral)	,000	,002	,831	,119	,001	,235	,000	,197	,342		,000	,000	,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Considera que las artesanías extranjeras mejoran la variedad de productos disponibles en la Plaza de Ponchos	Correlación de Pearson	,435**	-,011	,054	,031	-,272**	,126*	,083	,058	-,019	,269**	1	,080	,515**	,134**
	Sig. (bilateral)	,000	,827	,288	,551	,000	,013	,102	,259	,715	,000		,118	,000	,009
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado	Correlación de Pearson	-,072	-,409**	,095	-,221**	-,135**	,044	,206**	-,165**	,073	,361**	,080	1	,201**	,444**
	Sig. (bilateral)	,159	,000	,064	,000	,008	,386	,000	,001	,156	,000	,118		,000	,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo	Correlación de Pearson	,347**	-,200**	,224**	-,139**	-,133**	,132**	,037	-,137**	-,134**	,224**	,515**	,201**	1	,178**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,006	,009	,009	,475	,007	,009	,000	,000	,000		,000
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos	Correlación de Pearson	-,022	-,212**	,004	-,169**	-,073	-,062	,160**	-,142**	,159**	,350**	,134**	,444**	,178**	1
	Sig. (bilateral)	,661	,000	,945	,001	,156	,223	,002	,005	,002	,000	,009	,000	,000	
	N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: el Autor

4.3 Análisis general de la oferta y demanda

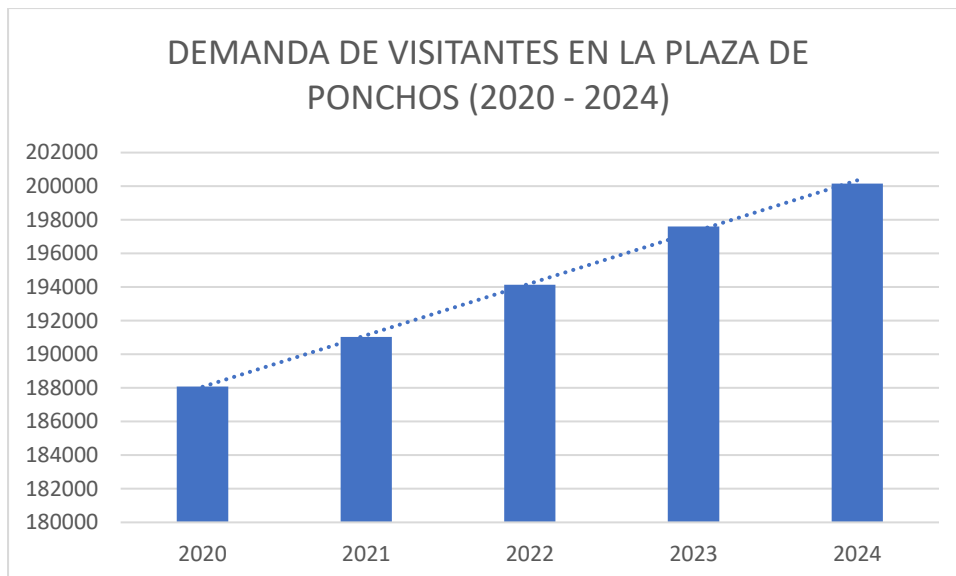
Es importante comprender el mercado de manera general en el análisis de la oferta y la demanda, teniendo en cuenta que al analizar la oferta se evalúa la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a diferentes precios, se pueden considerar aspectos como: la capacidad de producción, los costos de producción, la tecnología, los canales de distribución y la competencia. El objetivo es entender al mercado y aplicar las diferentes estrategias. Por otro lado, para hacer el análisis de la demanda se debe hacer un análisis de los bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios, tomando en cuenta el poder adquisitivo, las preferencias del consumidor, los factores demográficos y la elasticidad.

Análisis de la demanda

Según el censo de población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la tasa de crecimiento poblacional en el Ecuador es del 1,42% en el 2023 (Redacción, 2023). Por otra parte, se tomará en cuenta la información proporcionada por el Departamento de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón de Otavalo, la cantidad de visitantes de la Plaza de Ponchos en el año 2023 son alrededor de 197.604 turistas y visitantes. Con los datos anteriormente mencionado se realizará el cálculo de la demanda de visitantes en base al índice de crecimiento poblacional y la cantidad de visitantes anuales en el año 2023.

Ilustración 36: Demanda de visitantes

VISITANTES TOTALES



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

Análisis

En la ilustración que se presentó se puede observar que en **el 2020 baja la turistas y visitantes por la pandemia del Covid-19 por lo que se reducen visitantes en la Plaza de Ponchos por temas de seguridad. En el 2021 hubo una recuperación gradual de turistas por lo que se vuelve a reactivar el comercio local. En 2022 se puede observar que se normaliza el turismo y la tendencia de visitas a la Plaza de Ponchos vuelve a aumentar, por este año se empiezan a quitar las restricciones y medidas de bioseguridad en el mundo. En 2023 se comienza a estabilizar la demanda de visitantes y se considera una recuperación en el sector turístico. En 2024 se prevé que siga este crecimiento continuo como resultado en un mercado sostenible y con aplicación de estrategias innovadoras para la reactivación de la economía y adaptarse a la nueva realidad.**

4.4 Análisis comparativo realidad de la empresa vs. Resultado del estudio de mercado

4.4.1 Análisis Descriptivo

- Descripción de la realidad actual

REALIDAD ACTUAL

Actualmente la Plaza de Ponchos es un reconocido mercado artesanal en la ciudad de Otavalo. Alrededor de 3000 artesanos se pueden encontrar en los días de mayor actividad (La hora, 2022). Este mercado artesanal atrae turistas y visitantes nacionales e internacionales cada año. Hoy en día los artesanos de la Plaza de Ponchos generan una gran cantidad de recursos al País. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, la industria artesanal de Otavalo genera alrededor de \$100 millones de dólares al año (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022). La variedad de productos incluye textiles, joyería, cerámica, cuero, y otros artículos artesanales que reflejan la rica herencia cultural de los pueblos kichwa-otavalos. Los turistas son atraídos no solo por la oportunidad de adquirir artesanías únicas, sino también por la experiencia cultural que ofrece el mercado. Tomado en cuenta que la Plaza de Ponchos es un mercado artesanal, se pueden encontrar productos y artesanías provenientes de países aledaños. Varios estudios realizados por la Universidad de Otavalo en 2022, alrededor del 20% de las artesanías que se comercializan en Otavalo son de origen extranjero (Universidad de Otavalo, 2022).

Con base en el estudio realizado mediante técnicas de investigación y herramientas aplicadas como la entrevista, observación directa y encuestas aplicadas a 384 visitantes de la Plaza de Ponchos. Los hallazgos encontrados revelan que existe un impacto considerablemente alto a nivel económico, cultural y competitivo en el ambiente laboral del sitio antes mencionado. Las encuestas realizadas a expertos en el tema destacan los

desafíos que enfrentan con los productos extranjeros y poco apoyo por parte de las autoridades de la Plaza de Ponchos y el GAD Municipal de Otavalo.

- **Resultados del estudio de mercado**

4.4.2 Análisis Correlacional

El análisis correlacional implica examinar dos variables que tienen una relación entre sí, esto funciona para analizar cómo influyen mutuamente entre las dos. Se seleccionaron las variables más importantes y los cuadros con mayor influencia para el tema de estudio. A continuación, se presenta la selección de variables, el método de análisis y el resultado del análisis correlacional.

- **Selección de variables**

Para analizar la correlación existente fueron tomadas en cuenta las siguientes variables o preguntas realizadas en la encuesta aplicada en el lugar de estudio a los visitantes y turistas:

- Nacionalidad
- Frecuencia de visitas
- Como usted reconoce a la Plaza de Ponchos
- Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo
- Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia comercial de la Plaza de Ponchos
- Tiene conocimiento de que en la Plaza de Ponchos se venden artesanías extranjeras
- Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de Ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado

- Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos

Al realizar el cruce de variables bilateral, evidenciadas en la tabla de correlaciones de Pearson, las variables seleccionadas fueron las más importantes.

- **Método de análisis**

El método de análisis fue la correlación de Pearson que mide la fuerza y la dirección de la relación lineal entre dos variables cuantitativas. Se utilizó un software estadístico **SPSS**.

- **Resultados del análisis correlacional**

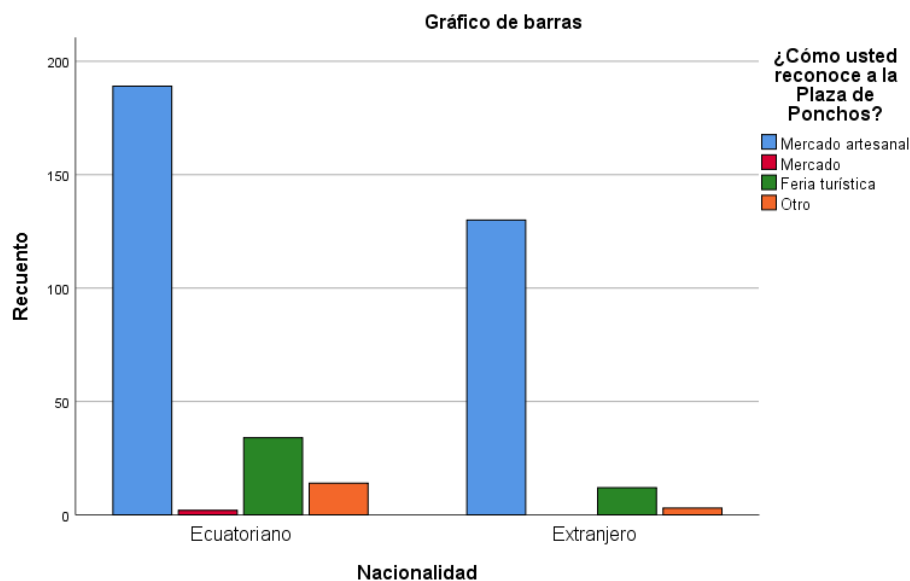
Los resultados del análisis correlacional arrojaron lo siguiente:

Tabla 19: Análisis correlacional 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,022 ^a	3	,046
Razón de verosimilitud	9,190	3	,027
Asociación lineal por lineal	6,881	1	,009
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



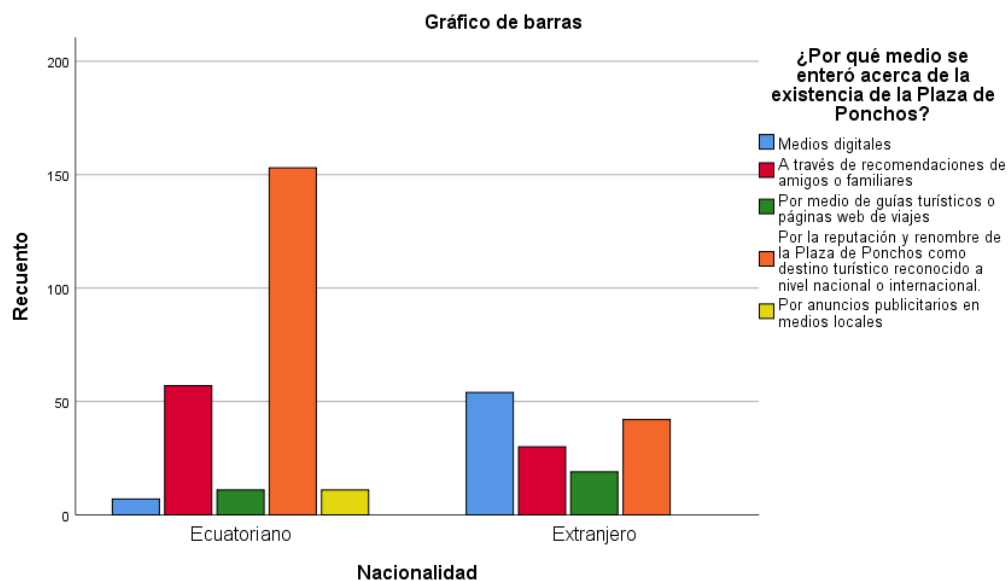
Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables: Nacionalidad y Cómo usted reconoce a la Plaza de Ponchos ($r = 0.46$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.046 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

Tabla 20: Análisis correlacional 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	104,140 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	110,908	4	,000
Asociación lineal por lineal	73,025	1	,000
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



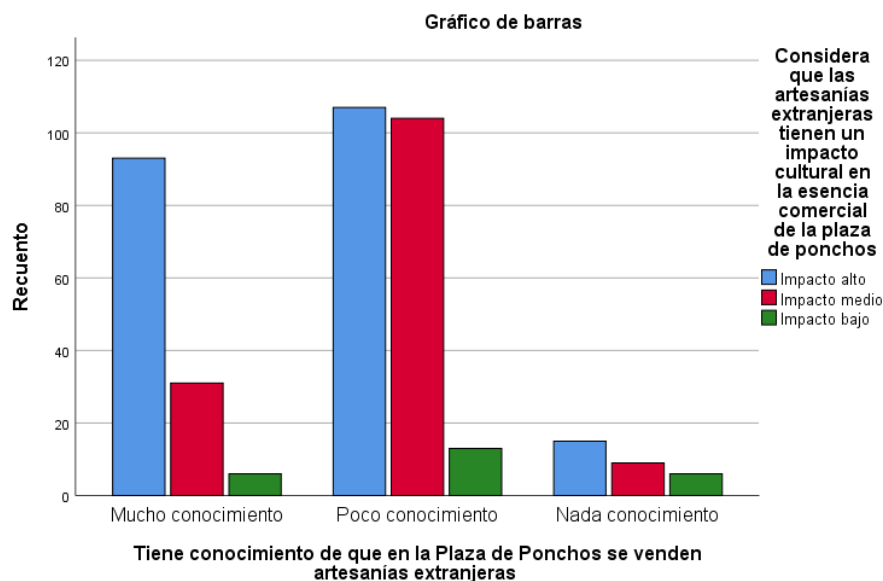
Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables Nacionalidad y Por qué medio se enteró acerca de la existencia de la Plaza de Ponchos ($r = 0.000$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.000 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

Tabla 21: Análisis correlacional 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,459 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	26,893	4	,000
Asociación lineal por lineal	15,931	1	,000
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



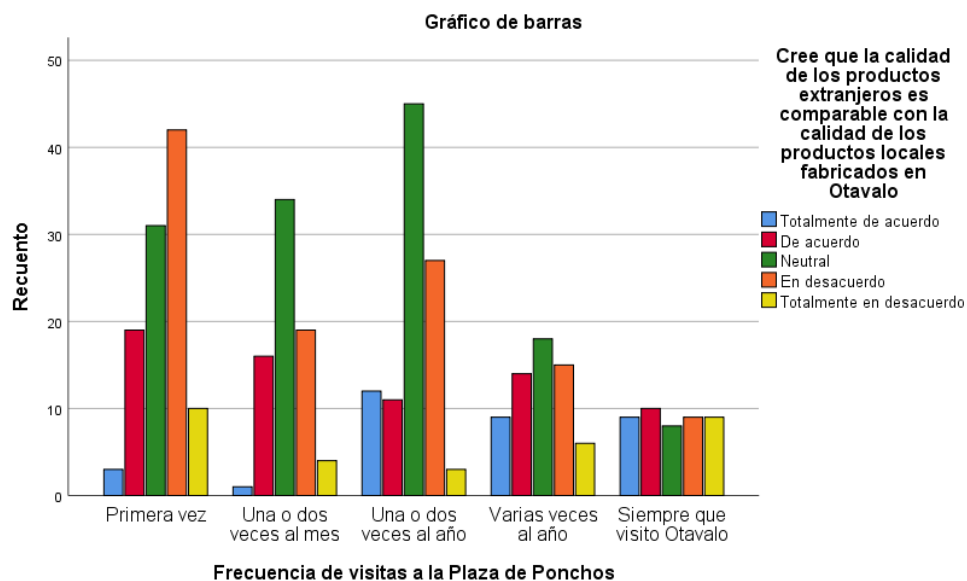
Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables: Tiene conocimiento de que en la Plaza de Ponchos se venden artesanías extranjeras y Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia de la Plaza de Ponchos ($r = 0.000$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.000 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

Tabla 22: Análisis correlacional 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,146 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	53,836	16	,000
Asociación lineal por lineal	7,423	1	,006
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



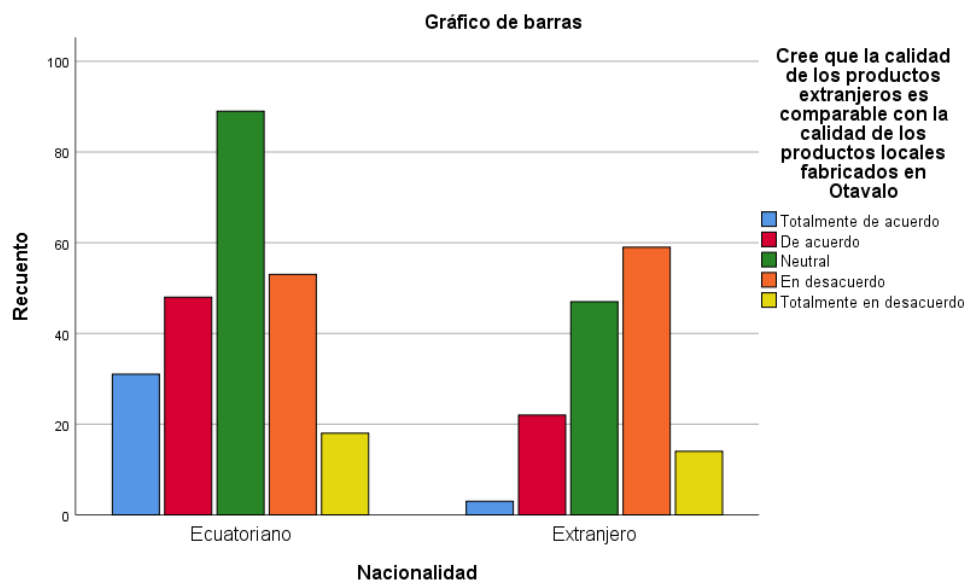
Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables: Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos y Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo ($r = 0.000$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.000 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

Tabla 23: Análisis correlacional 5

Pruebas de chi-cuadrado			Significación asintótica (bilateral)
	Valor	df	
Chi-cuadrado de Pearson	24,995 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	27,495	4	,000
Asociación lineal por lineal	19,132	1	,000
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



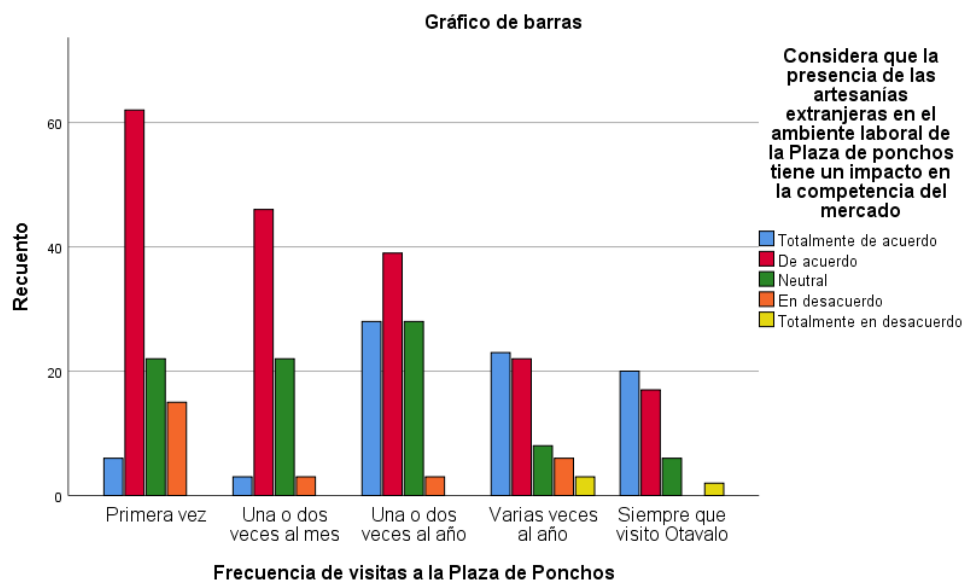
Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables: Nacionalidad y Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo ($r = 0.000$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.000 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

Tabla 24: Análisis correlacional 6

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	89,717 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	96,951	16	,000
Asociación lineal por lineal	18,668	1	,000
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



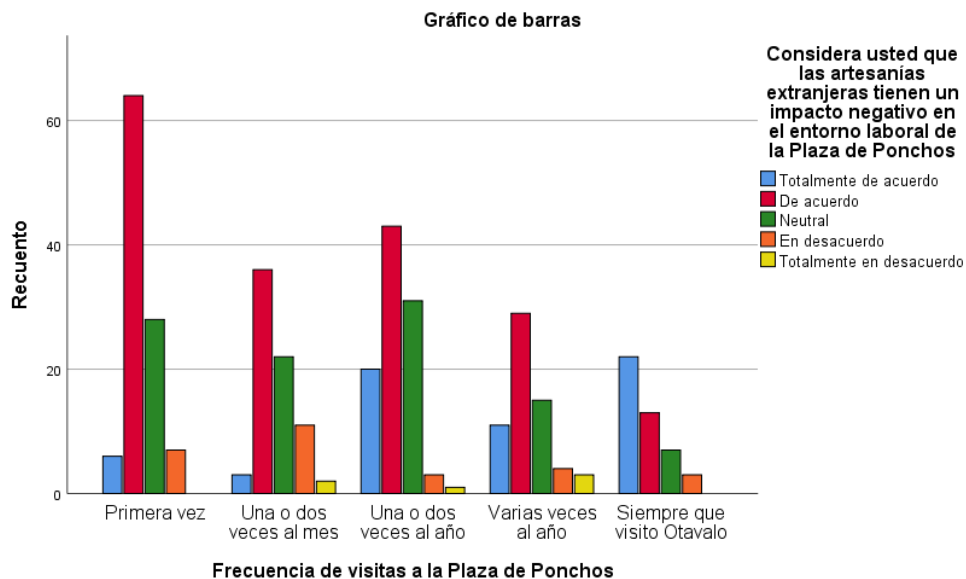
Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables: Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos y Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de Ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado ($r = 0.000$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.000 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

Tabla 25: Análisis correlacional 7

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	71,434 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	66,709	16	,000
Asociación lineal por lineal	10,935	1	,001
N de casos válidos	384		

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor



Se puede observar una correlación significativa entre las dos variables: Frecuencia de visitas a la Plaza de Ponchos y Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto negativo en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos ($r = 0.000$, $p < 0.01$). La significancia asintótica (bilateral) de 0.000 en las pruebas, indica que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables, es decir que las pruebas estadísticas muestran que las variables anteriormente presentadas no son independientes entre sí, por lo que los valores de una variable están asociados con los valores de la otra. Basada en el análisis correlacional de Pearson que se encuentra en la **Ilustración 35**.

- Resultados obtenidos

Luego de realizar el análisis correlacional de Pearson y aplicar los cruces respectivos de las variables más importantes, los hallazgos del análisis correlacional indica que las personas que visitan la Plaza de Ponchos la consideran ampliamente como mercado artesanal y el medio por el que más la conocen fue por su reputación y renombre tanto a nivel nacional e internacional. Además, la percepción de los visitantes es que existe un impacto alto a nivel competitivo entre las artesanías extranjeras y las artesanías locales y esto se evidencia al momento de que el turista quiere encontrar un producto de calidad y

comúnmente buscan adquirir una artesanía autóctona del lugar que están visitando. En las variables se observó que la mitad de los encuestados están en desacuerdo que la calidad de los productos locales y extranjeros es comparable, mientras que existe una cantidad de personas que tienen una postura neutral en el tema de la calidad. Por otro lado, se puede evidenciar que la variable frecuencia de visitas esta inversamente relacionada con la preferencia de calidad y el impacto a nivel competitivo. Finalmente, en el análisis correlacional 7 los visitantes dan su punto de vista acerca del nivel de impacto, inclinando la balanza al lado negativo que puede llevar a tener varias consecuencias en el entorno laboral.

4.5 Definición del Mercado Meta

Tabla 26: Mercado Meta

TIPOS	VARIABLES
GEOGRÁFICA	<p>Nacional: Turistas y compradores del Ecuador, comúnmente de las ciudades de Quito y Guayaquil.</p> <p>Extranjero: Turistas extranjeros de todo el mundo, especialmente de América del Norte y Europa.</p>
DEMOGRÁFICA	<p>Edad: 18 - 35 años</p> <p>Género: Hombres y mujeres.</p> <p>Nivel Socioeconómico: Medio con poder adquisitivo para comprar productos de calidad.</p> <p>Nivel de Educación: Generalmente con educación secundaria o superior, con un interés en la cultura y las artes.</p>
	<p>Estilo de vida: Económicamente activos. Interesados en viajes, arte, y experiencias culturales. Consumidores conscientes de la</p>

PSICOGRÁFICA

cultura y el arte, valoran los productos con historia y hechas a mano.

Intereses: personas con apreciación de la moda, las artesanías y el arte tradicional, interés en el comercio sostenible, cultural y justo.

Personalidad: individuos que valoran las tradiciones y la autenticidad de los productos, disfrutan explorar territorios nuevos y descubrir nuevos productos.

Valores: Alta valoración de la sostenibilidad, el comercio justo, y el apoyo a las comunidades locales. Sensibles a las prácticas éticas y al impacto cultural de sus compras.

CONDUCTUAL

Motivación de compra: interés en llevar un recuerdo de los viajes, apoyar la economía local y al artesano, descubrir y adquirir productos únicos y exclusivos.

Frecuencia de compra: Compras ocasionales durante viajes, ferias, y eventos culturales. Algunos pueden ser coleccionistas habituales de artesanías.

Lealtad de marca: conservadores de productos auténticos y hechos a mano, preferencia por productos autóctonos y que mantiene su tradición ancestral y la calidad.

Ocasión de compra: adquirir recuerdos o souvenirs para sus familiares o amigos, buscan productos para el hogar o uso personal.

Beneficios Buscados: Exclusividad, calidad, autenticidad, y apoyo a las comunidades artesanales.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: el Autor

4.5.1. Mercado Meta de la Plaza de Ponchos

El estudio realizado permitió definir el mercado meta: Turistas y visitantes locales y extranjeros, personas de género masculino y femenino. La edad de los visitantes ronda de los 15 a 35 años, con un nivel socioeconómico medio con poder adquisitivo para adquirir productos auténticos y de calidad. Son consumidores conscientes de la cultura y el arte, les llama la atención explorar, viajar y visitar lugares únicos, además, adquirir recuerdos y productos de alto valor cultural y auténticos. Amantes de los viajes y los productos exclusivos.

4.6 Buyer Person

Un Buyer Person es un perfil basado en datos reales de clientes, es la personificación del cliente ideal de tu empresa. Es la base de toda la estrategia de Marketing Digital y producción de contenidos. A diferencia del público objetivo que es comúnmente genérico, el buyer person tiene características específicas. (Peçhana, 2020)

4.6.1 Buyer person Actual

OBJETIVOS

- Personal: Decorar su hogar con artículos únicos que reflejen su amor por el arte y el diseño.
- Profesional: Incorporar elementos artesanales en su trabajo de diseño gráfico para agregar valor a sus proyectos.
- Social: Apoyar a la comunidad artesanal local y promover la sostenibilidad.-

MOTIVACIONES

Busca productos que no solo sean estéticamente agradables, sino que también cuenten una historia y tengan un impacto positivo en la comunidad. Le encanta apoyar a los artesanos locales y prefiere comprar artículos que sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Cuando viaja, siempre busca mercados locales donde pueda encontrar artesanías auténticas que no se encuentren en las tiendas comerciales.



GABRIELA LOPEZ DISEÑADORA, 29 AÑOS

Es una diseñadora gráfica freelance que trabaja desde su casa en Quito. Tiene una pasión por el arte y el diseño, lo que se refleja en su estilo de vida y decisiones de compra. Desde joven, ha mostrado un interés especial por la moda y las artesanías, valorando especialmente los productos únicos y hechos a mano.

ACERCA DE MI

EDAD	29 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Quito, Ecuador
EDUCACIÓN	Licenciada en Diseño grafico
TRABAJO	Diseñadora
ESTADO CIVIL	Soltera

PUNTOS DE DOLOR

- Autenticidad: Preocupación por la autenticidad de los productos artesanales, especialmente en mercados donde también se venden artesanías extranjeras.
- Sostenibilidad: Deseo de que los productos sean fabricados de manera sostenible y ética.
- Disponibilidad: A veces encuentra difícil acceder a ciertos productos artesanales debido a la limitación de oferta o distancia geográfica.

4.6.2 Buyer person Ideal

OBJETIVOS

- Personal: Decorar su hogar con piezas únicas y significativas que reflejen su compromiso con la sostenibilidad y el arte.
- Profesional: Utilizar su conocimiento en sostenibilidad para promover prácticas éticas y responsables en la industria artesanal.
- Social: Apoyar a las comunidades locales y contribuir al desarrollo sostenible a través de sus compras.

MOTIVACIONES

Laura está motivada por la autenticidad, la sostenibilidad y el impacto social positivo de sus compras. Busca productos artesanales que no solo sean únicos y estéticamente agradables, sino que también cuenten con una historia y beneficien a las comunidades locales. Le encanta aprender sobre las técnicas y tradiciones detrás de cada pieza artesanal.



LAURA MARTINEZ

Consultora de sostenibilidad, 28

Es consultora de sostenibilidad, enfocada en ayudar a empresas a adoptar prácticas más ecológicas y responsables. Su trabajo le permite viajar frecuentemente y descubrir diferentes culturas y tradiciones artesanales. Desde joven, ha tenido un fuerte interés por el arte y las culturas indígenas, lo que ha influido en su estilo de vida y elecciones de compra.

ACERCA DE MI

EDAD	28 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Ciudad de Mexico, Mexico
EDUCACIÓN	Maestría en Desarrollo sostenible
TRABAJO	Consultora de sostenibilidad
ESTADO CIVIL	Soltera

PUNTOS DE DOLOR

- **Transparencia:** Deseo de tener más información sobre la procedencia y el impacto social de los productos artesanales.
- **Disponibilidad:** A veces encuentra difícil acceder a ciertos productos artesanales debido a la limitada oferta o distancia geográfica.
- **Autenticidad:** Preocupación por la autenticidad y calidad de los productos, especialmente en mercados con artesanías extranjeras.

4.6.3 Buyer person No deseado

OBJETIVOS

- Personal: Aumentar sus ingresos y asegurar la estabilidad económica de su familia.
- Profesional: Expandir su negocio de comercio mayorista, aumentar el volumen de ventas y encontrar fuentes de productos más económicos.
- Social: No tiene objetivos sociales relacionados con sus compras, su enfoque está en el beneficio económico.

MOTIVACIONES

José está motivado principalmente por el beneficio económico. Su objetivo es encontrar productos baratos que pueda comprar en grandes cantidades y vender rápidamente a sus clientes. No está interesado en la historia, la autenticidad, ni el impacto social de los productos que adquiere.



JOSE RODRIGUEZ

COMERCIANTE MAYORISTA, 40

Es un comerciante mayorista que se dedica a la compra y reventa de productos a bajo costo. Su enfoque principal está en maximizar sus ganancias rápidamente, sin prestar mucha atención a la autenticidad o la procedencia de los productos. Suele buscar productos que pueda vender a un precio competitivo y con una alta rotación.

ACERCA DE MI

EDAD	40 años
SEXO	Hombre
PAÍS	Lima, Perú
EDUCACIÓN	Secundaria completa
TRABAJO	Comerciante mayorista
ESTADO CIVIL	Casado

PUNTOS DE DOLOR

- Calidad: La baja calidad de los productos puede resultar en quejas de sus clientes, pero no es una preocupación principal para él.
- Autenticidad: No tiene interés en la autenticidad de los productos, siempre y cuando pueda venderlos con un margen de ganancia.
- Sostenibilidad: No está interesado en la sostenibilidad ni en el impacto social de sus compras.

Conclusiones del estudio

- Mediante la aplicación de herramientas de investigación en el primer capítulo de este estudio, que evalúan la cadena de valor de la Plaza de Ponchos y realizan un análisis interno y externo de la misma, se pudo determinar la situación actual del lugar de estudio. El uso de las cinco fuerzas de Porter permitió medir el nivel de competitividad del sector, obteniendo una calificación de 3 puntos, lo cual lo clasifica como atractivo.
- Se determinó por medio de las fuentes secundarias un análisis internacional de la realidad actual del mercado artesanal en el mundo, lo coloca como un mercado muy competitivo donde los factores como la calidad, autenticidad y exclusividad se llevan la atención de las personas interesadas en los productos artesanales. Por otro lado, en el ámbito nacional prosigue la competencia entre varios mercados artesanales alrededor del Ecuador como el mercado artesanal de Quito y Guayaquil. Ambos mercados también son equiparados con la Plaza de Ponchos y atrae a los turistas por su amplia gama de productos y artesanías. Mientras que en las fuentes primarias se determinaron los métodos de investigación para llevar a cabo el estudio de mercado. La encuesta, entrevista y observación directa fueron los métodos escogidos para determinar el análisis del impacto de la comercialización de las artesanías extranjeras frente a las artesanías locales en la Plaza de Ponchos.
- Como resultado del estudio de mercado que fue realizado en la Plaza de Ponchos, Otavalo, aplicado a turistas y visitantes nacionales y extranjeros de 18 a 65 años con un nivel socioeconómico medio se determinó el nivel de satisfacción de atención al cliente, los motivos de visita, el conocimiento acerca de la existencia de las artesanías extranjeras y el nivel de impacto de su comercialización en el ámbito cultural, económico y competitivo. Las encuestas realizadas fueron aplicadas a 384 personas

que arrojó la muestra mediante la fórmula general; además se realizaron entrevistas a expertos en el tema y se llenaron fichas de observación directa aplicadas en el lugar de estudio para determinar el análisis y los resultados.

- En el análisis de los resultados se determinó que la comercialización de las artesanías en la plaza de Ponchos resulta tener un pico muy alto de competencia entre los comerciantes. Debido a la gran cantidad de artesanías existentes en el lugar, se puede dar indicios de confusión de la autenticidad de cada pieza de arte, prenda o joyería que se encuentra en los puestos de trabajo. Por otro lado, existe un impacto negativo en el entorno laboral por la presencia de las artesanías extranjeras esto puede provocar un aumento en la competencia y además se debería buscar un equilibrio para no opacar la identidad cultural de la Plaza de Ponchos. Cabe destacar que el procesamiento de los casos y la tabulación fueron realizados por medio de un software estadístico (SPSS); además, fueron aplicadas las correlaciones correspondientes para llegar a la conclusión del estudio basado en la correlación de Pearson que mide la fuerza y relación significativa entre dos variables.
- En conclusión, se puede afirmar que la comercialización de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos tiene un impacto significativo en comparación con las artesanías locales. La competencia entre los artesanos locales es intensa, y la calidad de los productos juega un papel crucial en las decisiones de compra de los consumidores. Este impacto también se extiende a los aspectos culturales y al comercio local.

Recomendaciones

- Se recomienda mantener la calidad de los productos artesanales para seguir compitiendo con otros mercados artesanales. Dar un seguimiento a los valores y fortalezas del mercado artesanal para poder opacar las debilidades y amenazas que puede presentar.
- El estudio logró determinar el mercado meta o el cliente potencial para la Plaza de Ponchos, podrían ser hombres y mujeres de 18 a 35 años con un nivel socioeconómico medio y un nivel de educación secundario y superior. La autenticidad, exclusividad y el alto valor cultural son los valores que más le interesan a este tipo de segmento de consumidor. Con un estilo de vida económicamente activo e interesados en los viajes, el arte y las experiencias culturales.
- Tomando como base la investigación de mercados aplicada en el lugar de estudio se identificaron diversas situaciones y problemáticas tanto a corto y largo plazo. Se recomienda implementar políticas de protección al artesano y el control de la entrada de las artesanías extranjeras a la Plaza de Ponchos. Crear programas de certificación que promuevan la autenticidad de los productos fabricados en Otavalo y se promueva la concientización de darle valor a la cultura local. Brindar conocimiento al artesano para fomentar la atención al cliente, uso de nuevas tecnologías, áreas clave en el manejo de la imagen del negocio y talleres para mejorar de las estrategias de ventas y las nuevas tendencias del mercado. Además, la cooperación entre los artesanos sería un gran paso para organizar semilleros y compartir conocimiento entre los artesanos, promoviendo la innovación y mejora continua de los productos.
- Para realizar la promoción se recomienda aplicar técnicas de marketing digital, aprovechar las redes sociales y plataformas digitales para poder llegar a un público

más amplio y objetivo. Llevar a cabo un monitoreo continuo de las preferencias y tendencias de los visitantes podría llevar a tener un mejor resultado a la hora de satisfacer las necesidades del consumidor. Además, se podrían realizar a tiempo cambios a las estrategias que se estén implementando con el fin de obtener un resultado positivo.

- Finalmente, para mitigar el considerable impacto de la comercialización de artesanías extranjeras, se deberían implementar medidas que aseguren el control de calidad y otros aspectos clave que afectan directamente a los artesanos locales. Esto contribuiría a proteger a los artesanos locales y preservar el valioso patrimonio cultural. Adicionalmente, es posible adoptar estrategias que equilibren el impacto en la comercialización, beneficiando tanto a los artesanos locales como a los extranjeros.

Bibliografía

- Geannina Peralta. (2019). Estudio de la estética de los productos vestimentarios en la Plaza de los Ponchos del pueblo indígena de Otavalo. Universidad del Azuay. ARCHIVO PDF.
- La Hora. (2022, 20 de julio). Recuperación económica de la Plaza de Ponchos avanza despacio. Diario La Hora.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). Censo de población y vivienda 2020. Quito, Ecuador: INEC.
- INEC. (2020). Censo Nacional de Población y Vivienda. Quito: INEC.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). Informe de competitividad turística 2022. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ayala, F. (2022). La comercialización de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos de Otavalo. Tesis de maestría en Turismo, Universidad de Otavalo, Ecuador.
- Universidad de Otavalo. (2022). Impacto de la comercialización de artesanías extranjeras en Otavalo. Otavalo, Ecuador: Universidad de Otavalo.
- UNESCO. (2003). Directrices para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial. París: UNESCO.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford University Press.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Colloredo, R. (2001). Artesanía, competencia y la concentración de la expresión cultural en las comunidades andinas. *Ecuador Debate*, 52, 135-150.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Malhotra, N. K. (2010). *Investigación de mercados* (6ª ed.). Pearson Educación.

- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (11th ed.). Routledge.
- Gerson Miguel Bolivar Contreras. (2018). *Un sistema Marketplace mercado artesanal Parte 1.*
- IMF Smart Education (2023). *Conceptos básicos de análisis de datos.*
- Ayala, E., Luis, M. P., & Ortega, M. (1985). *Presidente Fundador.* La Economía Política en el Ecuador. Corporación editora nacional. Archivo PDF.
- Orellana-Quezada, D. P. (2017). *La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad empresarial de las pymes de la industria manufacturera de la provincia del Azuay- Ecuador.* Lima: UNMSM.
- Kyoji Takeyama. (2017). *Mercado actual y futuro de las artesanías.* Archivo PDF.

- GO Raymi. S.f. Plaza de los ponchos de Otavalo. Obtenido de:
<https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo/mercados-plazas/plaza-ponchos-otavalo-a9d03e471#:~:text=Historia%20de%20la%20Plaza%20de%20los%20Ponchos&text=La%20creaci%C3%B3n%20de%20la%20Plaza,el%20a%C3%B1o%20de%20su%20creaci%C3%B3n.>
- Carolina Fabara. (2018). *BENEFICIOS LEGALES PARA LOS ARTESANOS –* Derecho Ecuador. (2018). Derechoecuador.com.
<https://derechoecuador.com/beneficios-legales-para-los-artesanos/>
- Rodríguez-Mendoza, R., & Aviles-Sotomayor, V. (2020). *Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario.* *593 Digital Publisher CEIT*, 5–1(5), 191–200.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>

- Ecuador: Cómo ha cambiado el país en el último año. (2023, June). Primicias.
<https://www.primicias.ec/noticias/politica/ecuador-gobierno-estado-cambios-pais/>
- República. (2012, February 23). Aspectos sociales en el Ecuador. Republica.com.
<https://www.republica.com/economia/empresayeconomia/aspectos-sociales-en-el-ecuador-20120223-12481525544/>
- Banco Mundial (2023). Impacto económico. <https://www.bancomundial.org/es/home>
- Banco Mundial (2023). Globalización. <https://www.bancomundial.org/es/home>
- IMF Smart Education (2023). Conceptos básicos de análisis de datos.
<https://www.imf-formacion.com/noticias/conceptos-basicos-de-analisis-de-datos>
- Cristina Ortega (s.f.). Análisis bivariante: Qué es, tipos y ejemplos. QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-bivariante/>
- Andrade, L. (2023). Las artesanías en el Ecuador: definiciones, políticas y perspectivas. Ups.edu.ec. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/16705>
- Ecuador se prepara para enfrentar la digitalización en 2023. (2023, January 19). Revistalideres.ec; Revistalideres.com. <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-preparado-enfrentar-digitalizacion-informe.html>
- Prensario. (2023, July 19). Estado digital de Ecuador 2023. Prensario Tila; Prensario Tila. <https://prensariotila.com/estado-digital-de-ecuador-2023/>
- Simla.com. (2021, September 6). Las 5 fuerzas de porter ¿Qué son y para qué sirven? Simla.com; Simla.com. <https://www.simla.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter>
- SalusPlay. (2018). Qué es una investigación mixta. Obtenido de:
<https://www.salusplay.com/blog/investigacion-mixta/>
- Cristina Ortega. S.f. QuestionPro. Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla. Obtenido de: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>

- Qualtrics. S.f. ¿Qué es la investigación cualitativa? Obtenido de:
<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cualitativa/>
- *Software SPSS / IBM.* (2024, May 6). Ibm.com. <https://www.ibm.com/es-es/spss>
- Cimec. (2021, February 19). *Coeficiente correlación de Pearson: ¿qué es y cómo se interpreta?* CIMEC. <https://www.cimec.es/coeficiente-correlacion-pearson/>
- Cimec. (2023, June 30). *Método Exploratorio Investigación | Qué es y sus características.* CIMEC. <https://www.cimec.es/metodo-exploratorio-investigacion/>
- Másters, T. y. (2021, December 7). *Tesis y Másters Argentina* 📄. Tesis Y Másters Argentina. <https://tesisymasters.com.ar/investigacion-descriptiva-ejemplos/>
- Terreros, D. (2021). Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: Métodos o Técnicas de Investigación Empírica. Obtenido de <file:///C:/Users/MAJU/Downloads/Dialnet-LaEntrevistaYLaEncuesta-7692391.pdf>
- Inesdi. (2022). Focus group: qué es, características y ejemplos. Obtenido de: <https://www.inesdi.com/blog/focus-group-que-es-caracteristicas-ejemplos/>
- OKDIARIO. (2019, Enero 27). *Conoce el método de observación directa.* Okdiario.com; okdiario.com. <https://okdiario.com/curiosidades/conoce-metodo-observacion-directa-3628568>
- *Mercado de Artesanías, Crecimiento, Informe 2024-2032.* (2024). Informesdeexpertos.com. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-artesania>
- Podesta, F. (2023, Marzo 10). *Una guía para principiantes de los mercados más auténticos de Latinoamérica.* Marriott Bonvoy Traveler En Español. <https://traveler.marriott.com/es/cultura-estilo/una-guia-para-principiantes-de-los-mercados-mas-autenticos-de-latinoamerica/>

- National Geographic. (2018, Agosto 9). *El mercado de Tlacolula - National Geographic en Español*. National Geographic En Español. <https://www.ngenespanol.com/traveler/el-mercado-de-tlacolula-oaxaca/>
- El Telégrafo. (2019, Abril 24). *Mercado artesanal de Guayaquil, un espacio para el encuentro de culturas*. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/viaja/1/mercado-artesanal-viajaligero>
- Vitor Peçhana. (Mato 15, 2020). *Buyer personas: entiende que son y aprende a crearlas*. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/buyer-personas/#:~:text=Una%20Buyer%20Persona%20es%20un,buyer%20persona%20tiene%20caracter%C3%ADsticas%20espec%C3%ADficas>.
- Redacción. (2023, September 25). *Resultados censo Ecuador: la población del país se quintuplicó en los últimos 73 años*. Wwww.ecuavisa.com; Ecuavisa. <https://www.ecuavisa.com/noticias/ecuador/censo-ecuador-poblacion-quintuplico-73-anos-DG6019243>

Anexos

Herramientas de investigación (Formato y Aplicación de las herramientas)

Universidad Técnica del Norte

Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)

Carrera: Mercadotecnia

Formato de encuesta

Objetivo de la encuesta: Realizar una investigación de mercados para conocer el conocimiento de las personas acerca de las artesanías extranjeras y el impacto que tienen en la económica local de los artesanos de la Plaza de Ponchos.

Cuestionario de Investigación: Impacto de las Artesanías Extranjeras en la Plaza de Ponchos

Sección 1: Información Demográfica

1.1. Edad:

- Menos de 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56 o más

1.2. Género:

- Femenino
- Masculino
-

1.3. Nacionalidad:

- Ecuatoriana
- Extranjera

1.4. Frecuencia de Visitas a la Plaza de Ponchos:

- Primera vez
- Ocasionalmente
- Regularmente
- Frecuentemente

Sección 2: Experiencia de Compra de Artesanías

2.1. Propósito de la Visita:

- Comprar artesanías
- Explorar la cultura local
- Paseo entre familia o amigos

- Curiosidad
- Otro

2.2. Como calificaría la atención que ha recibido por parte de los artesanos y comerciantes durante su visita en la Plaza de Ponchos

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

2.3. Tiene conocimiento de que en la plaza de ponchos se venden artesanías extranjeras

- Mucho conocimiento
- Poco conocimiento
- Nada de conocimiento

2.4. ¿Cuál es el principal motivo por el cual usted adquiere una artesanía? Mencione 3

- Por su autenticidad y valor cultural.
- Como recuerdo o souvenir de mi visita.
- Por su calidad y mano de obra artesanal.
- Porque encuentro diseños únicos y originales.
- Como regalo para amigos o familiares.
- Para apoyar a los artesanos locales y a la comunidad.
- Porque encuentro una amplia variedad de productos.
- Por su relación calidad-precio.
- Por recomendación de amigos o familiares.

Sección 3: Conocimiento de la plaza de ponchos y medios digitales

3.1. ¿Por qué medio se enteró acerca de la existencia de la Plaza de Ponchos?

- Medios digitales
- A través de recomendaciones de amigos o familiares
- Por medio de guías turísticos o páginas web de viajes
- Por la reputación y renombre de la Plaza de Ponchos como destino turístico reconocido a nivel nacional o internacional.
- Por anuncios publicitarios en medios locales

3.2. Como usted reconoce a la Plaza de Ponchos:

- Mercado artesanal
- Mercado
- Mercado orgánico
- Feria turística
- Otro

3.3. Por orden de importancia ordene la red social que más utilice

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Twitter (X)
- Youtube
- Otras

Sección 4: Impacto de las Artesanías Extranjeras en la Plaza de Ponchos

3.1. Considera que las artesanías extranjeras tienen un impacto cultural en la esencia comercial de la plaza de ponchos

- Impacto alto
- Impacto Medio
- Impacto Bajo

3.2. Considera que las artesanías extranjeras mejoran la variedad de productos disponibles en la Plaza de Ponchos:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3.3. Considera que la presencia de las artesanías extranjeras en el ambiente laboral de la Plaza de ponchos tiene un impacto en la competencia del mercado:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3.4. Cree que la calidad de los productos extranjeros es comparable con la calidad de los productos locales fabricados en Otavalo:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3.5. Considera usted que las artesanías extranjeras tienen un impacto en el entorno laboral de la Plaza de Ponchos:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Universidad Técnica del Norte

Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)

Formato de entrevista para un artesano calificado de la Plaza de Ponchos

Objetivo: Explorar las percepciones y desafíos de los artesanos y tejedores en el mercado de la artesanía, centrándose en la falta de mano de obra calificada, conocimiento de mercado y adaptación a nuevas tecnologías.

Entrevistador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 16:00 p.m.	Lugar: Plaza de Ponchos, Otavalo - Ecuador
Entrevistado: Jimena Escobar	Fecha: 20/04/2024	

Cuestionario de preguntas:

1. Experiencia Profesional:

1.1. ¿Cuánto tiempo lleva usted trabajando como artesano en la Plaza de Ponchos?

Mas de 40 años llevo trabajando como artesano en la Plaza de Ponchos.

1.2. ¿Cuál es su especialidad o tipo de artesanía que produce?

Mi especialidad es maestra en la rama de corte y confección, también bordado a mano.

2. Percepciones sobre las Artesanías

2.1. En su opinión, ¿cómo ha evolucionado el mercado de las artesanías en la Plaza de Ponchos en los últimos años?

Actualmente no está evolucionando con nuestra artesanía otavaleña, tenemos competencia con la mercadería peruana, boliviana y de algunos países. Por lo que ya está en nuestro mercado entonces prácticamente nuestra artesanía, nuestro trabajo a la mano está quedado.

3. Impacto de las Artesanías Extranjeras:

3.1. ¿Ha notado la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos? ¿En qué medida?

Demasiado más de la mitad porque ahora hay mucha gente extranjera que viene aquí a vendernos por decir intermediarios que vienen a vender la mercadería aquí en la Plaza, entonces nuestra artesanía se ha devaluado demasiado.

3.2. ¿Cómo cree que las artesanías extranjeras han afectado a su negocio y a los negocios de otros artesanos locales?

Muchísimo más que todo a nosotros como productores nos afecta demasiado.

3.3. ¿Cree que la introducción de artesanías extranjeras ha influido en la percepción de los clientes sobre la autenticidad de las artesanías locales?

Si, está demás decir que, al turista, los señores guías les dicen esto no es otavaleño esto es del Perú porque la mayoría ya conoce más la artesanía peruana y boliviana más que la Otavaleña en eso nos está perjudicando como artesano como personas calificadas entonces no podemos vender nuestro producto porque están dando a menos precio que nuestra propia artesanía.

4. Estrategias de Competencia:

4.1. ¿Qué estrategias ha implementado para competir con las artesanías extranjeras?

No se puede porque nosotros la materia prima que compramos cada día va subiendo entonces no se puede competir con la mercadería extranjera.

4.2. ¿Cree que la colaboración entre artesanos locales puede ser una estrategia efectiva para enfrentar la competencia extranjera?

Sería magnífico, sería una buena idea. No sé cómo expresarme y decir que no compremos, no compren esa mercadería extranjera porque nosotros mismos como artesanos nos estamos perjudicando en mano de obra, en materia prima, en todo estamos quedando mal.

4.3 Han tenido capacitaciones para los vendedores

Ninguna de esas cosas, que la municipalidad de Otavalo nos dé unos cursos emprendimientos, cursos de como atender al cliente sería magnífico. Incluso que sean unos programas de corte y confección porque necesitamos. Aquí no hay nada de apoyo de la municipalidad ni de ninguna organización.

5. Desafíos y Oportunidades:

5.1. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrenta como artesano en la Plaza de Ponchos hoy en día?

Actualmente creo tratar de hacer otros modelos, nuevos modelos con nueva tela, pero nos copian los extranjeros no se puede.

5.2. ¿Ve oportunidades para la colaboración entre artesanos locales y extranjeros para beneficiar a ambas partes?

Para que se beneficien ambos no hemos hecho eso, Si se hace se empieza como a organizar algún grupito pues las demás personas no están de acuerdo no sé si es egoísmo, no sé qué será. Pero no se unen, los mismos artesanos están acostumbrados a comprar mercadería más barata que es la extranjera.

5.3. Existe algún manual para exportar productos, capacitaciones en el tema de la exportación.

Lamentablemente no nos hemos organizado para nosotros mismo exportar la mercadería nuestra pero como no tenemos apoyo de ninguna organización entonces no podemos. Tenemos todos los productos, pero no hay conocimiento de cómo exportar necesitamos que

nos den unos cursos acerca de las partes más importantes para ver cómo hacer, pero no tenemos ese apoyo.

6. Comentarios Adicionales:

6.1. ¿Hay algo más que le gustaría agregar o compartir sobre la situación actual del mercado de artesanías en la Plaza de Ponchos?

Lo que quisiera es que este mercado se arregle, primeramente, quisiera que hagamos una directiva elegida por toda la plaza. Con la nueva directiva comenzar a trabajar, porque unos por un lado otros por otro lado, otros que se hacen dirigentes no es así la plaza debería elegir una directiva para en conjunto exigir que nos den esas capacitaciones entonces ahí estaría bien ahorita como plaza no funciona.

Universidad Técnica del Norte

Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)

Formato de entrevista para un artesano calificado de la Plaza de Ponchos

Objetivo: Explorar las percepciones y desafíos de los artesanos y tejedores en el mercado de la artesanía, centrándose en la falta de mano de obra calificada, conocimiento de mercado y adaptación a nuevas tecnologías.

Entrevistador: Andy Chalan	Hora: 09:10 a.m.	Lugar: Quinchuqui, Calle de los Corazas.
Entrevistado: Giovanni Lema	Fecha: 24/04/2024	

Cuestionario de preguntas:

1. Experiencia Profesional:

1.1. ¿Cuánto tiempo lleva usted trabajando como artesano en la Plaza de Ponchos?

Ya dos generaciones mis padres fueron los que iniciaron y nosotros hemos tomado la posta cerca de 15 años ya trabajando en la Plaza de Ponchos.

1.2. ¿Cuál es su especialidad o tipo de artesanía que produce?

Nos enfocamos en lo que son artesanías para la temporada de invierno. Son bufandas, chalinas, cobijas, gorros, guantes, pero en estos últimos tiempos estamos tratando de ingresar en el mercado de productos para verano como son utilizando fibras más frescas.

2. Percepciones sobre las Artesanías:

2.1. En su opinión, ¿cómo ha evolucionado el mercado de las artesanías en la Plaza de Ponchos en los últimos años?

En los últimos años ha habido el impacto creo de varios productores extranjeros ya no se centra solamente en el comercio local, sino que las artesanías van llegando de diferentes países sea Perú, Guatemala incluso en estos últimos años pues de China han llegado productos y eso ha evolucionado el producto que se tiene en la plaza de ponchos.

3. Impacto de las Artesanías Extranjeras:

3.1. ¿Ha notado la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos? ¿En qué medida?

Creo que el impacto ha crecido de manera más abrumadora debido a la presencia de productos chinos especialmente en un principio se tenía la presencia de artesanías peruanas que generaron también un impacto seguido de eso pues artesanías de Guatemala y en estos últimos años productos chinos.

3.2. ¿Cómo cree que las artesanías extranjeras han afectado a su negocio y a los negocios de otros artesanos locales?

Como te comentaba la llegada de artesanías peruanas con su materia prima que es la alpaca especialmente de Perú impactó de manera en un principio positiva porque generaba lo que es más comercio, más interés de los turistas extranjeros por este material que tiene muchas prestaciones positivas pero sin embargo se fueron olvidando poniendo de lado la materia prima local que es la lana de oveja que mayormente se trabajaba aquí en el Ecuador en la plaza de ponchos y eso creo que ha afectado a la mayoría de los artesanos propios de la plaza de ponchos y pues en los últimos años como te comento con la artesanía bueno no sé si llama a la artesanía de los productos chinos que fueron llegando han ido deteriorando la calidad de los productos que tienen la plaza de Panchos.

3.3. ¿Cree que la introducción de artesanías extranjeras ha influido en la percepción de los clientes sobre la autenticidad de las artesanías locales?

En efecto debido a que creo que la mayoría de los turistas extranjeros que llegan a la plaza de ponchos conocen del impacto que tienen los productos chinos y tienen cierto malestar al conocer de qué algunos productos de la Plaza de Ponchos son de procedencia China entonces se ha ido disminuyendo la se podría decir el ánimo que tenían los clientes extranjeros de llegar a la plaza de Ponchos y encontrar algo autóctono y eso pues ha generado pérdidas también en los últimos años.

4. Estrategias de Competencia:

4.1. ¿Qué estrategias ha implementado para competir con las artesanías extranjeras?

En nuestro caso particular hemos tratado de valorizar más que nada el trabajo artesanal es algo que los productos chinos no tienen producción en serie y nosotros hemos tratado de generar el impacto mostrando el proceso artesanal que tenemos con nuestros productos y en estos últimos años nuestro principal objetivo ha sido retomar los materiales autóctonos como te comentaba la lana de oveja, pero elevando la calidad elevando el tipo de acabados la materia prima y eso ha sido nuestra estrategia.

4.2. ¿Cree que la colaboración entre artesanos locales puede ser una estrategia efectiva para enfrentar la competencia extranjera?

Efectivamente hace un tiempo se conversaba la posibilidad de la eliminación de los productos chinos, pero genera un poco de conflicto dentro de la misma plaza de ponchos sin embargo la mayoría de los artesanos están conscientes de este impacto negativo y están dispuestos y creo que en ese sentido la producción nacional ha mejorado la producción local de aquí de Otavalo ha mejorado en el sentido de qué han tenido nuevos diseños en tejidos y con eso tratar de contrastar el impacto en el mercado.

4.3 Han tenido capacitaciones para los vendedores

Hace un tiempo se estaba tomando la iniciativa de parte de los dirigentes de la plaza de ponchos pero creo que no tuvo tanta acogida sin embargo se dio esta iniciativa por ejemplo de la realización de pasarelas en las que se tomaba en cuenta la producción local también se promocionó lo que es un curso de atención al cliente en el que varios de los artesanos

también participaron. Yo no pude estar presente, pero tengo conocimiento de qué una o dos actividades están realizando o se han realizado y tratando de contrarrestar ese problema.

5. Desafíos y Oportunidades:

5.1. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrenta como artesano en la Plaza de Ponchos hoy en día?

En la actualidad pensaría que el hecho de que los clientes extranjeros que es el fuerte de la plaza de ponchos pues ya no tienen la conciencia de visitar directamente a la plaza de Poncho sino más bien ahora con la globalización pues se tiene la introducción de la tecnología y eso ha hecho que seamos nosotros como artesanos los que mostramos nuestros productos al mundo entonces en ese sentido creo que un reto debe ser abrir nuestra mente a través de la tecnología y mostrar nuestros productos utilizando las redes sociales, las plataformas digitales y a través de eso canalizar la producción local para que salga al exterior y nosotros también crecer como artesanos.

5.2. ¿Ve oportunidades para la colaboración entre artesanos locales y extranjeros para beneficiar a ambas partes?

Con artesanos extranjeros directamente no hemos tenido una colaboración más con comerciantes extranjeros que visitan nuestro país, conocen nuestros productos nosotros pues formamos una relación laboral con ellos y mayormente creo que un gran porcentaje de los productores artesanos de la plaza de ponchos ya se encuentran exportando sus productos y creo que eso es algo positivo.

5.3. Existe algún manual para exportar productos, capacitaciones en el tema de la exportación.

Creo que no se ha dado ningún tipo de capacitación más bien por cuenta propia cada artesano ha buscado la manera y en eso creo que ha tenido un impacto positivo lo que son las agencias de exportación que ellos han sido los que de cierta manera nos han tratado de capacitar personalmente y generar este vínculo con personas extranjeras.

6. Comentarios Adicionales:

6.1. ¿Hay algo más que le gustaría agregar o compartir sobre la situación actual del mercado de artesanías en la Plaza de Ponchos?

Los problemas que va atravesando el país pues genera un impacto negativo a la vista de los turistas extranjeros sin embargo creo que es nuestro deber tratar de demostrar lo bueno que tenemos como productores, como artesanos quichua y más que nada sembrar la calidad de nuestros productos porque tengo conocimiento de qué hace muchas décadas la plaza de ponchos era un referente en lo que es la producción artesanal sin embargo el no sé de pronto puede ser la intención de acumular más riqueza puede ser de qué tomemos por menos lo que es la calidad del producto y eso ha hecho que nuestro mercado también se vaya reduciendo a la vista de los demás como competencias por ejemplo Perú o Guatemala y nuestro deber como artesanos debe ser tratar de mantener la calidad y de nuestra parte como emprendedores hemos tomado la decisión de inmiscuirnos y retomar lo que es el la materia prima local que era lo que antes caracterizaba a Otavalo con la lana de oveja.

Universidad Técnica del Norte
Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)
Carrera: Mercadotecnia

Formato de entrevista para el coordinador de la comisión de la Plaza de Ponchos

Objetivo: Analizar la estructura comercial de la plaza de ponchos y explorar las relaciones internas de los comerciantes de la plaza de ponchos

Entrevistador: Andy Chalan	Hora: 15:10 p.m.	Lugar: Plaza de Ponchos, Otavalo.
Entrevistado: José Conteron	Fecha: 20/04/2024	

Cuestionario de preguntas:

1. Rol y Experiencia:

1.1. ¿Cuánto tiempo ha ocupado el cargo de coordinador de la comisión de la Plaza de Ponchos?

En la comisión desde el año 2013, en ese año se formó una asamblea general. Después se nombró a unas 15 personas de la comisión y de esa comisión es lo que se nombró un Coordinador, me nombraron a mí, yo soy el coordinador de la comisión de Plaza de Ponchos.

1.2. ¿Cuál es su percepción general sobre la situación actual del mercado de artesanías en la Plaza de Ponchos?

Bueno, nuestras artesanías más que todo vienen desde muchos años atrás, de nuestros abuelos y los papás de nuestros abuelos, han sido artesanos y por eso es lo que hasta este momento tenemos la presencia de las artesanías. Poco a poco vienen innovando más, sacando nuevos diseños porque antes había solo chalinas y ponchos. Sin embargo, ahora tenemos variedad en tapices, bolsos, cubre camas, manteles, hamacas. Se ha variado el tipo de artesanías hoy en día.

2. Dinámicas del Mercado:

2.1. Desde su perspectiva, ¿cómo ha evolucionado la dinámica del mercado de artesanías en los últimos años en la Plaza de Ponchos?

A través de los años ha ido mejorando la dinámica del mercado de artesanías, teniendo innovaciones en cada tipo de artesanía y sacando otros diseños con una mejora en el producto.

2.2. ¿Cuál es la visión de la asociación respecto a la presencia de artesanías extranjeras en la Plaza de Ponchos?

Todos tenemos derecho a trabajar, pero también tanto nosotros y tanto las autoridades locales y nacionales tenemos que dar una protección a nuestras artesanías, a nuestro producto, eso quiere decir que nosotros protegemos nuestros productos artesanales estamos defendiendo el trabajo de cada uno de los artesanos, tejedores, confeccionistas, los que venden lana, hilo y los que trabajan en bordados.

Todos esos trabajos, el trabajo de todos es lo que tenemos que proteger como nuestra identidad cultural.

3. Acciones de la Asociación:

3.1. ¿Cuáles son las iniciativas o medidas que la asociación ha tomado para abordar la presencia de artesanías extranjeras y proteger los intereses de los artesanos locales?

Bueno hablando como un antecedente la comisión de la plaza de Ponchos nació en el año 2013. Pero en el 2008 antes de que la comisión existiera hubo una reunión en defensa de los artesanos de la Plaza, encabezado por la UNAIMCO de artesanos de aquí de la plaza de Ponchos. En conjunto no sólo los socios de una asociación, sino más bien se sumaron toda la gente en particular que conforman los artesanos. Todo eso es lo que se planteó para que haya un control del ingreso del producto foráneo en ese momento si había interés en ese trabajo de defensa de nuestra artesanía.

3.2 ¿Cómo colabora la asociación con los artesanos y comerciantes locales para enfrentar los desafíos derivados de la competencia extranjera?

Desde ese momento desde el año 2008 no se ha tocado más este tema o puntos relacionados. Sin embargo, había bastante trabajo en defensa de nuestro producto.

4. Desafíos y Oportunidades:

4.1. Desde la perspectiva de la asociación, ¿cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrentan los artesanos locales en la Plaza de Ponchos?

Aquí sobre todo lo que necesitamos es más innovación, mejorar nuestro producto, mejorar nuestro corte-confección y también prepararnos en el tema de las autoridades que nos ayuden en realizar las promociones. Lo que más se necesita es prepararnos en el lenguaje, claro que hablamos español, pero acá en la plaza de Ponchos nos visita extranjeros de habla inglés o de otros idiomas y sería bueno que también si es que hay la oportunidad o la posibilidad de también prepararnos en otros idiomas para dar mejor atención. Más que todo aquí el pueblo de Otavalo en el tema de las artesanías dependemos de los turistas y sería bueno las autoridades locales y nacionales nos ayuden en el tema de la promoción eso es muy importante, aquí un gran porcentaje de compañeros dependemos de la venta de nuestros productos artesanales.

4.2. ¿Existen oportunidades identificadas para mejorar la promoción de las artesanías locales y fortalecer la identidad cultural en medio de la competencia extranjera?

Más que todo ese tema es importantísimo, conservar nuestras raíces, nuestros idiomas, nuestras costumbres es muy importante mantener. Actualmente se ha debilitado, hablando del idioma, la juventud actual no está practicando nuestro idioma, es más ya solo lo de avanzada edad nomás estamos conversando el tema del quichua, la vestimenta y todo esto sería bueno de qué toda la gente, tanto los adultos y los jóvenes tratemos de recuperar nuestras raíces, nuestras identidades y nos sintamos orgullosos de nuestra gente, de nuestro idioma, de nuestras costumbres. Tratar de incentivar, pero lamentablemente ese tema no se ha trabajado.

5. Comentarios Adicionales:

5.1. ¿Hay algún otro comentario que le gustaría añadir sobre el tema o la situación actual de la Plaza de Ponchos?

Tal vez más que todo por parte de las autoridades y nosotros sería valorizar lo nuestro, prepararnos más, ser innovadores y más que todo las autoridades que nos ayuden en la promoción.

Universidad Técnica del Norte
Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)
Carrera: Mercadotecnia

Formato para la ficha Técnica de observación: Plaza de Ponchos, Otavalo, Imbabura

Objetivo: Observar la infraestructura de la Plaza de Ponchos, sus principales características, los puestos de venta, y el comportamiento de los comerciantes y visitantes

FICHA DE OBSERVACION: PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO		
Datos		
Observador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 12.00 p.m.	
Fecha: 20/04/2024	Lugar: Plaza de Ponchos, Otavalo	
Parámetros: Observación directa	Medio: Presencial	
INDICADORES:	DESCRIPCION	COMENTARIOS
Organización	Dentro de la plaza de ponchos los puestos estaban ya designados, cada artesano que por años lleva ahí tiene un puesto fijo. Fuera de la plaza se pudo observar una desorganización total, la falta de control por parte de las autoridades municipales en la feria que se realiza en la calle Sucre es también aprovechada por parte de comerciantes informales que exhiben sus productos en la calle.	Una gran cantidad de personas en el mismo lugar tanto comerciantes informales, como visitantes daba como resultado un desorden en las calles alrededor de la Plaza. Sin embargo, en la Plaza en si todos los puestos se mantenían ordenados y los pasillos se podían observar limpios y libres para caminar.
Afluencia de visitantes	Un lugar amplio donde se encuentran gran variedad de personas, turistas, comerciantes mayoristas y minoristas. Además, se pudo observar una gran cantidad de afluencia de gente a la hora que se hizo la observación. Adentrándose al medio de la Plaza se pudo notar menos gente que en los alrededores.	Es cierto que se encontraban una gran cantidad de personas en las horas de mayor afluencia, pero no todos eran visitantes, se encontraban personas que mantienen sus puestos en el lugar o familiares de los propios vendedores. El lugar se encontraba en desorden esto debido al poco control de

		comercio informal a los alrededores.
Calidad de los productos	Los productos son de calidad y cada uno cuenta con diseños referentes a la historia de la cultura Kichwa-Otavaleña. Cada artesanía contaba con una gran variedad de productos diversificados con una amplia variedad de colores.	Los productos estaban bien conservados y se notaba que la calidad era única de los artesanos Otavaleños, además se podían observar otro tipo de productos además de artesanías como: cobijas, joyería, legumbre, juguetes, etc.
Precio	Los precios variaban conforme lo disponían los distintos artesanos de la Plaza de Ponchos. Las artesanías hechas a mano tenían un costo mas elevado que las artesanías fabricadas con maquinas u otros tipos de fabricación.	Cada producto tenia su precio dependiendo el valor que se le agregaba. Una artesanía igual podía costar lo mismo o mas en otro puesto de trabajo.
Atención al cliente	Las personas que se encontraban en los puestos de trabajo en la Plaza de Ponchos siempre nos atendían con amabilidad y sobre todo mostraban un gran interés al momento de atendernos. La atención al cliente era en todos los puestos de trabajo de cada artesano siempre la misma, cada persona que se acercaba a observar o preguntar acerca de algún producto era recibida de manera amable y cordial.	En cada puesto de trabajo las personas eran calidad y amables, cada duda de los productos que se les planteo le encontraban una solución, inclusive nos ponían en contacto con otros compañeros de trabajo en la Plaza cuando no tenían la talla o la prenda que preguntamos.
Puntos de venta	Los puntos de venta dentro de la Plaza se dividían en dos. Artesanos que exponían sus productos en las estructuras de metal cubiertas con plásticos de todo tipo de color. Por otro lado, se encontraban los artesanos que exponían sus productos en las Callambas construidas	Cada puesto de trabajo se veía a menudo con las mismas artesanías, se podía caminar por los pasillos de la Plaza de Ponchos y encontrar en cada puesto los mismos productos y de diversos colores, modelos, estilos y tallas.

	como parte del diseño de la Plaza de Ponchos.	
Relación entre vendedores	A menudo se pudo observar una buena relación entre los artesanos. Algunos se les podía observar jugando algún tipo de juego como pasatiempo, otros mantenían algún tipo de conversación con los vecinos y también se pudo ver personas que en el mismo puesto de trabajo seguían trabajando en sus productos.	Los vendedores se llevaban bien entre ellos, mantenían conversaciones en su idioma ancestral (kichwa), además en ciertas partes se podía encontrar música en el ambiente laboral que alegraba el entorno para los visitantes.

Universidad Técnica del Norte

Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)

Carrera: Mercadotecnia

Formato para la ficha Técnica de observación: En las calles Modesto Jaramillo y Morales (cerca de la Plaza de Ponchos)

Objetivo: Observar los comportamientos de venta de los comerciantes extranjeros y las formas del comercio de las personas.

FICHA DE OBSERVACION: PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO		
Datos		
Observador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 14:00	
Fecha: 20/04/2024	Lugar: Calle Modesto Jaramillo entre Morales y Salinas (A una cuadra de la Plaza de Ponchos)	
Parámetros: Observación Directa	Medio: Presencial	
INDICADORES:	DESCRIPCION	COMENTARIOS
Organización	Esta calle se encontraba remodelada hace unos cuantos meses por parte del GAD Municipal de Otavalo, mantenía un aspecto de ser una peatonal para que las personas caminen con total tranquilidad, los puestos de trabajo estaban en los costados de la calle y se eso facilitaba que la gente tenga un mayor espacio para caminar y observar los productos. Además, los locales comerciales le daban un aspecto colorido cabe recalcar que es en esta calle donde se encuentran la mayoría de artesanías extranjeras como las peruanas.	Esta calle se encontraba muy bien cuidada y en gran medida era por su reciente remodelación, además las personas podían circular de mejor manera incluso era mas amplia que las otras calles por las que pasaba la feria, esto daba la impresión de observar todo alrededor de las calles y la visibilidad de los productos era mucho mejor. Se notaba que estaba mejor organizada que en otros puntos de la Plaza de Ponchos.
Puntos de venta	Los puntos de venta en esta calle estaban armados con estructuras de metal, tapados por un plástico de color blanco o negro para evitar el calor o también con grandes sombrillas.	Al igual que en la Plaza de Ponchos, cada punto de venta estaba estructurado de la misma manera y se observaban la misma calidad de productos y

	Cada puesto mantenía una tendencia de artesanías las cuales se repetían en varios de ellos. Atrás de los puestos los locales comerciales que exhibían diversos tipos de artesanías desde sacos, figuras hechas a mano y hasta joyería.	los mismos modelos que se ofertaban en el interior de la Plaza de Ponchos.
Precios	Los precios podían variar dependiendo de la calidad de las artesanías, en los locales se encontraban precios mas baratos por el tema de la mano de obra extranjera, mientras que en los puestos de la feria se manejaban precios no tan altos.	Los precios mantenían la misma línea que en la Plaza mismo, no variaban demasiado y en gran parte era porque la mayoría de puestos tenían casi las mismas artesanías.
Calidad de los productos	La calidad de los productos era muy buena en términos de diferenciación entre artesanías locales y extranjeras no se podía distinguir a simple vista, con los diseños distintivos de cada región podían verse diferentes diseños impregnados en cada artesanía.	Al tener los mismos productos, modelos, diseños y colores. La calidad era parecida, no variada demasiado, pero se pudieron encontrar algunos puestos que ofertaban joyería, pero no se sabe con exactitud si eran de buena calidad.
Afluencia de visitantes	Durante el tiempo que se observo cada aspecto se pudo observar una gran cantidad de gente caminando por esta calle, preguntaban los productos tanto en los puestos de trabajo como en los locales comerciales.	La cantidad de gente en cada espacio de la Plaza de Ponchos mantenía casi la misma afluencia, pero en comparación de los otros espacios, esta calle se veía amplia y con más espacio para que la gente camine con libertad.
Atención al cliente	La atención de los vendedores fue muy buena todos mantenían buena actitud y se mantenían atentos a cada aspecto de su área de trabajo, todos actuaban de manera	Los comerciantes en estas calles tanto es los puestos sobre la misma como en los locales mantenían una actitud cálida y siempre dispuesta a

	cordial y amable con cada persona que se acercaba a preguntar. La misma actitud se notó en los locales comerciales.	atender a nuestras dudas y en general de todas las personas que se acercaban.
Relación entre vendedores	Existía un buen ambiente laboral entre las personas que trabajaban tanto en los puestos en los costados de la calle, como en los locales comerciales. Lo que no se pudo observar fue la relación entre los dueños de los locales comerciales y los comerciantes que estaban en la feria en la calle.	No se observó muy bien como es la relación entre los vendedores de las calles y de los locales comerciales, sin embargo, lo que se pudo observar fue una relación muy buena entre los artesanos locales que tenían sus puestos de trabajo.

Universidad Técnica del Norte
Facultad de ciencias administrativas y económicas (FACAE)
Carrera: Mercadotecnia

Formato para la ficha Técnica de observación: En las calles principales de la Feria de la Plaza de Ponchos

Objetivo: Observar la organización y el comportamiento de los visitantes y vendedores informales en la calle principal de la feria realizada en la plaza de ponchos.

FICHA DE OBSERVACION: PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO		
Datos		
Observador: Andy Daniel Chalan Guerra	Hora: 15:30 p.m.	
Fecha: 20/04/2024	Lugar: Calle Sucre desde la calle 31 de octubre hasta el Parque Bolívar, Otavalo. (Feria Semanal)	
Parámetros: Observación directa	Medio: Presencial	
INDICADORES	DESCRIPCION	COMENTARIOS
Organización	La organización en esta calle era escasa, se podían ver productos de todo tipo y vendedores ambulantes por toda la calle Sucre, había comerciantes que se encontraban con puestos fijos donde al igual que en los demás puntos de venta mantenían una forma estructural similar. Esta parte de la plaza se encontraba repleta de personas que recorrían la feria de arriba hacia abajo.	Esta calle era un desorden sobre todo a la hora que se hizo la observación, en la hora pico las personas no tienen lugar para caminar y esto provoca que los productos no se puedan visualizar de buena manera y provoca mucha desorganización para los comerciantes.
Puntos de venta	Los puntos de venta en la mayoría de los puestos se caracterizaban por tener una estructura de metal solida que se armaba para poder poner un plástico por encima para cubrir el puesto del sol. Además, las personas también tendían una manta en el piso para poner sus productos esto se observo mas en comerciantes informales que no tenían un puesto	Los puntos de venta eran similares en toda la feria, la falta de organización podría provocar un rejuvenecimiento en el aspecto visual de los puestos, las personas optan por poner un plástico con la estructura de metal pero se podrían organizar para que cada

	propio sin embargo se sentaban en la calle para vender sus productos.	comerciante lleve el mismo color de plástico o de estructura.
Precios	La mayoría de los productos estaban en precios razonables, no eran precios demasiado distintos a lo que se podía encontrar dentro de la Plaza de Ponchos, sin embargo, se pudo observar ropa americana a costos razonables, además de juguetes y otras prendas de vestir.	Los precios estaban regulados de manera que se podía adquirir cualquier producto dentro o fuera de la Plaza de Ponchos, además la ropa extranjera de marca que había también tenía un precio cómodo para adquirirla.
Calidad de los productos	La calidad de los productos era similar que en los puntos de venta antes mencionados, pero cabe recalcar que se encontró también ropa de otros países, un ejemplo fue la ropa americana de marca que era original, esto competía con productos elaborados por los Artesanos locales de Otavalo.	Los productos mantenían la calidad de los artesanos de la Plaza de Ponchos, se puede pensar que hay comerciantes que compran al por mayor a los artesanos y los revenden a un precio un poco mas alto en las afueras de la Plaza de Ponchos.
Afluencia de visitantes	La sensación que se presento en este punto fue de estrés, había muchas personas caminando de un lugar a otro, los visitantes por lo regular se detenían a ver los puestos, pero no había espacio para poder caminar con normalidad. Había vendedores de alimento que pasaban por estos lugares estrechos con sus carritos de comida.	Con el gran flujo de personas era difícil distinguir quienes eran visitantes o los propios habitantes de Otavalo, pero se podía observar una gran cantidad de personas caminando por curiosidad o por rutina.
Atención al cliente	La atención como en los demás lugares fue buena, en general todos los comerciantes de esta feria y de la Plaza se expresaban con amabilidad y respeto para atender a los visitantes, incluso	En cada puesto de trabajo se percibía un buen ambiente de amabilidad y buena atención, pero también se pudo notar que los comerciantes

	había algunos que te llamaban por si buscabas algún producto en especial.	informales que vendían en la calle eran los que más se interesaban en llamarte y darte a conocer lo que vendían.
Relación entre vendedores	La relación entre los vendedores se pudo analizar muy poco debido a la gran afluencia de gente era difícil distinguir entre los comerciantes y las demás personas. Sin embargo, se pudo observar que entre compañeros comerciantes ya se conocían y llevaban un buen ambiente laboral pese a la gran cantidad de gente.	Las personas que tenían puestos fijos en la feria mantenían buena relación con los demás compañeros de los costados, después de varios años es lógico que se haya creado una relación de amistad entre los vendedores.

