



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIO
EXTERIOR PARA LAS MIPYMES DEL CANTÓN OTAVALO POR PARTE DEL
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
OTAVALO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

NEGOCIOS INTERNACIONALES E.1

AUTORA: JENNIFER DAYANA CEVALLOS VACA

ASESOR: ING. PABLO ALEJANDRO DÁVILA OÑA, MSC.

IBARRA, DICIEMBRE – 2018

Ibarra, 13 de Diciembre de 2018

Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña, Mgs.

ASESOR DEL PROYECTO DE GRADO

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f) 

Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña, Mgs.

C.C. 100250754-7

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI):


(f).....

Ing. Pablo Alejandro Dávila Oña, Mgs.

C.C. 100250754-7


((f).....

Ing. Edison Vinueza Salazar , Mgs.

C.C. 100242506-2


(f).....


Ing. Gabriela Herrera, Mgs.

C.C. 100255404-4

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jennifer Dayana Cevallos Vaca, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”.

Ibarra, 13 de Diciembre de 2018


f) 

Jennifer Dayana Cevallos Vaca

C.C. 100466217-5

AUTORÍA

Yo, Jennifer Dayana Cevallos Vaca, portador de la cedula de ciudadanía N° 100466217-5, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizado las citas correspondientes.

f): 

Jennifer Dayana Cevallos Vaca

C.C. 100466217-5

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, por darme salud y haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación académica, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los sueños más deseados.

A mis padres por ser el pilar fundamental en el proceso de desarrollo del proyecto demostrando su cariño, amor, entrega, apoyo incondicional y sacrificio en todos estos años para la culminación de esta etapa profesional.

A mis hermanos por estar siempre conmigo dándome ánimos para superar cualquier obstáculo.

De igual forma, a mi asesor de tesis, que gracias a sus consejos y tiempo hoy puedo culminar este trabajo, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer cada día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación y amistad.

CONTENIDO

CERTIFICA	i
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
AUTORÍA	iv
DEDICATORIA.....	v
CONTENIDO.....	vi
RESUMEN	xiii
PALABRAS CLAVES	xiii
ABSTRACT	xiv
Introducción.....	xv
1. CAPÍTULO UNO: ESTADO DEL ARTE	1
1.1 Comercio Internacional	1
1.2 Restricciones al Comercio Exterior	2
1.3 Medidas de Política Comercial.....	3
1.3.1 Medidas Arancelarias.....	6
1.3.2 Arancel	9
1.4 Preferencias Arancelarias	9
1.4.1 Certificado de Origen	10
1.5 Regímenes Aduaneros	11
1.5.1 Definiciones Básicas	11
1.5.2 Regímenes más utilizados	12
1.6 Exportaciones	12
1.7 Mipymes.....	13
1.7.1 Internacionalización de las Mipymes.....	14
1.7.2 Legislación Tributaria	17
1.8 Logística.....	18
1.9 Envases y Embalajes	19
1.10 Certificaciones Internacionales	20
1.11 Centros de Comercio Exterior	21
2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO.....	24

2.1 Diagnóstico	24
2.1.1 Antecedentes	24
2.1.2 Objetivo General	25
2.1.3 Objetivos Específicos	25
2.1.4 Variables Diagnósticas.....	25
2.1.5 Indicadores.....	26
2.1.6 Matriz de Relación	27
2.2 Materiales y Métodos	29
2.2.1 Método Analítico	29
2.3 Mecánica Operativa	29
2.3.1 Determinación de Universo	29
2.3.2 Determinación de la muestra	30
2.4 Tipo de información.....	31
2.4.1 Información primaria	31
2.5 Instrumentos o Técnicas	32
2.5.1 Observación	32
2.5.2 Entrevista	32
2.5.3 Encuestas	32
2.6 Tabulación y análisis de la información.....	33
2.6.1 Entrevista realizada al colaborador del Gobierno Descentralizado Municipal del cantón Otavalo.	33
2.6.2 Encuestas realizadas a los pequeños y medianos productores del Cantón Otavalo.....	37
2.6.3 Encuestas dirigidas a las Agencias de Carga Internacional del cantón Otavalo.....	52
2.7 Información secundaria	66
2.8 Demanda Insatisfecha	68
2.9 Análisis PEST	68
2.9.1 Político:	69
2.9.2 Económico:	70
2.9.3 Social:	72
2.9.4 Tecnológico:.....	74

3. CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	75
3.1 Introducción.....	75
3.2 PROPUESTA	76
3.2.1 Antecedentes	77
3.2.2 Perfil de la Institución	78
3.2.2.1 Datos generales del gobierno autónomo descentralizado de Otavalo (GAD).....	78
3.2.2.2 Visión del Cantón Otavalo al 2030	79
3.2.2.3 Estructura Organizacional	83
3.3 Diseño de la Propuesta	84
3.3.1 Área de influencia del Centro de Asesoría en Comercio Exterior	86
3.4 Propuesta Administrativa	87
3.4.1 Perfil Centro de Asesoría de Comercio Exterior.....	87
3.4.1.1 Misión del Centro de Asesoría de Comercio Exterior.....	87
3.4.1.2 Visión del Centro de Asesoría de Comercio Exterior	87
3.4.1.3 Principios.....	88
3.4.1.4 Servicios del Centro de Asesoría de Comercio Exterior.....	88
3.4.1.5 Organigrama Centro de Comercio Exterior	93
3.4.1.6 Localización	94
3.4.1.7 Macro-localización.....	94
3.4.1.8 Micro-localización.....	94
3.5 Manual de Funciones	96
3.6 Distribución Física	104
3.6.1 Plano de distribución del Centro de Asesoría en Comercio Exterior.....	105
3.6.2 Equipos de oficina.....	107
3.7 Aspecto Financiero	108
3.7.1 Sueldos y Salarios Recursos Humanos	109
3.7.2 Presupuesto Operativo.....	111
3.8 Aspectos legales	112
3.9 Discusión.....	113
Conclusiones.....	114
Recomendaciones	115

Anexos	123
Anexo N° 1: Anteproyecto	123
1. NOMBRE DEL PROYECTO	152
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	152
3. JUSTIFICACIÓN	154
4. OBJETIVOS	156
4.1 OBJETIVO GENERAL	156
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	156
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	156
ÍNDICE DE CONTENIDOS	158
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	159
6.1. METODOS GENERALES	159
6.2 TÉCNICAS	161
6.3 INSTRUMENTOS	162
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN	163
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	165
8. RECURSOS	167
8.1. FINANCIAMIENTO	168
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	168
Anexo N° 2: Proforma muebles y enseres	173
Anexo N°3 Encuestas, Entrevista	174
Anexo N° 5: Aspectos legales	201
Anexo N° 6: Fotografías	208

ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS

Figura 1: Ejemplo logística	19
Figura 2: Servicios Pro Ecuador	23
Figura 3: Matriz de relación	28
Figura 4: Actividades de la empresa	37
Figura 5: Actividad principal de la empresa	38

Figura 6: Actividades de importación y exportación	39
Figura 7, Nivel de conocimientos de importación y exportación.....	40
Figura 8: Participación en ferias internacionales	41
Figura 9: Lugares recorridos ferias internacionales	42
Figura 10: Interés que el GADMO brinde servicios y capacitaciones en	44
Figura 11, Factores para decidir contratar un servicio	45
Figura 12: Servicios agencias.....	53
Figura 13, Mercancías más exportadas	54
Figura 14, País exportador	55
Figura 15: Régimen que se rigen de las agencias	56
Figura 16, Documentos que realiza una agencia previa a una exportación	57
Figura 17, Tiempo de duración del proceso de una agencia	58
Figura 18, Incoterms que utilizan las agencias.....	60
Figura 19, Factores para cotizar un envío	61
Figura 20, Valor agregado de las agencias	62
Figura 21: precio o valor que se paga por los servicios de las agencias	63
Figura 22: Riesgos que pueden incurrir en las agencias	64
Figura 23, Aerolíneas que trabajan las agencias.....	66
Figura 24: Organigrama Estructural del GAD Otavalo	80
Figura 25: Departamentos Gobernantes del GAD Otavalo.....	81
Figura 26: Departamentos de Asesoría del GAD Otavalo	81
Figura 27: Departamentos de Apoyo del GAD Otavalo.....	82
Figura 28: Departamentos de Valor del GAD Otavalo	83
Figura 29: Departamentos Desconcentrados del GAD Otavalo	83
Figura 30: Organigrama del Centro de Asesoría en Comercio Exterior	93
Figura 31: Localización centro	94
Figura 32: Parte lateral centro	95
Figura 33: Funciones Administradora del centro de Comercio Exterior.....	96
Figura 34: Funciones Asistente del centro de Comercio Exterior.....	98
Figura 35: Funciones del Área de Asesoría Técnica del centro de Comercio Exterior. ...	100
Figura 36: Funciones del Área de Capacitaciones del Centro de Comercio Exterior.	101
Figura 37: Funciones del Área de Proyectos del Centro de Comercio Exterior.....	103

Figura 38: Plano distribución Centro.....	105
Figura 39: Vistas diseño Centro.....	106
Tabla 1: Clasificación de las empresas según su tamaño	15
Tabla 2: Clasificación de las empresas por sector económico.....	16
Tabla 3 Agencias de Carga Internacional Otavalo	30
Tabla 4: Actividades de la empresa.....	37
Tabla 5: Actividad de mayor importancia en la empresa	38
Tabla 6, Actividades de importación y exportación	39
Tabla 7: Nivel de conocimientos sobre importación y exportación	40
Tabla 8: Participación en ferias internacionales	41
Tabla 9: Lugares recorridos ferias internacionales	42
Tabla 10: Interés que el GADMO brinde servicios y capacitaciones en comercio exterior	43
Tabla 11: Factores para decidir contratar un servicio	44
Tabla 12: Medio principal para realizar trámites de exportaciones.....	45
Tabla 13: Instituciones para recurrir a pedir información sobre comercio internacional ...	47
Tabla 14: Servicios que se debe implementar en la ciudad para fortalecer el comercio	48
Tabla 15: Adicionar un valor agregado al producto se encarece	49
Tabla 16: Factores para aplicar el precio	50
Tabla 17: Servicios agencias	52
Tabla 18, Mercancías más exportadas	53
Tabla 19, País exportador	54
Tabla 20: Régimen que se rigen las agencias	56
Tabla 21, documentos que realiza una agencia previa a una exportación	57
Tabla 22, Tiempo de duración del proceso de una agencia	58
Tabla 23, Incoterms que utiliza las agencias	59
Tabla 24, Factores para cotizar un envío.....	60
Tabla 25: Valor agregado de las agencias	62
Tabla 26: Precio o valor que se paga por los servicios de las agencias	63
Tabla 27 riesgos que pueden ocurrir en las agencias	64
Tabla 28, Aerolíneas que trabaja las agencias	65
Tabla 29, Información general del GAD Otavalo	78

Tabla 30: Ejemplo de costos de una exportación	91
Tabla 31: Muebles y enseres	107
Tabla 32: Suministros de oficina	108
Tabla 33: Valores de muebles, enseres y suministros de oficina	109
Tabla 34: tabla salarios sector público 2018.....	110
Tabla 35: Sueldos y Salarios Recursos Humanos.....	111
Tabla 36: Presupuesto Operativo	111

RESUMEN

El diseño del presente proyecto se basa en la Propuesta de la Implementación de un Centro de Asesoría de Comercio Exterior el cual permitirá identificar las necesidades y requerimientos de las Pymes y/o Mipymes del cantón Otavalo sobre temas en comercio exterior.

El actual entorno internacional se caracteriza por su dinamismo de los mercados, por lo tanto, requiere que las empresas tengan una visión internacional, es por ello que el objetivo principal será brindar apoyo en cuanto a capacitación, asesoría técnica y desarrollo de proyectos en temas relacionados en Comercio Exterior para que los productores, empresarios, artesanos, comerciantes del cantón Otavalo pueden llegar a comercializar sus productos en otros países.

La implementación del Centro es un requerimiento del sector productivo, ya que los productores necesitan de un lugar o persona especializada en temas de comercio exterior donde brinden capacitaciones, asesoría técnica y realización de proyectos para emprendimientos, lo cual el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo (GADMO) tiene la predisposición de brindar todo el apoyo necesario para que el centro se implemente y se puedan desarrollar todos los requerimientos en beneficio de la población, se destinará una cierta parte del presupuesto para desarrollar y ejecutar el proyecto, es decir habrá disponibilidad tanto de espacio físico, presupuestario y personal que formarán parte del Centro.

Al formar parte de la organización estructural del cantón Otavalo tiene un alcance amplio el cual brindará sus servicios en el sector urbano como rural, enfocándose en las comunidades o sectores aledaños del cantón, por su situación geográfica y la demografía que estos poseen.

PALABRAS CLAVES

Centro, Comercio Exterior, Municipio, Otavalo

ABSTRACT

The project design is based on the Proposal for the Implementation of an Advisory Center for Foreign Trade which will identify the needs and requirements of small/medium enterprises (referred to as SMEs) in Otavalo.

The current international environment is characterized by dynamism of markets, therefore, requires companies to have an international vision, which is why the main objective will be to provide support in terms of training, technical assistance and project development. This way, producers, artisans, businessmen, and merchants could one day commercialize their products in other countries.

The implementation of the Advisory Center for Foreign Trade is a requirement of the productive sector, as producers need a place that has specialized in foreign trade issues which provide technical assistance of projects for entrepreneurship training, and personnel so the Municipal Autonomous Government of Otavalo (GADMO) has the willingness to provide all necessary support so that the center is implemented and can meet all the requirements of the population, there will also be the availability of both physical space, budget and resource human.

As part of the organizational structure of Otavalo`s Municipality would create many opportunities, as the Center provides services for urban and rural sectors. The focus would also be on communities/sectors adjacente to the Otavalo región.

Key words

Center, Business International, Municipality, Otavalo

Introducción

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad el análisis sectorial del cantón Otavalo y los requerimientos de las pymes y mipymes en el sector productivo, información que se utilizó para la ejecución del proyecto.

Este trabajo está estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo I corresponde al marco teórico donde abordan todos los aspectos teóricos relacionados con las temáticas que se desarrollaron en el transcurso de la investigación.

En el capítulo II se desarrolló un diagnóstico para conocer la situación actual tanto del municipio como del sector productivo del cantón Otavalo dentro de esto se presenta: planteamiento de la investigación, el problema, los objetivos, la justificación, indicadores, métodos y herramientas a utilizar, tipos de información, análisis PEST, aspectos que ayudarán a definir la síntesis del proyecto.

En el capítulo III se presenta la estructuración de la propuesta dentro de la cual se consideró todos los aspectos necesarios para la implementación del centro, entre ellos la organización estructural, perfil de la institución donde se implementará el Centro, manual de funciones y los principales cargos del Centro y aspectos administrativos, operativos, financieros y legales necesarios para la puesta en marcha del centro.

Finalmente se obtuvieron las conclusiones que engloba a los resultados que se obtuvieron fruto de la investigación con sus respectivas recomendaciones para implementarlos.

1. CAPÍTULO UNO: ESTADO DEL ARTE

1.1 Comercio Internacional

Osorio (2012) , manifiesta al respecto:

El comercio internacional es el “intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países. Conjunto de teorías, políticas, normas, procedimientos, documentación, sistemas de recuperación y procesamiento de información estadística, relativos al comercio entre varios países” (pág. 94)

Es la aplicación de las teorías, políticas, normas, procedimientos, documentación, sistemas de recuperación y procesamiento de información estadística, al comercio internacional un país” (pág. 94)

El Comercio Internacional comprende tanto a la exportación, que corresponde a la venta de los productos (bienes y servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país, como la importación, que es la compra de bienes o servicios a un proveedor originario de un país distinto al comprador. (Lerma Kirchner & Márquez Castro , 2010, pág. 7)

Correa (2014) define que “El comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos” (pág. 15)

Para entender que es comercio internacinal debemos comprender su definicion; es el intercambio de bienes y servicios entre paises, a su vez la aplcacion de teorias, politicas, normas realtivos al comercio como menciona Osorio (2012), en los que se establecen participantes para el intercambio y asi los paises involucrados se benefician mutuamente, con la finalidad de posicionarse e ingresar a otros mercados extranjeros, es importante destacar lo que muestra Lerma Kirchner & Márquez Castro; que comprende tanto a la exportacion que es el envio de un producto o bien a otros paises, como tambien la importacion que son los bienes o productos comprados por un pais en un territorio extranjero.

1.2 Restricciones al Comercio Exterior

Como mencionan Alvarado & Iglesias (2017) sobre las restricciones al comercio es;

El paradigma estructuralista del desarrollo radica en la idea de que tanto el desarrollo como el subdesarrollo constituyen un proceso único, y señalan que las asimetrías entre países se reproducen a través del comercio internacional. (...) Este fenómeno se fortalece en América Latina por que exporta materias primas a Estados Unidos. El patrón de desarrollo en América Latina se denomina modelo primario exportador o desarrollo hacia afuera, y una política de industrialización por sustitución de importaciones y la disminución de desigualdades en las oportunidades de internalizar la nueva tecnología ayudaría a los países latinoamericanos a evolucionar un sector industrial de bienes de capital y encaminarse en el proceso de desarrollo hacia dentro. (pág. 3)

Al hablar de restrciones como tambien manifiesta Díaz & Arriaga Navarrete (2017):

En materia de comerio internacional y de flujos de inversion Latinoamérica ha mantenido un notable repunte, cuyas características establecen dos matices importantes: por un lado, la tendencia hacia la exportacion de productos con bajo valor agregado y, por otro, la débil capacidad del sector exportador para ergirse como un factor de arrastre de la actividad productiva. (pág. 54)

Ante lo antes mencionado se puede decir que, las rectricciones al comercio exterior en America Latina tienen un alta participacion en el sector productivo (primario), el crecimiento esta asociado con los precios, la tasa de crecimiento del producto, por lo que el sector externo impone restricciones sobre la expansion y diversificacion del producto, lo que impide el desarrollo de internacionalizar.

1.3 Medidas de Política Comercial

Se define Política comercial al manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo. (Zona Económica , 2018)

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI, (2011) los deberes y atribuciones del organismo rector en materia de política comercial, son las siguientes:

- a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores;
- b. Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdos y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica; así como los lineamientos y estrategias para la negociación. Dentro del marco de las negociaciones comerciales, el Estado podrá brindar preferencias arancelarias o tributarias para la entrada de productos que sean de su interés comercial, con especial énfasis en los bienes ambientalmente responsables;
- c. Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias;
- d. Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduaneras, vinculadas a los procesos de comercio exterior;
- e. Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano;
- f. Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general

y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros;

g. Aprobar y publicar la nomenclatura para la clasificación y descripción de las mercancías de importación y exportación;

h. Establecer los parámetros de negociación comercial internacional en materia de origen;

i. Adoptar las medidas que sean necesarias para la simplificación y eficiencia administrativa en materia de comercio exterior, distinto de los procesos aduaneros;

j. Adoptar las normas y medidas necesarias para contrarrestar las prácticas comerciales internacionales desleales, que afecten la producción nacional, exportaciones o, en general, los intereses comerciales del país;

k. Conocer los informes de la Autoridad Investigadora y adoptar medidas de defensa comercial acorde con la normativa nacional e internacional vigente, frente a prácticas internacionales o de incremento de las importaciones, que causen o amenacen causar daño a la producción nacional;

l. Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior, cuando las condiciones comerciales, la afectación a la industria local, o las circunstancias económicas del país lo requieran;

m. Resolver los conflictos de competencia que pudieran presentarse entre los distintos organismos del sector público en materia de comercio exterior;

n. Promover programas de asistencia financiera de la banca pública para los productores nacionales, con créditos flexibles que faciliten la implementación de técnicas ambientales adecuadas para una producción más limpia y competitiva, para el fomento de las exportaciones de bienes ambientalmente responsables;

- o. Promover la creación de un sistema de certificaciones ambientales de productos agrícolas e industriales, para efectos de acceso a mercados internacionales, en coordinación con la autoridad ambiental nacional;
- p. Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental;
- q. Diferir, de manera temporal, la aplicación de las tarifas arancelarias generales, o por sectores específicos de la economía, según convenga a la producción nacional o las necesidades económicas del Estado;
- r. Aplicar las tarifas arancelarias externas comunes, de conformidad con los tratados de integración económica;
- s. Promover exportaciones e importaciones ambientalmente responsables; y,
- t. Las demás que se establezcan en este Código.

Sobre la medida comercial, López, Martínez Senra, Otero Neira , & Gonzáles Vásquez, (2014), menciona que:

La política comercial comprende básicamente las siguientes medidas: modificaciones del arancel, regímenes comerciales de importación y exportación, defensa comercial, acuerdos comerciales con terceros países y negociaciones a nivel multilateral, por ejemplo, en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC). (pág. 117)

Para el Centro de Investigaciones de la Economía Internacional CIEI (2018), en unos de sus apartados de la revista EcuRed, define a la Política Comercial de la siguiente manera:

Política comercial es el conjunto de principios, instrumentos y normas que utiliza un país para regular sus relaciones comerciales con el exterior, los países diseñan y

ponen en práctica medidas de Política Comercial con el objetivo fundamental de incidir, de alguna manera, sobre la orientación , estructura y volumen de su comercio exterior (...)"

Al analizar las respectivas citas, se puede decir que medidas o política comercial son normas que un país regula para mejorar y controlar las relaciones comerciales entre terceros, de esta manera proteger su industria nacional y contribuir al crecimiento de los ingresos al país.

1.3.1 Medidas Arancelarias

Según menciona Caballero, Padín. & Fierro (2012) “Las medidas arancelarias forman parte de la política comercial de un país, enfocada a generar beneficios e igualdad para la sociedad en materia de economía nacional”.

Las medidas arancelarias y no arancelarias para regular el Comercio Exterior según indica el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI, (2011) esta normado por la siguiente forma:

Forma de expresión: Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valórem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (mixtos).

Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador.

Modalidades de aranceles: Los aranceles podrán adoptarse bajo distintas modalidades técnicas, tales como:

a. Aranceles fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior; o,

b. Contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto.

Se reconocerán también otras modalidades que se contemplen en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador. Los aranceles nacionales deberán respetar los compromisos que Ecuador adquiriera en los distintos tratados internacionales debidamente ratificados, sin perjuicio del derecho a aplicar medidas de salvaguardia o de defensa comercial a que hubiere lugar, que superen las tarifas arancelarias establecidas.

Medidas no Arancelarias del Comercio Exterior

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI (2011), manifiesta que el Comité de Comercio Exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos:

- a. Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;
- b. Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- c. Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;
- d. Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal;
- e. Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países, de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior;

f. Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos;

g. Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y,

h. Para lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como controles aduaneros, derechos de propiedad intelectual, defensa de los derechos del consumidor, control de la calidad o la comercialización de productos destinados al comercio internacional, entre otras.

Además de los casos previstos, se podrán establecer medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación en los siguientes casos:

a. Para evitar escasez de productos alimenticios o de otros productos esenciales para el país, así como para controlar el ajuste de precios de este tipo de productos;

b. Para asegurar el abastecimiento de materias primas a los productores nacionales, en ejecución de un plan gubernamental de desarrollo industrial;

c. Para proteger recursos naturales no renovables del país; para proteger el patrimonio nacional de valor cultural, artístico, histórico o arqueológico; y,

d. En los demás casos que establezca el organismo competente en esta materia, por ser conveniente a las políticas comercial y económica de Ecuador, según lo establecido en los acuerdos internacionales debidamente ratificados.

Tasas.- Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, distintos a los procedimientos y servicios aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados, sea a nivel local o nacional.

1.3.2 Arancel

Se trata de una tasa, un impuesto, un gravamen o una valoración que se aplica en diversos ramos. En temas de comercio exterior el término está vinculado al impuesto que afecta a aquellos bienes que son objeto de importación o exportación. Lo habitual es que el arancel se aplique sobre las importaciones para proteger a la industria local y puede darse de dos formas la primera nombrada “ad valorem” (al valorado), como un porcentaje del valor de los bienes y la segunda “específicos” como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. (Córdova, 2018).

Como define Pérez, (2009) arancel en su libro Las aduanas y el comercio internacional:

Es una relación convencional de mercancías, por un orden igualmente convencional y con unos dígitos que permiten clasificar las mercancías, inicialmente a efectos estadísticos, en las operaciones aduaneras de importación, exportación o tránsito. (pág. 152)

Es decir, Arancel es un impuesto o gravamen que se aplica a toda mercancía que cruza una frontera por una zona aduanera, cuando se realice operaciones aduaneras.

1.4 Preferencias Arancelarias

Desde el punto de los productos exportados de la ciudad Otavalo hacia mercados extranjero, se observa que ciertos productos poseen una ventaja puesto a que la partida arancelaria tiene arancel cero, clasificada como artesanías (en general). Ecuador posee muchos beneficios en el marco de acuerdos comerciales o sistemas de preferencias al ingreso de productos ecuatorianos, como menciona el:

Ministerio de Economía y Finanzas (2018):

La “Cláusula de Habilitación” es también el fundamento jurídico en la OMC del Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC). El SGPC es un acuerdo a través del cual los países en desarrollo (países miembros del G-77) se otorgaron preferencias comerciales para consolidar y profundizar el comercio.(...). Se trata de

un programa dependiente de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), que supone la concesión de preferencias arancelarias y no arancelarias entre los países en desarrollo, si bien prevé la reciprocidad para países de muy bajo desarrollo económico.

Según menciona Córdova (2018) en su documento de tesis obtenido de Fiel & Appleyard, 2003:

Las preferencias arancelarias son la reducción o eliminación de aranceles de importación, concedida por un país a otro en el marco de un acuerdo bilateral. Estas ventajas se conceden entre países que tienen convenios comerciales internacionales con el fin de un beneficio mutuo.

1.4.1 Certificado de Origen

El certificado de origen es un documento el cual acredita que un cierto producto de exportación cumpla con los criterios de origen, como menciona Anabel (2015):

Certificado de origen, es el documento que tiene dos características esenciales, la primera es que sirve al comprador para comprar donde ha sido elaborado, producido o transformado un producto, es decir su origen, en segunda instancia le sirve para que, al momento de nacionalizar el producto, lo pueda presentar en la Aduana de ingreso, en la cual se aplica un Sistema de Preferencias Arancelarias, que puede ser en forma parcial o total de la liberación del pago de derechos arancelarios.

Para el Observatorio de la Economía Latinoamericana (2017), Certificado de Origen, es a aquel documento físico o electrónico que permite verificar que la mercancía a exportar cumple con los requisitos exigidos por las normas de origen según el tratado preferencial, que otorga la liquidación total o parcial del valor ad-Valorem correspondiente. (pág. 6)

En referencia lo citado, se agrega que, Certificado de Origen es un documento que confirma que la mercancía que se va exportar o importar ha sido fabricada en ese país, de tal forma los productos puedan acogerse a los beneficios o regímenes preferenciales en consideración de los acuerdos para la correspondiente aplicación de los aranceles.

1.5 Regímenes Aduaneros

1.5.1 Definiciones Básicas

Todas las mercancías que entran y salen del país deben cumplir con ciertas medidas para poder circular de manera legal en el país, de esta manera según Osorio (2012) define a los regímenes aduaneros como un Régimen de excepción con respecto a las leyes aduaneras y sus reglamentos, que permite el paso, ingreso, salida o permanencia temporal en el territorio nacional, de mercaderías extranjeras, sin pago de impuestos al comercio exterior, bajo determinadas condiciones y para fines específicos. (pág. 307)

Para Pérez & Cabellos Gonzáles (2013), los regímenes comerciales o aduaneros en el ámbito del comercio exterior constituyen:

Un conjunto de normas que regulan la entrada y salida de mercancías de un país o de un grupo de países, que varían en función de la naturaleza del producto y del país de origen.

Los regímenes aduaneros como se manifiesta en ambas citas, se trata de un conjunto de operaciones que están relacionadas con un destino aduanero de una mercancía específica, de acuerdo a la declaración presentada en aduana, toda mercancía que entra o sale del país debe destinarse un régimen donde especifica el destino que se procura dar a la dicha mercancía.

1.5.2 Regímenes más utilizados

De acuerdo a la experiencia en el cantón Otavalo, conjuntamente con las agencias de carga internacional se ha podido analizar que los regímenes más utilizados por los artesanos son los siguientes:

Los regímenes de exportación e importación según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI (2011), son los siguientes:

Exportación definitiva: Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (pág. 34)

Importación para el consumo: es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras. (pág. 28)

Los regímenes de exportación e importación son aplicados de acuerdo al declarante como creyere necesario, rigiéndose a la legislación aduanera.

1.6 Exportaciones

Las exportaciones en economía se definen como la salida de productos o servicios al exterior, estas están regidas por medio de las normas de régimen aduanero que regulan a salida definitiva de las mercancías fuera del mercado nacional para que puedan llegar a su lugar de

destino, para lo cual deben cumplir con ciertos requisitos especificados en la normativa nacional actual. (Servicio Nacional de Aduana el Ecuador , 2017)

Mexicoexports (2015) Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países. El vendedor (residente) es llamado “exportador” y el comprador (no residente) “importador”.

Así podemos definir a las exportaciones según las definiciones anteriores a la salida de productos a cambio de un cambio monetario, su importancia reside en el efecto que tiene sobre el crecimiento económico, productividad de un país.

1.7 Mipymes

Las micro, medianas y pequeñas empresas se diferencian por sus características, tipos, dimensiones, cantidad de producción, las cuales se denominan MIPYMES.

Según él (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI, 2011), define a las MIPYMES como, “La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales,(...)”.

Así como, Valdés Díaz de Villegas & Sánchez (2012), las Mipymes conforman una porción muy importante de la actividad económica, significando más del 90% de las empresas y generan más de la mitad del empleo que ofrece la actividad económica empresarial.

Al respecto se debe manifestar que las mipymes son poco potencializadas, es decir que se debe aprovechar en los siguientes aspectos: alta capacidad de proveer bienes y servicios, mayor uso de materia prima nacional, obtener nichos de mercado, generar empleo, dinamizar

la economía, ya que son fáciles de asociarse y de enfrentar las exigencias del mercado extranjero.

1.7.1 Internacionalización de las Mipymes

El continuo proceso de cambio en el entorno económico, donde la aceleración del proceso de globalización y el desarrollo de la economía del conocimiento vienen actuando como motores, está empujando constantemente a las empresas hacia el reto que supone la salida a los mercados exteriores. (Carrillo, 2009)

Para Martínez & Asensi (2013) existen cuatro grupos de factores para adoptar decisiones de internacionalización de mercados:

- **Factores de industria:** tipo de producto y mercado,
- **Factores de la región:** rasgos geográficos y sociales vinculables al mercado.
- **Factores de la nación:** relaciones políticas y fiscales internacionales.
- **Factores de la empresa:** habilidades de la dirección a la hora de internalizar. (pág. 171)

Con lo mencionado anteriormente, se evidencia que la perspectiva de internacionalización por parte de las mipymes se enfocan en una visión más allá de solo exportar, ya que implica varios factores importantes que determinan el éxito frente a otras empresas.

Según el INEC (2013), Las empresas se clasifican según su tamaño:

- Micro
- Pequeña
- Mediana
- Grandes empresas

Los indicadores que se debe tomar en cuenta para la constitución o clasificación de una empresa son:

- Volumen de ventas
- Número de trabajadores
- Tipo de productos
- Localización o ubicación
- Nivel de tecnología de producción

Clasificación de las Empresas según su Tamaño

Grande:
• V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
Mediana "B":
• V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
Mediana "A"
• V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
Pequeña:
• V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
Microempresa:
• V: < a \$100.000. P: 1 a 9.

Tabla 1: Clasificación de las empresas según su tamaño

Fuente, (INEC, 2013)

Clasificación de las Empresas por Sector Económico

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
2. Explotación de minas y canteras.
3. Industrias manufactureras.
4. Comercio
5. Construcción
6. Servicios •(Suministro energías, distribución de agua, transporte, alojamiento, información, financieras, inmobiliarias, científico técnico, administrativos, administración pública, enseñanza, salud, artes, otros servicios.)

Tabla 2: Clasificación de las empresas por sector económico

Fuente, (INEC, 2013)

Según el Art.56 Registro Único de las MIPYMES del capítulo IV Código Orgánica de la Producción, Comercio e Inversiones (2011)

Se crea el Registro Único de las MYPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente.

Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES. (Asamblea Nacional, 2010, pág. 56)

1.7.2 Legislación Tributaria

Las microempresas obligadas a llevar contabilidad según Banco Solidario (2012) son aquellas que:

- Las microempresas que han aportado más de USD 60.000 en efectivo en activos para la empresa con financiamiento personal para iniciar su negocio.
- Las microempresas que tengan ingresos totales superiores a USD 100.000 en el año anterior (1 de enero al 31 de diciembre).
- Las microempresas que presenten costos y gastos cada año que superan a los USD 80.000.

Las microempresas que No son obligadas a llevar contabilidad, a pesar de tener ingresos que superen a los 100.000 en el año son:

- Microempresas que presten servicios profesionales, han obtenido un título universitario y trabajan brindando servicios de su profesión.
- Artesanos que son las personas naturales debidamente calificadas por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales.

Para registrar y poder categorizar una MIPYME se tiene que realizar los siguientes pasos:

1. Acceder al Portal Web del Ministerio de Industrias y Productividad
2. Ingresar al sistema y digitar el RUC.
3. El sistema se conectará con SRI y IESS para validar la información tributaria y de empleador requeridas, asociada al RUC.

4. Ingresar al correo electrónico personal, verificar la recepción del correo enviado por el Ministerio de Industrias y Productividad.
5. Una vez abierto el correo hacer click en el enlace proporcionado y directamente se ira a la categorización de la empresa.
6. Proceder a verificar los mensajes que se despliegan en el sistema, tomando en cuenta los mensajes desplegados para la categorización exitosa.
7. Automáticamente el Certificado se enviará a la cuenta del correo.

1.8 Logística

La logística y/o distribución física internacional es la clave en las operaciones de comercio exterior, para tener más claro de lo que se trata según la (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018), consiste en lo siguiente:

Objetivo: la logística es la clave para lograr el máximo de eficiencia y efectividad, lo cual teóricamente se puede resumir:

Eficiencia: porque entre menos tiempo permanezca un producto en cada de las etapas de una cadena logística menores costos se agregaran al valor final del producto y se abastece el mercado con mayor rapidez.

Efectividad: porque menores gastos se pueden traducir en mayores utilidades operacionales.

Se define así a la logística como el proceso de planificación, implementación y control eficiente del flujo de materiales y/o productos terminados, así como el flujo de información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de destino, cumpliendo al máximo con las necesidades de los clientes y generando los mínimos costo operativos.

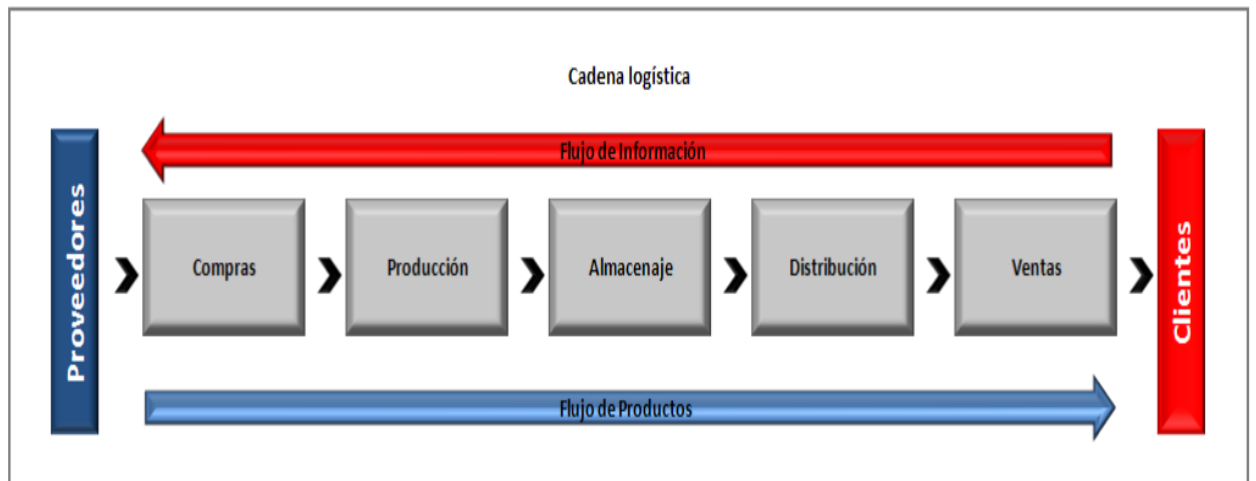


Figura 1: Ejemplo logística

Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018)

1.9 Envases y Embalajes

El envase y embalaje es parte esencial de un producto que se vaya a internacionalizar, aspecto importante y necesario para conservar y manipular el producto, así como definen varios autores:

Cabrera & Torres Gemeil (2014), manifiesta que

“Envase: Es el objeto destinado a contener, presentar y proteger un producto o conjunto de productos durante su manipulación, transportación, almacenamiento, distribución, venta y consumo. Se conoce también como envase de consumo.”

Embalaje: Es el medio o conjunto de medios que aseguran la protección de un producto o grupo de productos, envasados o no, salvaguardando la integridad original durante su manipulación, almacenamiento, transporte, venta y distribución, que constituye generalmente una unidad de carga independiente. Se conoce también como envase de transportación. (pág. 2)

Para Arias (2015), Los envases permiten contener y conservar el producto. Gracias a los envases se pueden realizar las actividades de almacenamiento, transporte y distribución de las cargas. Así, los compradores logran llevar los productos hasta sus hogares, y conservarlos por el consumo.

Embalaje se puede definir como el conjunto de materiales, accesorios y demás elementos (envase, empaque, envoltura), especialmente acondicionado para el transporte, almacenamiento y distribución de los productos, asegurando que lleguen en perfecto estado al consumidor. (Arias, 2015)

En definitiva envase es el empaque primario del producto es decir que tiene contacto directo el cual protegerá, preservara las características y calidad al producto y embalaje es el que protege al empaque primario, es un canal entre el punto de ventas y el cliente.

1.10 Certificaciones Internacionales

Como menciona ProEcuador (2013), las certificaciones Internacionales son:

Certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares de cada una de ellas: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con la aves, biodinámica, de relación, etc.

Las certificaciones obligatorias: verifican que el producto cumple con las normas necesarias para que este pueda salir o ingresar a un nuevo mercado con sus propias regulaciones.

Dependiendo de las regulaciones de cada país se exigirán certificados, ejemplo, certificado de registro sanitario, Certificado Fito/zoosanitario, Certificado BPM (Buenas

Prácticas de Manufactura), HACCP (en Estados Unidos de América para productos de mar, pulpos u jugos de fruta).

1.11 Centros de Comercio Exterior

La finalidad de un centro de comercio exterior es dar atención a los empresarios grandes, medianos, pequeños y actores de la economía popular y solidaria, de esta manera poder satisfacer la demanda del sector. “A través de un Centro de Comercio Exterior, los empresarios; productores: micro; pequeñas; medianas empresas y todas las personas con interés de internacionalizar sus productos o servicios encontrarán información básica y especializada para desarrollar su plan exportador” (Pro Colombia, 2018).

Servicios

Los servicios de Asesoría en Comercio Exterior según la Cámara de Comercio de Guayaquil (2018) son:

- Clasificación Arancelaria
- Acuerdos Comerciales y Preferencias Arancelarias
- Normativa de Origen y Comercio Exterior
- Restricciones y autorizaciones previas si las hubiese
- Productos de prohibida importación
- Cambios o Reformas a las Leyes vigentes que regulan el Comercio Exterior Ecuatoriano
- Certificados de Origen en Línea

- Certificaciones Especiales para la Exportación
- Registro como Importador y exportador ante la Aduana.

Según (International team consulting), el apoyo y los servicios de un centro de comercio exterior son los siguientes:

- Estrategia y negociación internacional.
- Tramites de exportación.
- Logística internacional
- Condiciones de pago en cada mercado.
- Información y gestión de subvenciones, ayudas y programas oficiales para exportar: viajes, filiales, medios de promoción, etc.

En el Ecuador aún no existen estadísticas sobre centros en asesoría de Comercio exterior por lo que es complicado saber el número exacto y en que instituciones se brinda este tipo de servicio, cabe recalcar en las instituciones como Pro Ecuador, Cámara de Comercio de Guayaquil cuenta con este portal de servicios. Un dato encontrado en (Páginas amarillas Ecuador), Ecuador cuenta con 341 centros en Asesorías y Consultorías en Comercio Exterior en todo el país.

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (Exporta Fácil, 2018)

SERVICIOS PRO ECUADOR



Figura 2: Servicios Pro Ecuador

Fuente, (Exporta Fácil, 2018)

2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Diagnóstico

2.1.1 Antecedentes

San Luis de Otavalo es una ciudad de la provincia de Imbabura, que ha sido declarada *Capital Intercultural de Ecuador* (Centro de Estudios Pluriculturales CEPCU, 2010), Otavalo cuenta con gran cantidad de productores, pequeñas y medianas empresas (PYMES) caracterizadas por su habilidad textil y comercial, su producción abastece al mercado local que se encuentra saturado, analizando esta debilidad el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Catón Otavalo (GADMCO) ve la necesidad de establecer estrategias que le permitan a las micro, pequeñas y medianas empresa (MIPYMES) expandirse a nuevos mercados internacionales.

Actualmente las Mipymes del cantón San Luis de Otavalo no cuentan con un centro de Asesoría en temas de Comercio Exterior, por parte del GADMO, que les permita iniciar con procesos de Internacionalización, sus productos ya no son tan atractivos como años anteriores, en el mercado nacional ya existen gran cantidad de productos similares.

Debido a estos constantes cambios y a la exigencia del mercado en el que se desenvuelven, se ha considerado importante mantener una fuerte relación directa del GADMO con las Mipymes en temas de exportaciones, debido a esto se ha generado carencia de competitividad en el mercado local e internacional, los débiles procesos de internacionalización por parte del GADMO con las Mipymes crean desmotivación, lo que no cuentan con una visión internacional, se ha notado que existen barreras al crecimiento empresarial lo que existe bajos volúmenes de ventas.

2.1.2 Objetivo General

Diagnosticar qué tipo de servicios ofrece el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo al sector productivo, comercial, empresarial, en beneficio del desarrollo del comercio internacional en el cantón.

2.1.3 Objetivos Específicos

- Determinar si el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo brinda servicios de asesoría o capacitaciones complementarias en temas de comercio internacional.
- Identificar si la población otavaleña requiere el servicio de asesoría del cantón Otavalo en temas de comercio internacional.
- Especificar qué tipos de requisitos se necesita para la implementación del centro de asesoría de comercio internacional, o si en un caso de tener como se da a conocer a la población.
- Definir cuáles serán las otras alternativas de promoción adicionales que el centro de asesoría en comercio internacional ofrecerá a las Pymes, Mipymes.

2.1.4 Variables Diagnósticas

Variable 1	Servicios de asesoría
Variable 2	Necesidades de asesoría
Variable 3	Requerimientos
Variable 4	Servicios

2.1.5 Indicadores

Indicadores Variable 1

- Tipo de servicio
- Alcance
- Frecuencia

Indicadores Variable 2

- Tipo de asesoría
- Nivel de conocimientos
- Precio
- Asistencia en ferias internacionales

Indicadores Variable 3

- Documentación
- Procesos a seguir

Indicadores Variable 4

- Tipo de servicios
- Precio
- Tiempo
- Logística
- Documentación aduanera
- Legislación aduanera

2.1.6 Matriz de Relación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la oferta de servicios brindada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo en temas de comercio internacional.	Servicios de asesoría Capacitación	Tipo de servicio de asesoría Alcance Frecuencia	Encuesta Encuesta Encuesta Encuestas	GADMO GADMO GADMO GADMO
Identificar las necesidades de asesoría de la población otavaleña en temas de comercio internacional.	Necesidades de asesoría Demanda	Tipo de asesoría Nivel de conocimientos Precio Asistencia en ferias internacionales	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Pymes, Mipymes Pymes, Mipymes Pymes, Mipymes Pymes, Mipymes
Definir los requerimientos necesarios para la operación de un centro de capacitación.	Requerimientos	Documentación Procesos a seguir	Entrevista, Encuesta Entrevista, Encuesta	GADMO GADMO

Describir los servicios que ofrecen las agencias de carga internacional.	Servicios	Tipo de servicios	Encuesta	Agencia de carga internacional
		Precio	Encuesta	Agencia de carga internacional
		Tiempo	Encuesta	Agencia de carga internacional
		Logística	Encuesta	Agencia de carga internacional
		Documentación aduanera	Encuesta	Agencia de carga internacional
		Legislación aduanera	Encuesta	Agencia de carga internacional

Figura 3: Matriz de relación

Elaborada por la autora

2.2 Materiales y Métodos

2.2.1 Método Analítico

Para realización de la presente investigación se utiliza el método analítico, ya que se busca analizar el mercado de los productos artesanales como locales e internacionales. “Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlos en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlos de manera holística e integral (síntesis). (Torres, 2006).

Por lo tanto, de manera operativa este método se ha desarrollado a través de herramientas como encuestas, entrevistas para poder llegar a una conclusión general, analizando la situación actual del mercado local como internacional y así demostrar la factibilidad del proyecto.

2.3 Mecánica Operativa

2.3.1 Determinación de Universo

A continuación, se detalla los siguientes universos:

Universo 1: Para el desarrollo del proyecto se ha definido que el universo 1 será el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo (GADMO), específicamente el departamento de Gestión Social e Intercultural.

Universo 2: En el proceso investigativo se ha determinado que la población o universo 2 serán los artesanos de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo “UNAIMCO”, los cuales conforman alrededor de 737 socios, (Ver anexo N°4)

Universo 3: Se ha determinado que el universo 3 serán las Agencias de carga Internacional del cantón Otavalo.

Tabla 3 Agencias de Carga Internacional Otavalo

N°	Nombre de la Agencia
1	Exportlar Logistics
2	Castillos`s Cargo Exportadora
3	Silcarvcargo Cia ltda
4	Sarava Cargo
5	Exportaciones Tña Luz
6	Ati Logistic
7	Sadecom Cia Ltda
8	Siatigroup

Fuente: elaborado por la autora

2.3.2 Determinación de la muestra

Estableciendo la muestra de los tres universos se detalla lo siguiente:

Muestra 1: Definiendo que la población o universo del GADMO al que se va a encuestar no sobrepasa directamente las 30 personas, se ha procedido a realizar un censo.

Muestra 2: Debido a que la población o universo está conformado por 737 artesanos de la Unión de Artesanos Indígenas del mercado Centenario de Otavalo “UNAIMCO”, sobrepasan las 40 personas, se procedió a determinar una muestra para aplicar las encuestas basadas en el siguiente cálculo: (Ver anexo N°4)

$$n = \frac{Npq Z^2}{pq Z^2 + E^2 (N-1)}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

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

p = proporción de la población (éxito) (en este caso 5% = 0.05)

q = proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (95%)

e = nivel de error (5%)

N = tamaño de la población

Reemplazando valores:

$$n = \frac{(737)(0.05)(0.95) (1.96)^2}{(0.05)(0.95)(1.96)^2 + 0.5^2 (737-1)}$$

$$n = \frac{(737)(0.05)(0.95) (3.8416)}{(0.05)(0.95)(3.8416) + 0.5^2 (736)}$$

$$n = \frac{134.484812}{134.484812 + 736}$$

$$n = \frac{134.484812}{502.484812}$$

n= 267

Muestra 3: Considerando que la población o universo de las Agencias de carga Internacional es menor de 30 personas, se consideró realizará un censo.

2.4 Tipo de información

2.4.1 Información primaria

Las fuentes primarias de información con las que contienen información original sin cambios ni abreviaturas. De esta manera, es información nueva u original de primera mano, el término original no se refiere a la novedad, a que nadie haya tratado antes el tema, sino a que es el documento origen de la información, que en él se contiene toda la información necesaria, no remite ni necesita completarse con otra fuente. Son fuentes primarias las

monografías publicaciones periódicas, a literatura gris (tesis doctorales, atas de congresos, programas de ordenador), etc.

Dentro de las fuentes primarias se encuentran las obras de referencia de algunos autores (Lorenzo & Juncà Campdepadrós, 2009). Proveen de un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación, son escritas durante el periodo que se está estudiando o investigando.

2.5 Instrumentos o Técnicas

2.5.1 Observación

Esta técnica ayudó a observar, analizar e interpretar las necesidades de la población, los requerimientos y la relación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo con el hecho social, de esta manera obtener datos fiables e información revelante que luego se sintetizaron en el desarrollo del proyecto.

2.5.2 Entrevista

La técnica de la entrevista ayudó a conocer las necesidades del sector productivo sobre diferentes aspectos como son capacitación, servicio de asesoría en comercio internacional, a los productores, comerciantes, empresarios, la cual se aplicó al director del Departamento de Gestión Social e Intercultural del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo GADMO, con el propósito de examinar la situación actual y determinar y plasmar mejoras para las mipymes.

2.5.3 Encuestas

La encuesta ayudó a la recolección de información y datos mediante un conjunto de preguntas dirigidas a la muestra respectiva, quienes fueron a un grupo de los posibles usuarios, dueños de pequeñas, medianas empresas (Pymes), micro empresas (Mipymes),

socios de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo UNAIMCO, y a su vez a las ocho Agencias de Carga Internacional del cantón, para determinar el nivel de conocimientos en temas de comercio internacional, actividades económicas de las pymes, mipymes y de esta manera poder analizar las variantes de respuesta.

2.6 Tabulación y análisis de la información

2.6.1 Entrevista realizada al colaborador del Gobierno Descentralizado Municipal del cantón Otavalo.

De acuerdo a lo expresado en la entrevista realizada al director del Departamento de Gestión Social e Intercultural se pudo obtener la siguiente información:

1. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo ofrece servicios al sector productivo?

El municipio de Otavalo actualmente ofrece servicios al sector productor pero con otras finalidades distintas al comercio, enfocada en la calidad y cantidad de producción en un enfoque artesanal, entre ellas ferias de alimentos típicos de la ciudad, charlas de buenas prácticas ambientales, talleres artesanales en el sector Peguche.

2. Se ha realizado algún sondeo sobre las necesidades del sector productivo?

En los últimos 5 años no se ha realizado ninguna encuesta para conocer la situación actual de los productores, el municipio se ha enfocado en la interculturalidad de las artesanías de los pueblos otavaleños, ya que es una fuente para atraer el turismo, de esta manera se quiere llegar a que el turista, traslade la cultura, costumbres, tradiciones, gastronomía del cantón para poder llegar a mercados internacionales.

- 3. ¿Qué tipos de servicios brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo en temas en comercio exterior? Cuales, especifique.**

El municipio en temas de comercio exterior solo ha brindado capacitaciones superficiales y no se ha enfocado en esos tipos de operaciones es muy difícil enfocarse en el sector comercial.

- 4. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo dispone de un centro de asesoría en comercio exterior?**

Actualmente la ciudad de Otavalo no cuenta con un centro el cual ponga a disposición de la ciudadanía para satisfacer las necesidades en temas de comercio exterior, sería interesante y necesario que se implemente este tipo de servicio, ya que Otavalo se caracteriza por su comercio.

- 5. Cree usted que es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo implemente un centro de asesoría en comercio exterior?**

Sería una estrategia excelente que se ofrezca estos servicios de comercio exterior ya que la gente se interesaría en crecer y comercializar aún más en todo el país y el resto del mundo.

- 6. Existe algún tipo de impedimento desde el punto legal o político, que limite la implementación o funcionamiento del centro de comercio exterior?**

El inconveniente que se podría presentar serán las campañas políticas, sería buena opción que el proyecto se sustente como un propósito para la nueva administración 2019.

7. Se podrá tener el apoyo del presupuesto por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo para la implementación del centro de asesoría de comercio exterior?

Al presentarse como un nuevo proyecto se podrá destinar cierta parte para la ejecución siempre y cuando se demuestre que es factible para el crecimiento económico y social tanto para los productores como para la ciudad como tal.

8. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo cuenta con el espacio físico o infraestructura y personal para el funcionamiento centro de comercio exterior?

Al momento el municipio si cuenta con espacios físicos, hoy en día existen proyectos que no se ejecutan y se podría reinvertir, desechar esos proyectos e implementar otros, respecto al personal el municipio no cuenta con este tipo de recursos humanos, por lo que se debería realizar un reclutamiento de personal.

9. En el caso de la ejecución del centro de asesoría de comercio exterior el municipio tiene el personal para el funcionamiento?

No, el municipio contrata personal para cada proyecto o si es el caso se dividen los objetivos para desempeñar las actividades del proyecto; en la ciudad se ha percibido que hay muchos profesionales en este campo de exportaciones, sería magnífico que familia otavaleña forme parte del centro.

10. Se podrá tener contacto a través del municipio con entidades gubernamentales relacionadas con el comercio exterior; para la ayuda de soporte técnico del centro de asesoría?

El municipio es una entidad pública que se enfoca en brindar un servicio a la población del cantón Otavalo, siendo así se podrá facilitar la relación de contactos entidades relacionadas al tema para la colaboración.

Análisis:

El municipio de Otavalo actualmente ofrece servicios al sector productor pero con otras finalidades diferentes al de poder internacionalizarse, este servicio se enfoca en la calidad y cantidad de producción de una manera artesanal, últimamente no se ha realizado encuestas o sondeos para conocer la situación actual de los empresarios o productores, ya que el municipio se ha determinado en la interculturalidad de las artesanías de los pueblos otavaleños para la comercialización del mercado y atracción de turismo.

El municipio en temas de comercio exterior solo ha brindado capacitaciones superficiales en el tema y no se ha realizado un análisis profundo para este tipo de operaciones, por el momento el municipio de Otavalo no cuenta con un espacio donde la gente pueda pedir colaboración o ayuda, sería fundamental que se implemente este tipo de servicio.

Menciona que sería una estrategia excelente que se ofrezca servicios de comercio exterior ya que la gente se interesaría en crecer y aún más sería un beneficio para el municipio al ver que su gente se dedique al comercio a nivel mundial y no solo salgan del país por turismo. El único inconveniente que se podría presentar para la implementación del centro serán las campañas políticas, es por eso que una buena opción sería que el proyecto se sustente como un propósito para la nueva administración 2019, al presentarse como un nuevo proyecto el municipio destinará cierta parte para ejecución, demostrando de esta manera el poder satisfacer las necesidades de poder expandir e incrementar su producción.

Al momento el municipio si cuenta con espacios físicos donde se puede implementar el centro, existen proyectos que tienen su espacio sin ejecutarlo y un proyecto de gran magnitud como es la implementación de un Centro de Asesoría en Comercio Exterior, el cual sería una buena estrategia administrativa que forme parte del organigrama institucional. Si bien es cierto al ser una entidad pública que se enfoca en brindar un servicio y beneficios a la población del cantón Otavalo, el municipio podrá facilitar la relación de contactos o personas para la colaboración con entidades relacionadas al tema.

2.6.2 Encuestas realizadas a los pequeños y medianos productores del Cantón Otavalo.

Pregunta 1: ¿Actualmente su empresa realiza actividades relacionadas con el Comercio Internacional?

Tabla 4: Actividades de la empresa

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Exporta	22	8%
b) Importa	3	1%
c) Ambas	14	5%
d) Ninguna	228	85%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

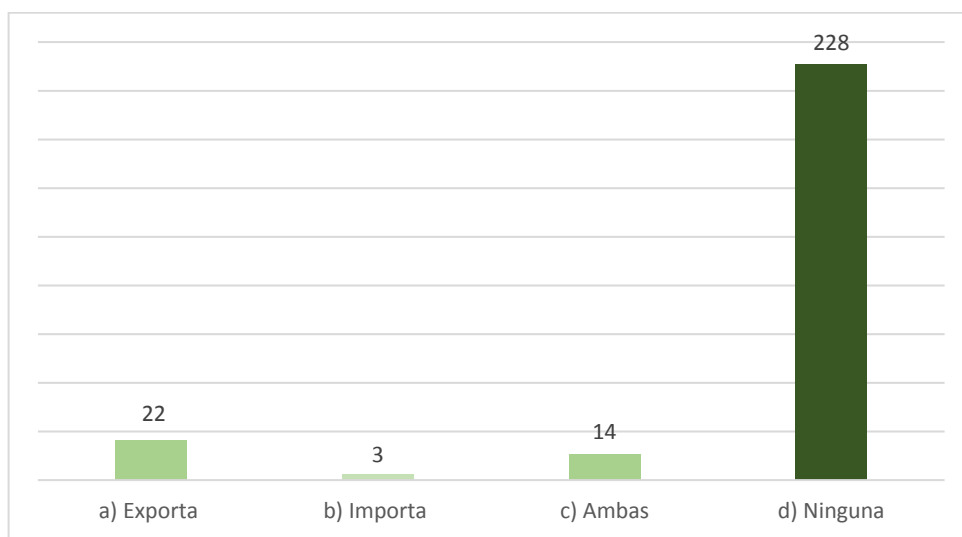


Figura 4: Actividades de la empresa

Análisis:

Dentro de las 267 encuestas realizadas a las diferentes Pymes, Mipymes de Otavalo, 228 empresas no realizan actividades referentes a comercio internacional, porque se dedican de manera directa al comercio interno; mientras que, apenas el 1% de las empresas solo importan, tomando en cuenta que Otavalo es una ciudad que se destaca en el desarrollo del comercio internacional se puede analizar que existe un desconocimiento en temas de comercio.

Pregunta 2: ¿Cuál es la actividad de mayor importancia en su empresa?

Tabla 5: Actividad de mayor importancia en la empresa

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Comercio interno	244	91%
b) Comercio exterior	23	9%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

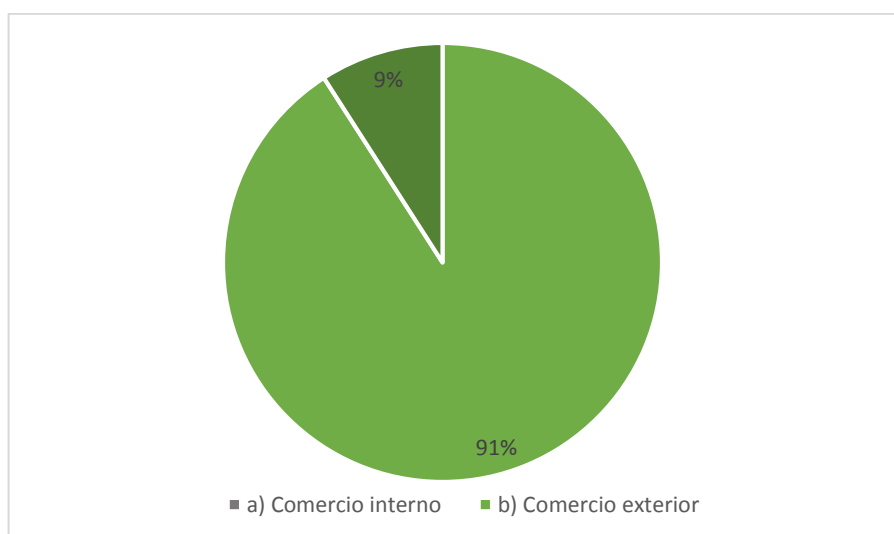


Figura 5: Actividad principal de la empresa

Análisis:

Solamente el 9% de las empresas encuestadas se dedican al comercio exterior; debido a que se puede notar claramente que son pocas las empresas que se enfocan a estas actividades, ya que no tienen suficiente apoyo por parte de la municipalidad y como consecuencia carecen de una visión internacional.

Pregunta 3: ¿Si su respuesta anterior fue comercio exterior la actividad es de importación o exportación?

Tabla 6, Actividades de importación y exportación

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Importación	7	30%
b) Exportación	16	70%
Total	23	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

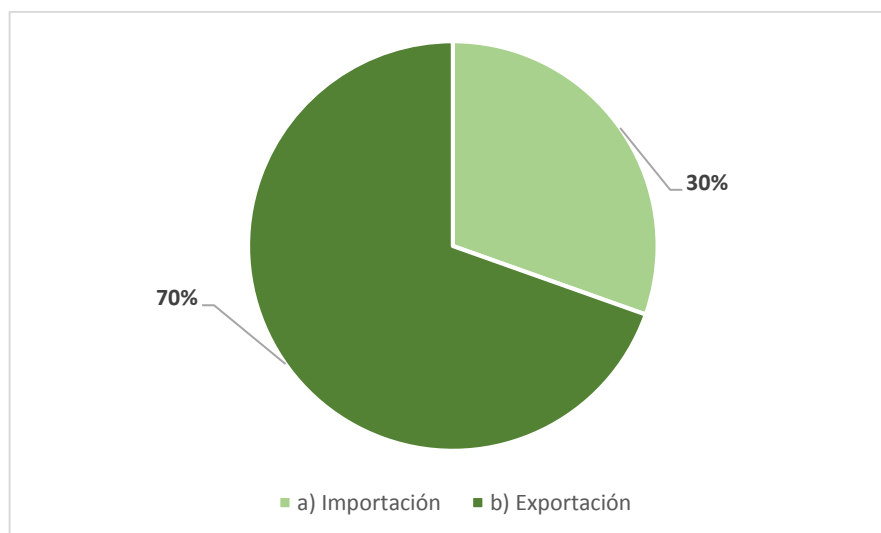


Figura 6: Actividades de importación y exportación

Análisis:

Tomando en cuenta que existe un porcentaje bajo en relación con el comercio internacional en la ciudad de Otavalo, el 70% se dedica a exportar debido a que el comercio en el mercado local se encuentra saturado, 16 empresas son las que se dedican a esta actividad; sus exportaciones dependen de la demanda y temporada en el mercado internacional, lo cual conlleva que se realicen una o dos exportaciones al mes.

Pregunta 4: Dentro de la escala de 1 a 5, donde 1 es muy poco, 2 es poco, 3 es regular, 4 es bueno y 5 es muy bueno. ¿Cómo considera usted su nivel de conocimientos sobre Exportación o Importación?

Tabla 7: Nivel de conocimientos sobre importación y exportación

Opciones	Respuestas	Porcentajes
1 Muy poco	170	65%
2 Poco	67	25%
3 Regular	18	7%
4 Bueno	8	3%
5 Muy bueno	4	1%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

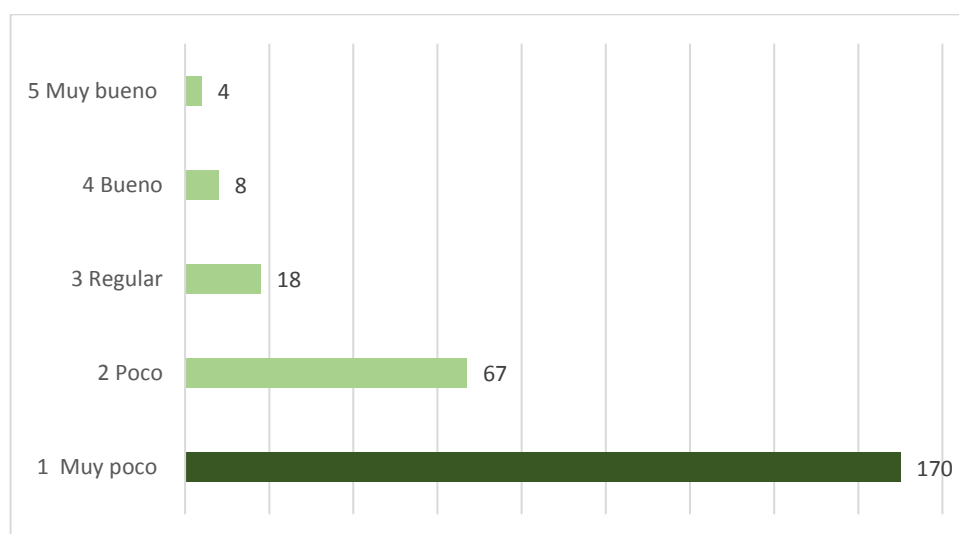


Figura 7, Nivel de conocimientos de importación y exportación

Análisis:

Entre las 267 encuestas 170 respondieron que su nivel de conocimiento de exportaciones e importaciones es muy poco, lo cual, se analiza que por este motivo el municipio se debería enfocar en actividades de asesoría para el sector; ya que es necesario la retroalimentación en temas de comercio exterior, para que las empresas tengan una idea de cómo iniciar con un procedimiento para una exportación e importación.

Pregunta 5: ¿Ha participado en ferias Internacionales?

Tabla 8: Participación en ferias internacionales

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Permanentemente	0	0%
b) Frecuentemente	0	0%
c) Ocasionalmente	2	1%
d) Raramente	1	0%
e) Nunca	265	99%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

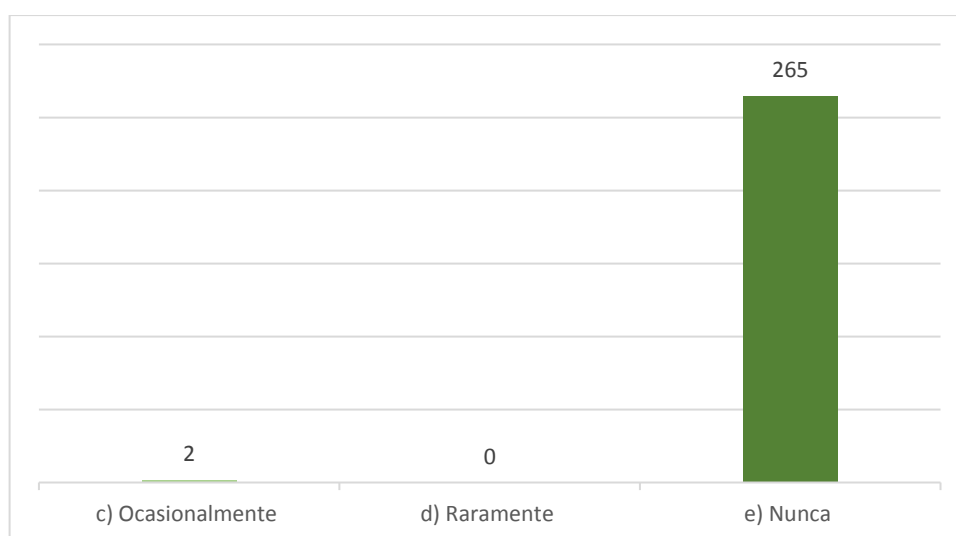


Figura 8: Participación en ferias internacionales

Análisis:

Las 267 empresas encuestadas manifestaron que no han participado en ferias internacionales, por falta de intervención entre las autoridades y el sector productivo, por lo que; por lo que es un punto débil en el que se debería enfocar para poder fortalecer esta actividad y se convierta en un servicio, de esta manera tener participación de parte de las empresas públicas, privadas y la municipalidad.

Pregunta 6: Tomando en cuenta la pregunta anterior, a continuación, especifique cuáles;

Tabla 9: Lugares recorridos ferias internacionales

Opciones	Respuestas	Porcentaje
México	1	50%
Panamá	1	50%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

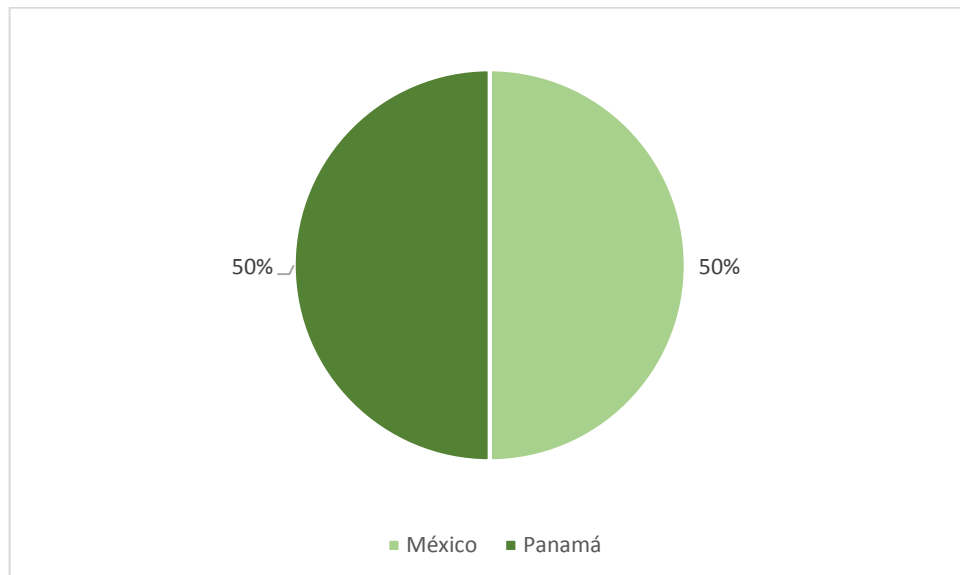


Figura 9: Lugares recorridos ferias internacionales

Análisis:

Solamente 2 de los encuestados han señalado que han participado en ferias internacionales, cabe recalcar que no han tenido apoyo de alguna entidad y/o autoridades. Las ferias internacionales en las que las empresas han acudido se han dado lugar en el país de México y Panamá, ya que una de sus ventajas es el fácil acceso. Es importante que los empresarios, productores puedan asistir a este tipo de actividades alrededor del mundo para poder realizar negocios y así tener mayores niveles de crecimiento en comercio.

Pregunta 7: ¿Estaría interesado/a que el GADMO brinde servicios de capacitación y/o asesorías que lo ayuden a un mejor proceso en cuanto a comercio exterior?

Tabla 10: Interés que el GADMO brinde servicios y capacitaciones en comercio exterior

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Totalmente de acuerdo	186	70%
b) De acuerdo	66	25%
c) Indiferente	11	4%
d) En desacuerdo	2	1%
e) Totalmente en desacuerdo	2	1%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

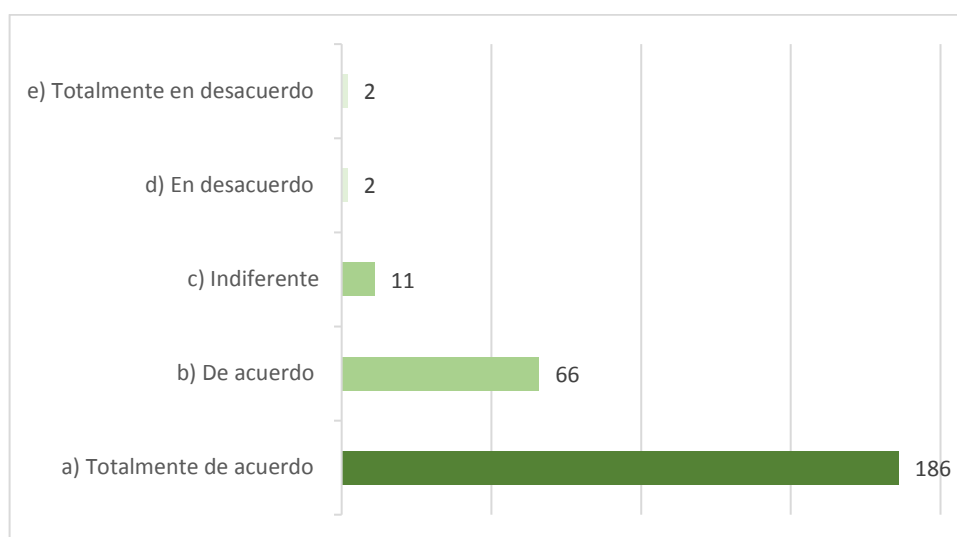


Figura 10: Interés que el GADMO brinde servicios y capacitaciones en comercio exterior

Análisis:

De las empresas encuestadas, 186 empresas encuestadas están totalmente de acuerdo en que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo (GADMO) brinde servicios y capacitaciones en comercio exterior. La población otavaleña requiere de estos servicios; debido a que, la mayor parte del cantón realizan actividades de comercio en la su vida cotidiana, es importante que la municipalidad ayude al sector productivo a ser más competitivo tanto a nivel nacional como internacional.

Pregunta 8: ¿Indique cuál es el factor por el cual decide contratar un servicio?

Tabla 11: Factores para decidir contratar un servicio

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Calidad en el servicio y cumplimiento	38	14%
b) Empresa actual y moderna	17	6%
c) Atención oportuna	28	10%
d) Confianza y honorabilidad	21	8%

e) Bajo precio	154	58%
f) Todas	9	3%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

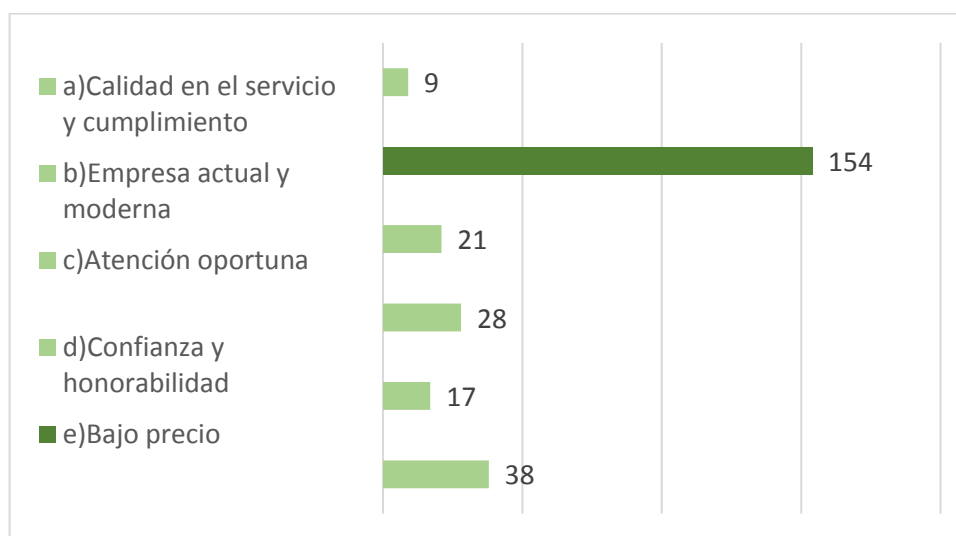


Figura 11, Factores para decidir contratar un servicio

Análisis:

En la mayoría de las empresas encuestadas solamente 9 de ellas deciden contratar un servicio de calidad que tengan compromiso y cumplimiento como factor principal; en su gran mayoría, prefieren que sean empresas actuales y modernas.

Pregunta 9: ¿Cuál es el medio principal que usted cree que, se debería utilizar para realizar los trámites de documentación respectivos para una Exportación?

Tabla 12: Medio principal para realizar trámites de exportaciones

Opciones	Respuestas	Porcentajes
1) Medios electrónicos	0	0%
a) Internet	81	31%
b) Correo electrónico	53	20%

c) Teléfono	43	17%
d) Fax	53	20%
2) Medios físicos	0	0%
a) Documentación	30	12%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

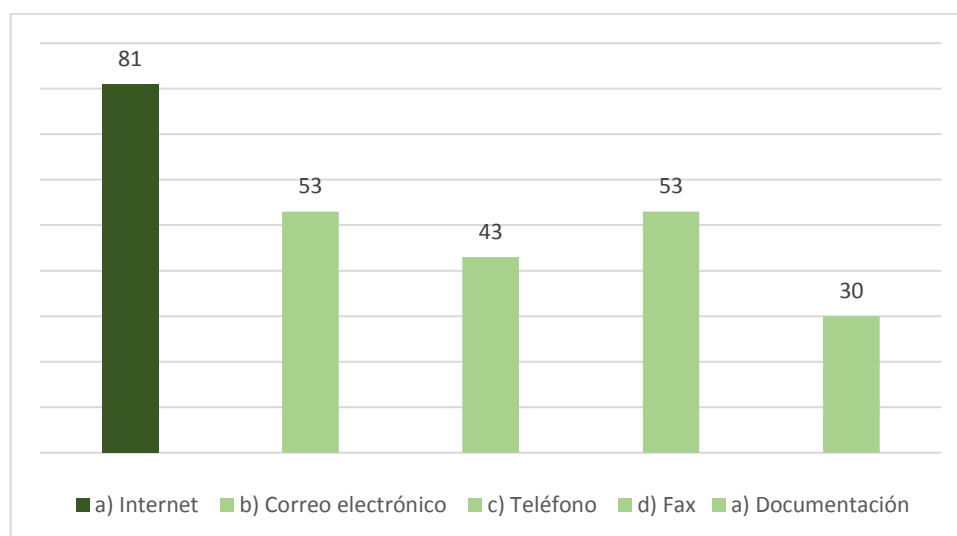


Figura 12, Medio principal para realizar trámites de exportaciones

Análisis:

A pesar que la mayoría de los encuestados mencionan que prefieren como medio principal para el manejo de documentación de comercio exterior es el Internet, por el fácil acceso y agilidad de los empresarios, 30 de los encuestados optan por medios físicos; ya que la mayor parte de los productores son personas que no manejan un computador por lo que desconocen los procesos vía internet.

Pregunta 10: ¿Conoce usted cuáles son las instituciones a las que se debe recurrir para pedir información sobre asesoría en comercio internacional?

Tabla 13: Instituciones para recurrir a pedir información sobre comercio internacional

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Ministerio de Comercio Exterior (COMEX)	4	1%
b) ProEcuador	13	5%
c) Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)	2	1%
d) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	6	2%
e) Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP)	0	0%
f) Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Otavalo (GADMO)	0	0%
g) Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (Unaimco)	8	3%
h) Desconoce	234	88%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

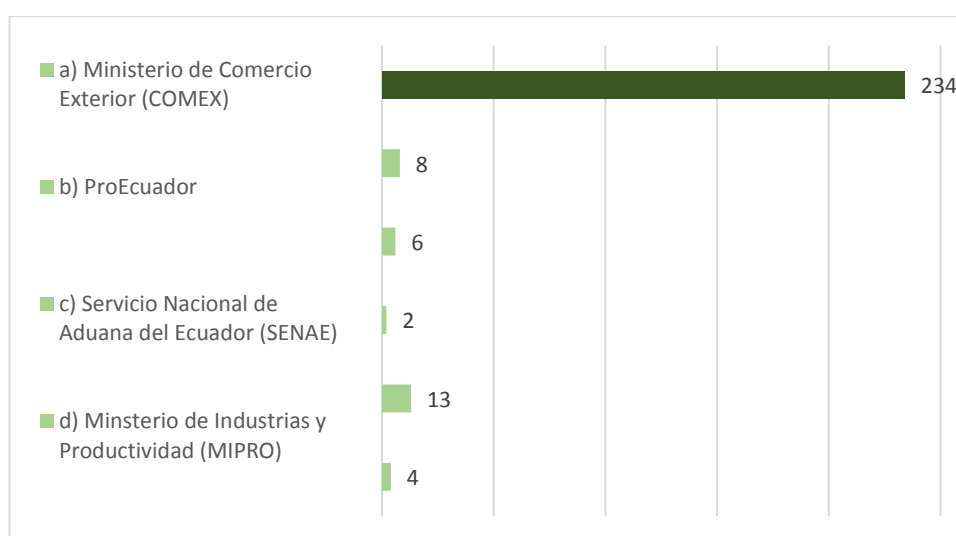


Figura 13, Instituciones para recurrir a pedir información sobre comercio internacional

Análisis:

Se ha determinado que 234 de los encuestados desconocen las entidades a donde pueden recurrir para pedir información sobre comercio internacional; los empresarios no han mostrado interés en el tema, hace falta publicidad por parte de las autoridades competentes, por lo que, la población necesita orientación para adquirir conocimientos sobre todas las entidades gubernamentales existentes donde pueden asesorarse y tener una idea de que se trata cada uno, es preciso manifestar que es necesario una guía para recurrir a todos ellos.

Pregunta 11: ¿Qué servicios se debería implementar en la ciudad para fortalecer el comercio tanto nacional e internacional?

Tabla 14: Servicios que se debe implementar en la ciudad para fortalecer el comercio

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Capacitaciones	78	28%
b) Talleres	36	13%
c) Punto de Información	67	24%
d) Negociaciones	23	8%
e) Convenios con entidades relacionadas al comercio exterior	15	5%
f) Ferias Internacionales	35	13%
g) Todas las anteriores	23	8%
Total	277	100%

Fuente: Investigación de campo

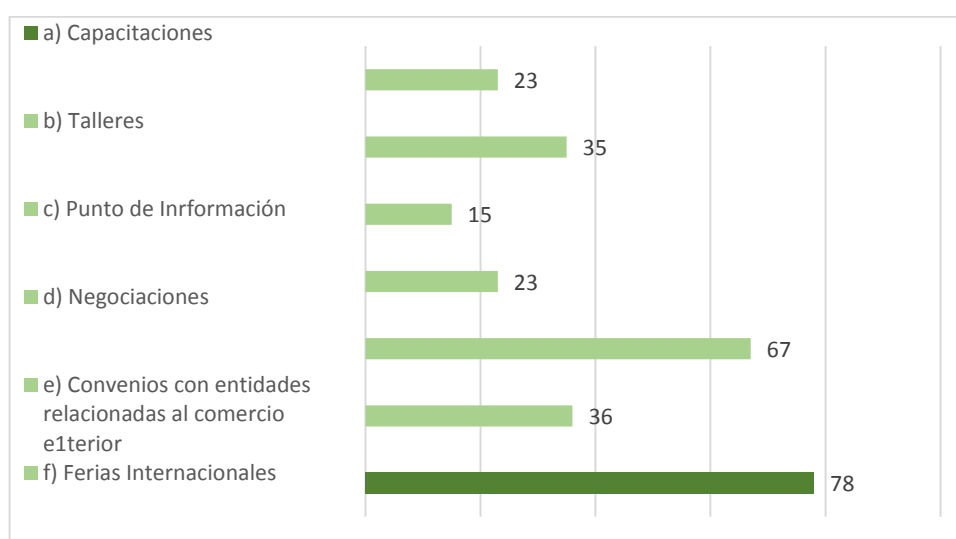


Figura 14: Servicios que se debe implementar en la ciudad para fortalecer el comercio

Análisis:

Al momento de encuestar a los empresarios, se observó que es necesario que en la ciudad de Otavalo implementen servicios para fortalecer el comercio ya sea interno o externo; de hecho 67 de los encuestados manifestaron que es indispensable un punto de información donde puedan asesorarse o recibir asesoría sobre comercio exterior.

Pregunta 12: ¿Considera usted qué al momento de adicionar un valor agregado a su producto, este encarecería?

Tabla 15: Adicionar un valor agregado al producto se encarece

Opciones	Respuestas	Porcentajes
Mucho	73	27%
Bastante	71	27%
Poco	72	27%
Nada	51	19%
Total	267	100%

Fuente: Encuesta a productores del cantón Otavalo

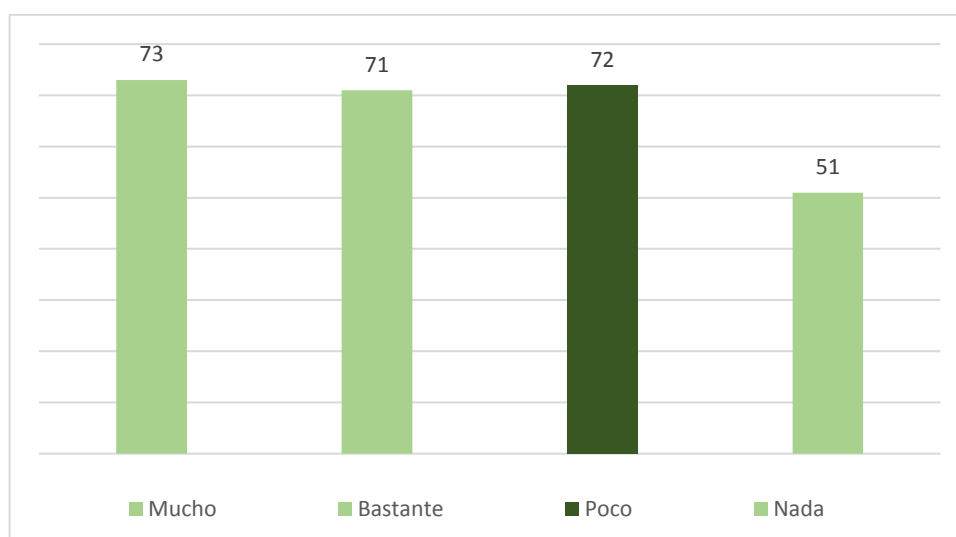


Figura 15: Adicionar un valor agregado al producto se encarece

Análisis:

De los 72 encuestados manifiestan que el adicionar un valor agregado encarecería el precio un poco ya que ellos se rigen al tipo de cliente y temporada; debido a la afluencia de turísticas en la ciudad. Además, manejan el costo por la dificultad de elaboración y mano de obra, es importante hacer referencia este punto; por que al momento de exportar se incrementan insumos de acuerdo a las normas de ingreso a mercados internacionales los productos tendrían otro valor.

Pregunta 13: Tomando en cuenta la pregunta anterior, ¿Qué factores tomaría en cuenta para aplicar el precio?, A continuación, especifique;

Tabla 16: Factores para aplicar el precio

Opciones	Respuestas	Porcentajes
Tiempo	30	10%
Mano de obra	20	7%
Calidad	40	14%
Dificultad	8	3%
Tipo de producto	20	7%

Insumos	70	24%
Extranjeros	37	13%
Por mayor y menor	4	1%
Proveedores	7	2%
Cliente	28	10%
Temporada	18	6%
Cantidad	5	2%
Total	287	100%

Fuente: Investigación de campo

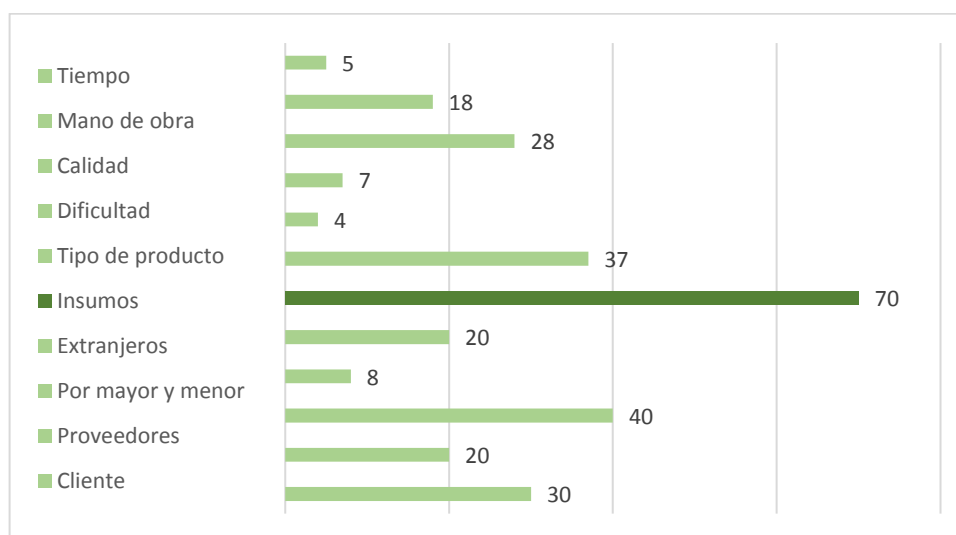


Figura 16: Factores para aplicar el precio

Análisis:

Los empresarios se rigen en varios factores para aplicar el precio, entre los 267 encuestados 70 mencionan que el factor más relevante son los insumos, la calidad de materiales con los que son elaborados sus mercancías y/o productos; ya que si es de buena calidad el cliente pagará el precio que este establecido, en caso que sea para exportación las mercancías serán clasificadas.

2.6.3 Encuestas dirigidas a las Agencias de Carga Internacional del cantón Otavalo.

Pregunta 1: ¿Qué tipos de servicios ofrece su agencia?

Tabla 17: Servicios agencias

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Embalaje	8	19%
b) Control de Peso	7	17%
c) Inspección de mercancía	2	5%
d) Consolidación de carga	3	7%
e) Almacenamiento	7	17%
f) Registro de Importador//Exportador/Clave-Ecuapass	5	12%
g) Transporte desde y hacia cualquier parte dentro del país	6	14%
h) Otros, a continuación, especifique;	0	0%
H1) DAE	1	2%
H2) Manejo de carga peligrosa	2	5%
H3) Premisos previos	1	2%
Total	42	100%

Fuente: Investigación de campo

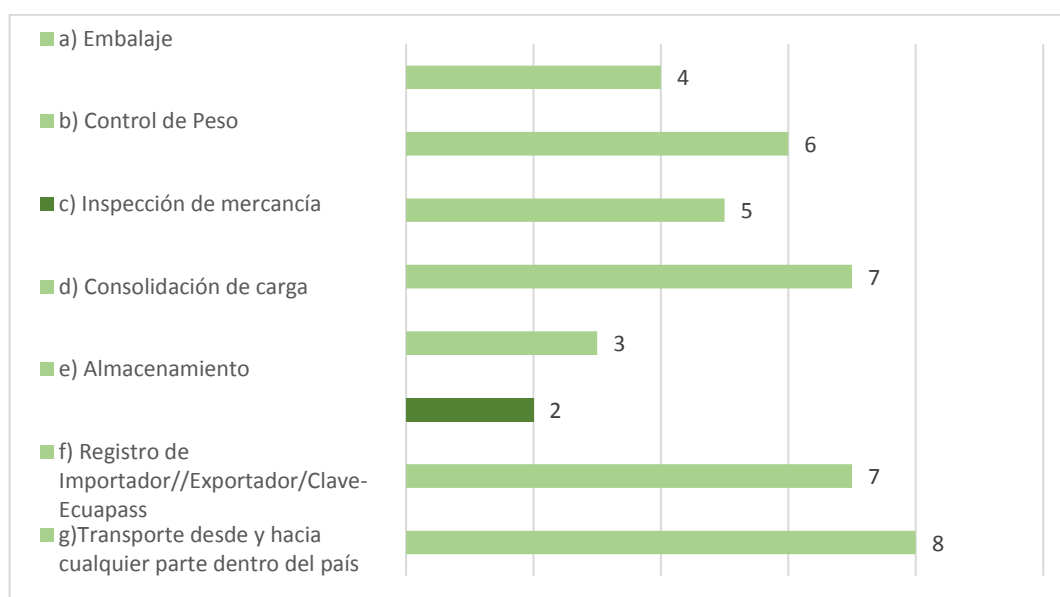


Figura 12: Servicios agencias

Análisis:

Entre las 8 agencias de carga internacional de la ciudad de Otavalo todas ofrecen servicios de logística como embalaje, control de peso y almacenamiento; ya que todas las agencias necesitan realizar dichas actividades para continuar con el procedimiento de exportación e importación, dependiendo de ello toman en cuenta para fijar el precio a su servicio.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de mercancías y/o productos son las más enviadas (exportadas) por los otavaleños?

Tabla 18, Mercancías más exportadas

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Productos orgánicos	1	5%
b) Textiles (sacos, gorras, bufandas, pijamas, pantalones rayados, entre otros)	6	29%
c) Artesanías	7	33%

d) Bisutería (tagua, plata, madera)	5	24%
e) Otros, a continuación, especifique;	2	10%
Total	21	100%

Fuente: Investigación de campo

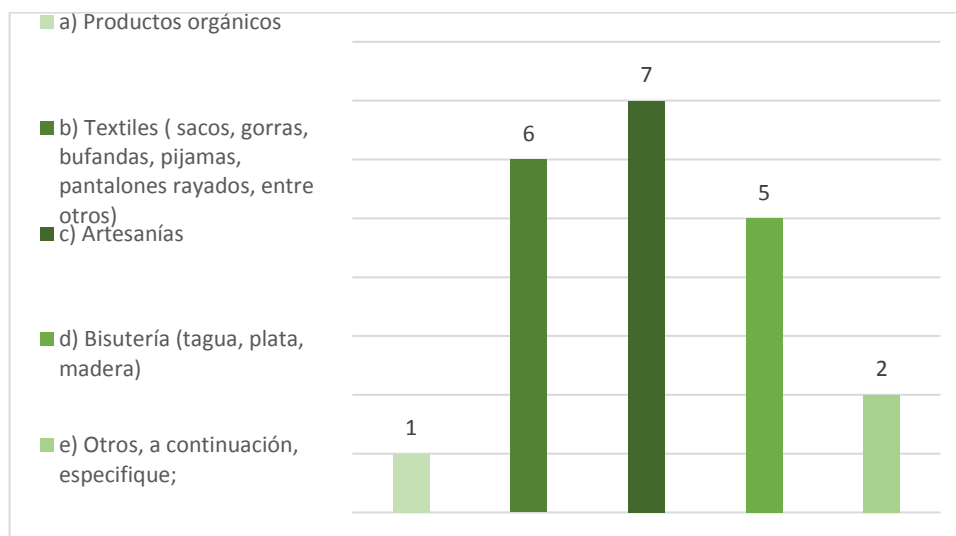


Figura 13, Mercancías más exportadas

Análisis:

Según las encuestas a las agencias de carga internacional 7 de 8 manifestaron que las mercancías más exportadas por los otavaleños son las artesanías en general, productos elaborados con materia prima nacional y mano de obra de la localidad; factores importantes que atraen a las personas extranjeras para adquirir y visitar la ciudad.

Pregunta 2.1: ¿A qué País?

Tabla 19, País exportador

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) México	2	7%
b) Estados Unidos	6	22%
c) España	5	19%

d) Panamá	7	26%
e) Canadá	3	11%
f) Holanda	1	4%
g) Otros, a continuación, especifique;	3	11%
Total	27	100%

Fuente: Investigación de campo

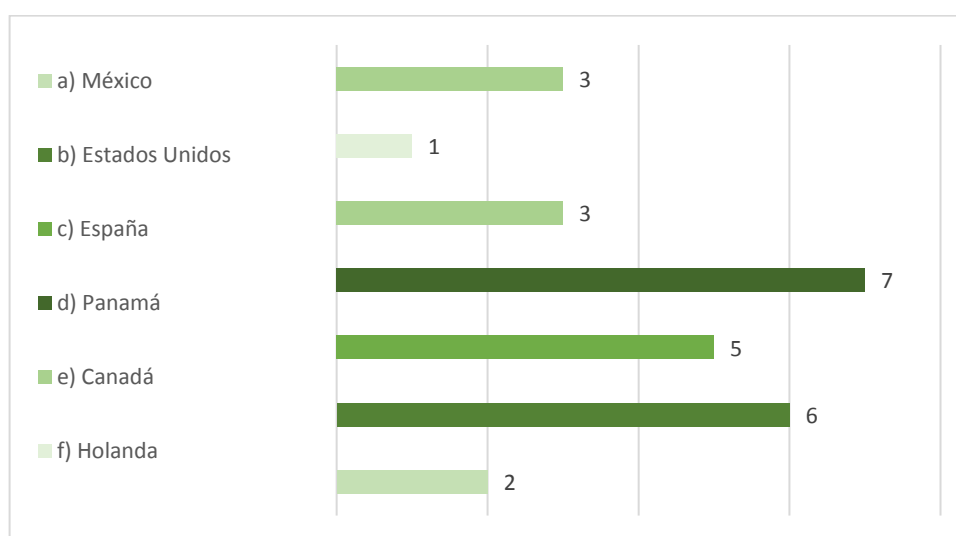


Figura 14, País exportador

Análisis:

Las mercancías que son exportadas a diferentes partes el mundo entre la mayor parte de ellas es enviado a Panamá; debido a su fácil acceso al mercado, con el acuerdo regional de apertura de mercados en favor a Ecuador se puede ingresar con ciertos productos sin dificultad o a su vez como un país intermediario para llegar a otros países.

Pregunta 2.2: ¿A qué régimen se rigen?

Tabla 20: Régimen que se rigen las agencias

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Importación Temporal	0	0%
b) Perfeccionamiento Activo	0	0%
c) Exportaciones a consumo	5	63%
d) Otros, a continuación, especifique;	3	38%
Total	8	100%

Fuente: Investigación de campo

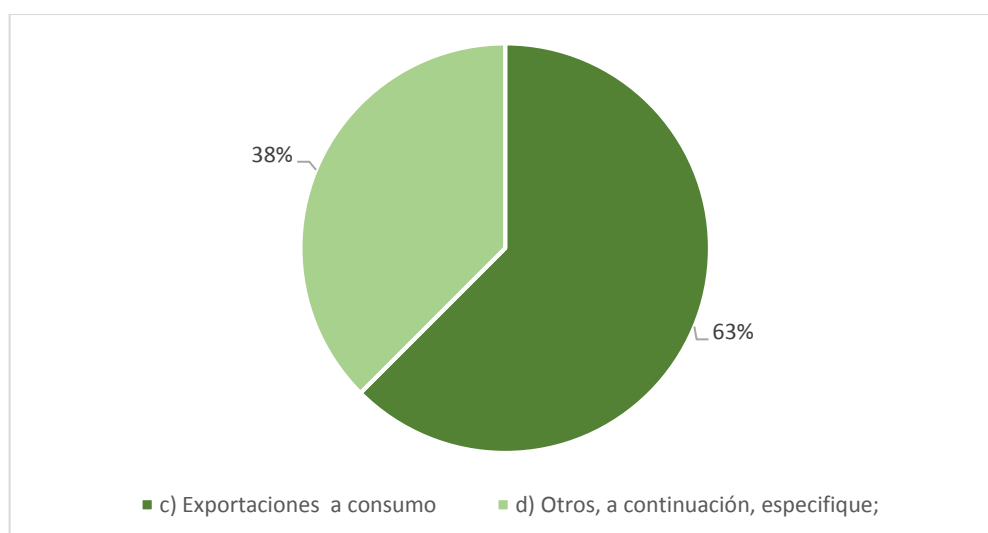


Figura 15: Régimen que se rigen de las agencias

Análisis:

El régimen al que se rigen las agencias para las actividades comerciales el 38% manejan el régimen 10 Importación a consumo, la mayoría de ellas utilizan una sola modalidad ya que son exportaciones constantes, trabajan con clientes específicos por lo que conocen los procedimientos.

Pregunta 3: Tomando en cuenta la anterior pregunta. ¿Qué tipo de documentos realiza la Agencia previo a una exportación para dichas mercancías?

Tabla 21, documentos que realiza una agencia previa a una exportación

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Documentación aduanera	7	29%
b) Certificado de Origen	3	2%
c) Lista de empaque	8	25%
d) Licencias de exportación e importación	4	13%
e) Pólizas de seguro	4	13%
f) Conocimiento de embarque	4	13
g) Otros, a continuación, especifique;	2	13%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de campo

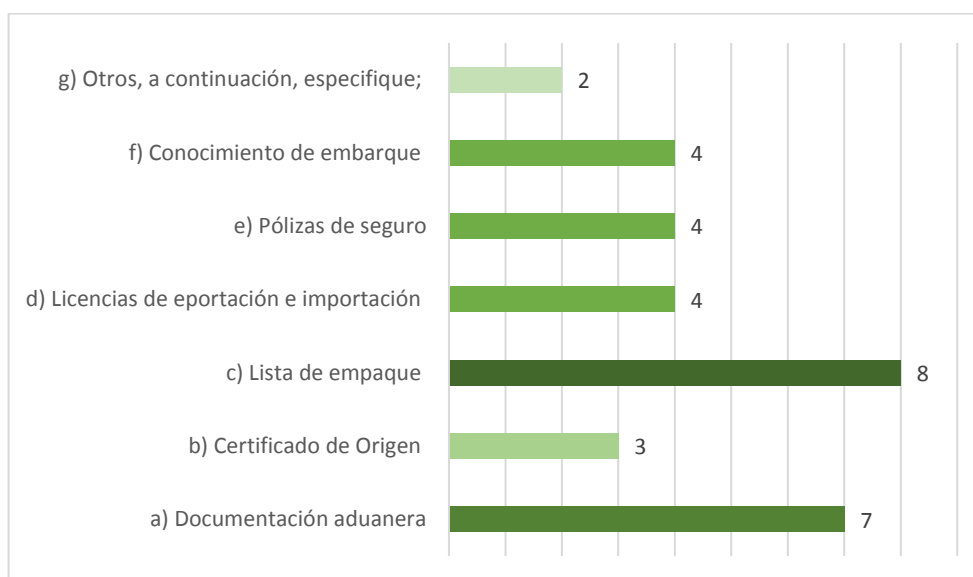


Figura 16, Documentos que realiza una agencia previa a una exportación

Análisis:

Solamente 2 agencias de carga internacional realizan certificaciones MIPRO, facturas de exportación, facturas destino, conocimiento de embarque; debido a que no todas las agencias tienen facilidades de realizar dichos trámites, ya que para ello se debería contratar a una persona especializada en el área para poder obtener certificaciones de Mipro, ProEcuador dependiendo el producto a exportar. Debe ser importante que se realicen este tipo de trámites ya que los empresarios no poseen conocimientos del procedimiento de una exportación o importación.

Pregunta 4: Dentro del siguiente rango; ¿Qué tiempo dura el proceso desde la recepción del cliente hasta la entrega de despacho?

Tabla 22, Tiempo de duración del proceso de una agencia

Opciones	Respuestas	Porcentajes
De 1 a 2 días	5	63%
De 2 a 3 días	1	13%
De 3 a 5 días	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Investigación de campo

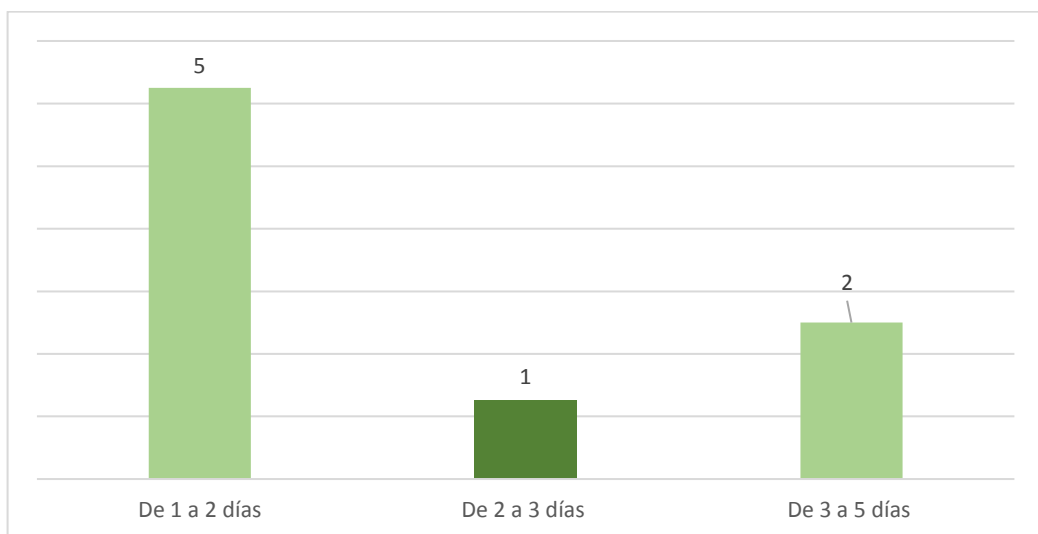


Figura 17, Tiempo de duración del proceso de una agencia

Análisis:

El tiempo que se demora una agencia de carga internacional para el proceso de sus actividades de comercio es de 1 a 2 días, todo depende de cómo el cliente necesite que se realice el envío, el destino y como se haya tramitado el procedimiento; es necesario que se tenga un tiempo mínimo para realizar cualquier tipo de actividad de comercio ya que facilitará las operaciones tanto para el vendedor como comprador.

Pregunta 5: ¿Cuál es el Incoterms que más utiliza la Agencia?

Tabla 23, Incoterms que utiliza las agencias

Opciones	Respuestas	Porcentajes
EXW	0	0%
FCA	1	7%
FAS	0	0%
FOB	4	27%
CFR	3	20%
CPT	6	40%
CIF	1	7%
CIP	0	0%
DAT	0	0%
DAP	0	0%
DDP	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Investigación de campo

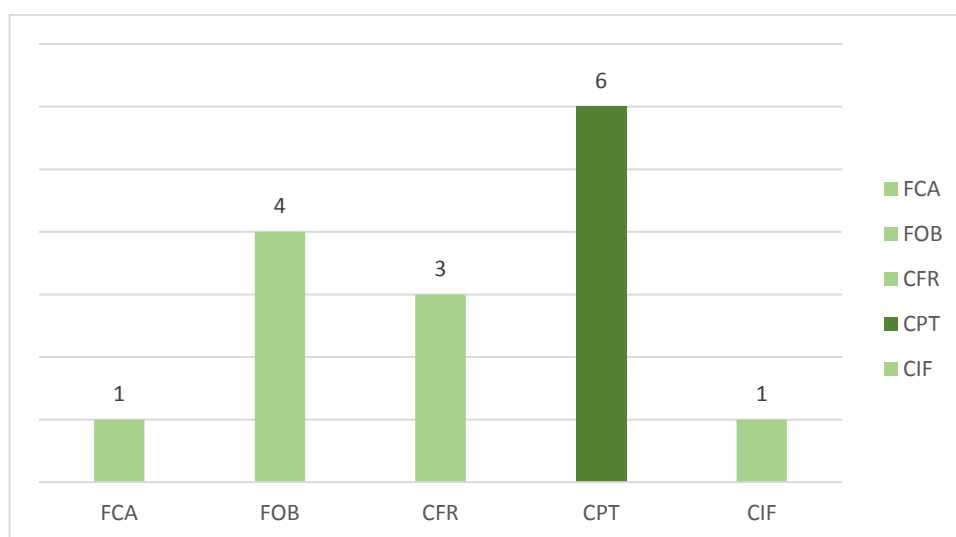


Figura 18, Incoterms que utilizan las agencias

Análisis:

Entre las 8 agencias de carga internacional 6 utilizan el incoterm CPT el cual el vendedor realiza la entrega y transmite el riesgo cuando pone la mercancía a disposición del transportista que designa, el vendedor paga los costos del transporte y debe realizar los trámites aduaneros, la coordinación del embarque de la mercancía por los distintos medios de transporte desde el país de origen hasta el país de destino final.

Pregunta 6: ¿Dependiendo qué factores se rige para cotizar un envío?

Tabla 24, Factores para cotizar un envío

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Tipo de producto a exportar	5	13%
b) Peso del producto	7	18%
c) Volumen del producto	6	15%
d) Valor del producto y del embarque	3	8%
e) Punto de origen y punto de destino	5	13%
f) Tipo de empaque y embalaje	4	10%

g) Requerimiento del usuario (rapidez, disponibilidad, accesibilidad)	3	8%
h) Cadena logística	2	5%
i) Normativa aduanera	2	5%
j) Otros, a continuación, especifique;	2	5%
Total	39	100%

Fuente: Investigación de campo

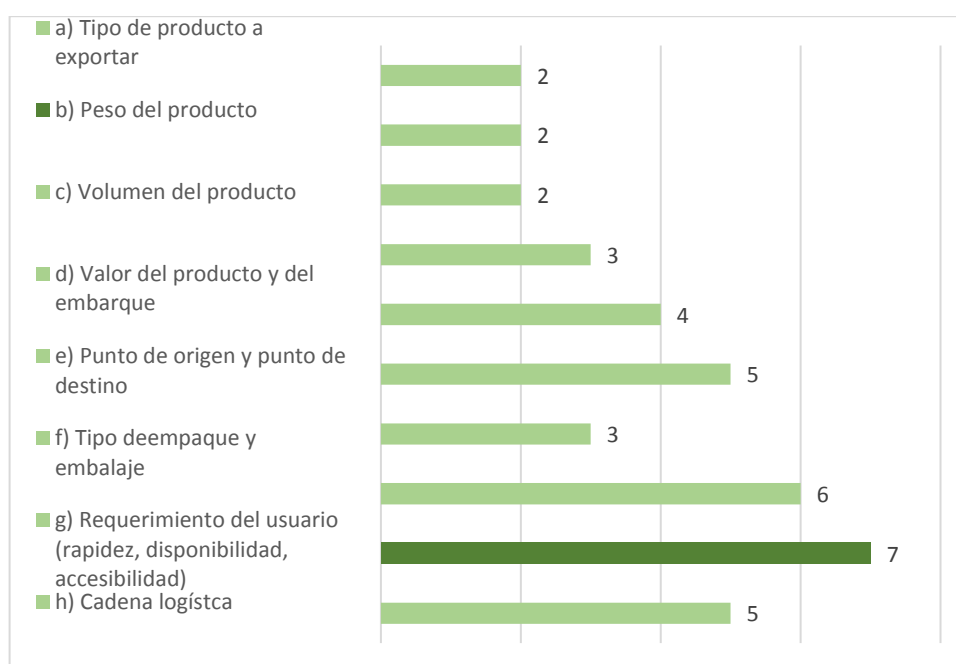


Figura 19, Factores para cotizar un envío

Análisis:

Según las agencias de carga internacional encuestadas 7 se rigen en el peso y volumen del producto, de ello depende para elevar o disminuir el precio, Las agencias tienen un precio base el cual varía según las condiciones de las mercancías, cada una de ellas determinan el precio según su criterio.

Pregunta 7: ¿Cuál es el valor agregado que brinda a sus clientes como Agencia de Carga Internacional?

Tabla 25: Valor agregado de las agencias

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Servicios de Aduanas	3	19%
b) Emisión de pólizas de seguro	1	6%
c) Asesoría y atención al cliente	5	31%
d) Descuentos en fechas especiales	5	31%
e) Otros, a continuación, especifique;	2	13%
Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo

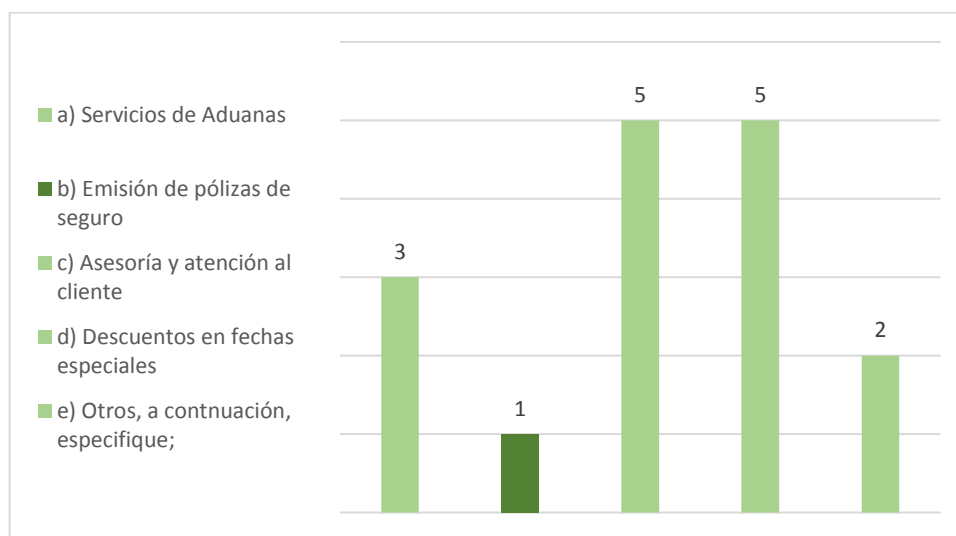


Figura 20, Valor agregado de las agencias

Análisis:

Analizando las encuestas aplicadas 1 de 8 agencias realiza la emisión de pólizas como un servicio adicional a sus clientes, se pudo analizar que no todos los clientes requieren este servicio por el costo y el tiempo de la tramitación; ya que este servicio ofrece las aerolíneas o el comprador se hace responsable si existiera algún percance en el transcurso del embarque hasta el punto de destino según la negociación.

Pregunta 8: Dentro del siguiente rango; ¿Cuál es el valor o precio que se paga por los servicios prestados en su Agencia de Carga Internacional?

Tabla 26: Precio o valor que se paga por los servicios de las agencias

Opciones	Respuestas	Porcentaje
De 50 a 150	4	50%
De 150 a 300	3	38%
De 300 en adelante	0	0%
Otros valores, especifique	1	13%
Total	8	100%

Fuente: Investigación de campo

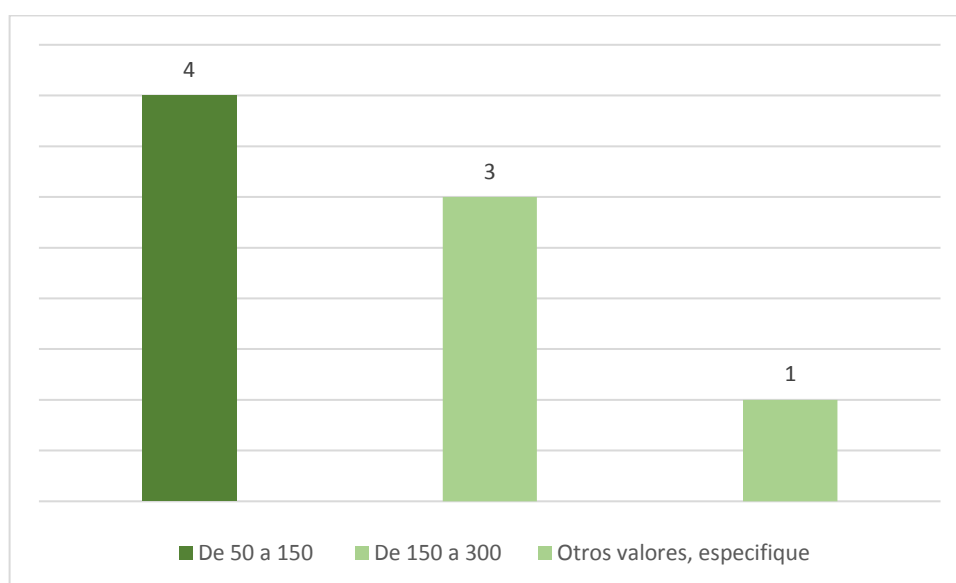


Figura 21: precio o valor que se paga por los servicios de las agencias

Análisis:

Según las agencias que se encuestaron 4 de ellas mencionaron que oscilan entre 50 a 150 USD, dependiendo de la tarifa de cada agencia y como considere aplicar el precio en sus servicios; el porcentaje de diferencia es mínimo en relación entre las 8 agencias.

Pregunta 9: ¿Cuáles son los riesgos que pueden ocurrir como Agencia de Carga Internacional?

Tabla 27 riesgos que pueden ocurrir en las agencias

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Incumplimiento de pago	6	30%
b) Daños o pérdidas	6	30%
c) Robos	2	10%
d) Riesgos políticos-sociales	0	0%
e) Accidentes de tránsito	1	5%
f) Otros, a continuación, especifique;	5	25%
Total	20	100%

Fuente: Investigación de campo

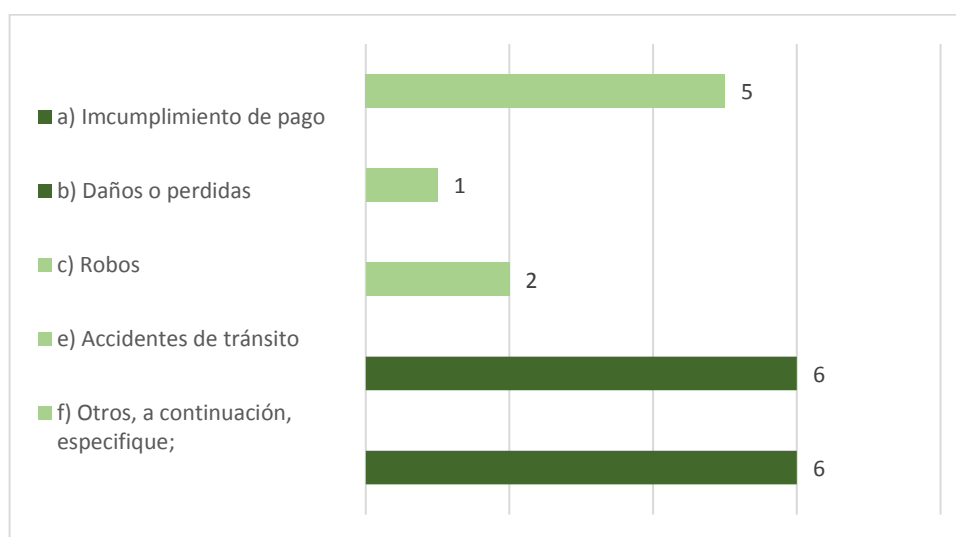


Figura 22: Riesgos que pueden incurrir en las agencias

Análisis:

Los riesgos que se puede presentar en una agencia de carga internacional son varios entre los cuales 6 agencias manifestaron que los más recurrentes son daños o pérdidas de las mercancías, el incumplimiento de pago por parte de los clientes ya que brindan su servicio a cambio de un valor monetario; por ello será importante que el municipio brinde servicios de comercio exterior como ayuda a la población.

Pregunta 10: ¿Con cuáles aerolíneas trabaja su Agencia de Carga Internacional?

Tabla 28, Aerolíneas que trabaja las agencias

Opciones	Respuestas	Porcentajes
a) Avianca	6	14%
b) American Airlines	5	11%
c) Copa Aitrlines	8	18%
d) Delta	3	7%
e) Latam	4	9%
f) Aero Gal	2	5%
g) Lan Cargo	3	7%
h) Tame	3	7%
i) Tampa Cargo	4	9%
j) Atlas Air	3	7%
k) Otros, a continuación, especifique;	3	7%
Total	44	100%

Fuente: Investigación de campo

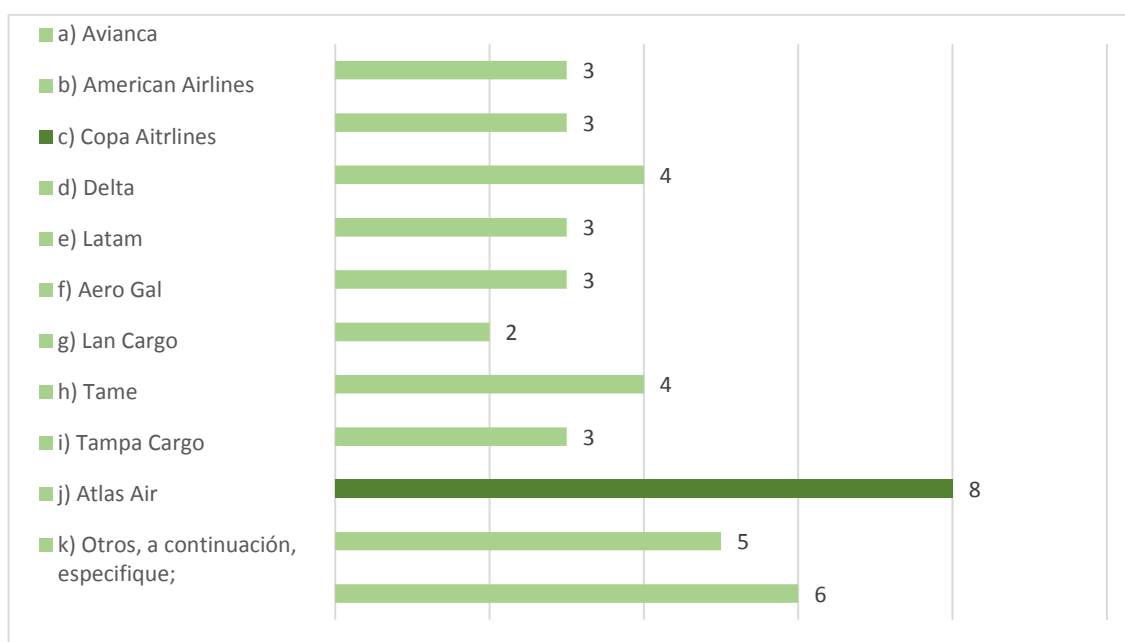


Figura 23, Aerolíneas que trabajan las agencias

Análisis:

Las aerolíneas que trabajan con las agencias en la ciudad de Otavalo son las 8 agencias que utilizan Copa Aitrlines, por su tarifa en los precios de embarque, la frecuencia de vuelos, la asistencia especial en cada vuelo y al tener el servicio de copa cargo.

2.7 Información secundaria

Se ha considerado como información secundaria a aquellas que contienen datos, investigaciones o hechos que implican generalización, análisis e interpretación de un estudio ya realizado.

Por lo tanto, se ha tomado como parte de información secundaria a las estadísticas de evolución de la existencia de Agencias de carga Internacional en la ciudad de Otavalo, desde el año 2011 con proyección al año 2018, a continuación se incluyó una ilustración donde se detalla la diferencia del número de agencias, tomando como referencias datos de la

(Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Otavalo, 2012):

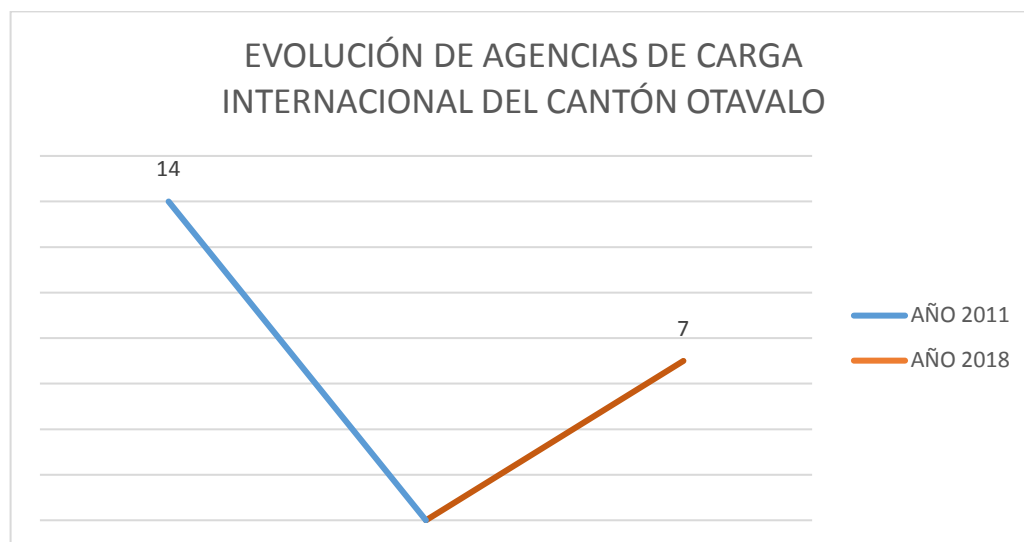


Ilustración 1, Evolución de Agencias de carga Internacional Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Otavalo, 2012), la presente ilustración es adaptada en base a la información de encuestas realizadas.

Dichas agencias comerciales son aquellas personas jurídicas o físicas las cuales se dedican a realizar operaciones en comercio internacional a cambio de un valor monetario, son profesionales independientes que organizan su actividad de una forma autónoma. Las agencias de carga son muy utilizadas por aquellas personas que realizan actividades comerciales quienes desean introducirse en mercados internacionales.

A pesar que la ciudad de Otavalo es un cantón con altos índices de comercialización, las agencias de carga internacional han ido desapareciendo en los últimos 7 años; debido a la alta competencia en operaciones comerciales y barreras de ingreso a mercados internacionales.

2.8 Demanda Insatisfecha

Según Andía Valencia (2011), en su artículo de Guía para la elaboración de proyectos menciona que en términos de demanda insatisfecha lo que engloba son los siguientes conceptos:

Demanda no atendida: es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubriría una porción o la totalidad de la brecha identificada.

Demanda atendida: es aquella donde se brinda el servicio en totalidad del mercado, pero satisface en forma parcial la necesidad identificada, por lo que también esto representa una demanda insatisfecha, por lo tanto, se deberá brindar un nuevo servicio que pueda incorporarse a los requerimientos. (pág. 4)

Entonces la demanda insatisfecha es aquella que incluye la demanda no atendida y la demanda atendida en su combinación, es decir, lo que se requiere es (demanda) y que se satisfaciendo es la (oferta) es igual a demanda insatisfecha.

Las agencias de carga internacional atienden en un promedio de 60 personas al mes, esto sumando por las 8 agencias situadas en la ciudad de Otavalo, una estimación de 480 personas que buscan los servicios. Actualmente en la ciudad existe una demanda insatisfecha en relación en servicio técnico, por lo que el centro brindara apoyo logístico, asistencia técnica y capacitación sobre temas en comercio exterior, recalando que los servicios son totalmente gratuitos.

2.9 Análisis PEST

Según Martín (2017), PESTE, PESTEL (también conocido como PESTLE) es un instrumento que facilita a la investigación que ayuda a las compañías a definir su entorno,

analizando una serie de factores cuyas iniciales son la que le dan el nombre. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos” (...).

El presente análisis se ha aplicado para determinar la situación actual de las pymes y mipymes, tanto en sus aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos a través de un estudio sectorial en función a las necesidades de comercio, por lo que, se ha considerado para la recopilación de datos instrumentos de información primaria, se incluye en la investigación el análisis del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo como entidad que respaldaría el proyecto:

2.9.1 Político:

Aspectos Positivos:

- Será el primer centro de Asesoría en temas de Comercio Exterior, con el respaldo de la municipalidad, formando parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo.
- Actualmente existe la predisposición por parte de las autoridades políticas de la municipalidad para la implementación y funcionamiento del centro de comercio exterior.
- Actualmente existe una necesidad de la población que requiere del servicio de asesoría en comercio exterior. Esto podría facilitar que se incluya en los planes de campaña de los candidatos para la alcaldía.

Aspectos Negativos:

- Al momento de las elecciones surja un cambio en la orientación política, sea por el cambio de alcalde y unas de sus políticas sea priorizar otro sector y dejen de lado el sector productivo.

- Retraso en el tiempo para la implementación del centro por parte de autoridades políticas en el actual momento, y lo realicen a último momento, únicamente por cumplir con uno de los objetivos.

Análisis Político

Pese a la certidumbre en cuanto a la continuación política que se va a tomar a partir del año 2019 debido a las elecciones próximas, el hecho de que el centro de comercio exterior pase a formar parte del organigrama de la municipalidad directamente, se puede decir que como un factor político es factible que garantice un respaldo para su ejecución, ya que a beneficiará al municipio al poder ampliar sus servicios en beneficio por y para los ciudadanos.

2.9.2 Económico:

Aspectos Positivos:

- Finalmente se van a optimizar los recursos de los pequeños exportadores del cantón Otavalo, contribuyendo al crecimiento económico de la ciudad e incluso del país, dado que al ser la municipalidad un organismo sin fines de lucro, al ser una entidad pública, los servicios que se ofrecerán no tendrán un valor monetario.
- Hoy en día el municipio cuenta con el espacio físico disponible para la implementación del centro de asesoría de comercio exterior, lo cual se reducirán gastos excesivos en cuanto a la infraestructura.
- Actualmente existe la predisposición y la voluntad por parte de las autoridades municipales en destinar presupuesto específico para la implementación, funcionamiento, personal y equipamiento del centro de asesoría de comercio exterior.

Aspectos Negativos:

- Puede presentarse a futuro que en los siguientes años de la implementación del centro puede haber recortes presupuestarios que limiten al accionar los servicios que ofrecería el centro de comercio exterior del municipio hacia las pymes y/o mipymes.
- Los recursos económicos que serán destinados para el centro de asesoría de comercio exterior por parte del Municipio podrían ser excluidos del presupuesto anual para ejecución de proyectos, por lo que, se verá la necesidad de buscar apoyo económico a varias instituciones gubernamentales.
- No poder contar con la asistencia técnica por parte de los organismos gubernamentales, lo cual el centro no podría ofrecer todos los servicios que se espera, uno de ellos es la limitación al acceso a ferias internacionales.

Análisis Económico

Con la implementación del centro de asesoría de comercio exterior, las pymes y mipymes podrán optimizar sus recursos económicos y tener la facilidad de acceso a los servicios que brinda la municipalidad.

Por otra parte, al disponer de un espacio físico para la implementación del centro, se reducirá los costos de infraestructura, de esta manera se tendrá que realizar gastos enfocados para el personal y las adecuaciones respectivas para el funcionamiento.

Es importante obtener la ayuda de los organismos gubernamentales ya que con su apoyo permitirá la reducción de costos para los usuarios tanto en documentación, tiempo, movilización y dinero como tal.

2.9.3 Social:

Aspectos Positivos:

- El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo abrirá un nuevo espacio al público con la implementación del centro de asesoría en comercio exterior, para un mejor desarrollo de la población; con el cual las pymes, mipymes, productores, comerciantes podrán realizar actividades comerciales, expandir su producción e incrementar sus ventas e ingresos, de esta manera puedan mejorar la calidad de vida de sus familia satisfaciendo necesidades tanto materiales, físicas, sociales y de desarrollo.
- El hecho que el municipio implemente un centro de asesoría en temas de comercio exterior, se necesitará personal (recursos humanos), por lo tanto se generará ofertas laborales dando oportunidad de crecimiento a profesionales del cantón.
- Estudiantes de la carrera de comercio exterior podrán brindar su aporte social y académico poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en clase, mediante la asesoría a los productores, artesanos, micro, pequeñas y medianas empresas que se dediquen al comercio.
- El centro de asesoría se podrá expandir y llegar a los sectores rurales para que conozcan los servicios que el GADMO, brindará en beneficio de todos los otavaleños específicamente en temas de comercio exterior.
- Se generarán ofertas de trabajo para el personal interno que tengan conocimientos en temas de comercio internacional, negocios para el buen funcionamiento del centro.
- Las pymes y/o mipymes podrán contar con asesoría en temas de comercio internacional y ampliar su visión internacional hacia mercados extranjeros para que empiecen a dar sus primeros pasos para exportar.

- En la actualidad existen mecanismos que están vigentes para el fomento de las exportaciones como los siguientes programas: Exporta fácil, capacitaciones de ProEcuador, los beneficios del Servicio de Rentas Internas en cuanto a la devolución del IVA a los exportadores y los usuarios podrán acceder a estipo de servicios y a su vez muchas de las actividades que estarán incluidas con los servicios que ofrecerá el GADMO como: asesoría en comercio exterior, capacitaciones, talleres para un mejor desarrollo.

Aspectos Negativos:

- El personal del centro de asesoría en comercio exterior no logre direccionar correctamente los requerimientos o necesidades de los usuarios del centro; principalmente en cuanto a su desarrollo económico comercial y genere desconfianza.
- Captación de usuarios obstruida por falta de confianza que puede generar el centro de asesoría de comercio exterior, en base a que anteriormente ya ha habido incumplimientos en capacitaciones por parte de la municipalidad.
- Que no se tenga claro el alcance que tenga el centro, y solo considere el sector urbano del cantón Otavalo y deje de lado los sectores aledaños de la parte rural.

Análisis Social

Con la implementación del centro de asesoría en comercio exterior, las pymes y mipymes tendrán la posibilidad de expandirse a mercados internacionales e incrementar su producción, de esta manera podrán mejorar la calidad de vida de sus familias en diferentes aspectos tanto materiales, sociales, educativos como fundamental, a su vez el centro podrá contar con la por parte de estudiantes de la carrera de comercio exterior de diferentes instituciones educativas poniendo en práctica los conocimientos adquiridos impartidas en clase, cabe recalcar que con la implementación del centro se generará ofertas de trabajo

dando oportunidades de crecimiento a profesionales relacionados en temas comerciales los cuales formarán parte del funcionamiento del centro.

Sin embargo, es importante considerar que puede haber riesgos, sobre todo que puede generarse resistencia por parte de la población para acceder a los beneficios que ofrecerá el centro de asesoría en comercio exterior.

2.9.4 Tecnológico:

Aspectos Positivos:

- Se podrá implementar herramientas tecnológicas (software, programas, aplicaciones, en línea) con la finalidad de tener un mejor desarrollo de capacitación de los usuarios.
- Se podría implementar a más de las capacitaciones, asesoría, talleres que el centro ofrecerá, un simulador de ventanilla única donde se capacite a los productores en todos los procesos de una exportación y se vea como una exportación real.

Aspectos Negativos:

- Analfabetismo tecnológico de la población otavaleña, especialmente del sector rural; debido al estilo de vida que ellos poseen, personas que se dedican a la agricultura, ganadería y no tiene un enfoque tecnológico.
- Mal uso de los dispositivos electrónicos por parte del personal; utilizando para otros fines diferentes a las que el centro de asesoría.

Análisis Tecnológico

Al ser un centro actual y novedoso, se ve la necesidad de implementar herramientas tecnológicas para facilitar el servicio utilizando equipos especializados que sean amigables para el usuario optimizando tiempos y recursos, el centro se ocupará de ver la manera de estar al alcance de toda las personas o usuarios del centro para un mejor desarrollo y capacitación de las pymes y mipymes.

El centro de comercio exterior implementará un simulador de ventanilla única donde los usuarios podrán recibir información y podrán capacitarse de una manera dinámica dando un mejor servicio a los usuarios.

3. CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Introducción

Con base al estudio realizado de la situación actual de las mipymes, productores, artesanos, agencias de carga internacional, se resume que; en la actualidad no existe un centro especializado en temas de comercio exterior, tanto por parte pública como privada que permita a los: productores, artesanos, empresarios, pymes y mipymes iniciar con procesos de internacionalización.

Hoy por hoy existe la necesidad que se les capacite en temas de comercio internacional y de esta manera poder expandirse, ya que el mercado local se encuentra saturado. El actual entorno económico internacional se caracteriza por su dinamismo y requiere que las empresas posean una visión internacional para que desarrollen las exportaciones ecuatorianas, sería una estrategia clave ya que por medio de estas se generarán trabajo y comercialización de las pymes y mipymes, al exportar el excedente de producción.

Existe la predisposición por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo, para la creación del centro de asesoría tanto en espacio físico como presupuesto para las diferentes adecuaciones que se deba realizar para el funcionamiento.

A la vez el centro generará ofertas de trabajo para la conformación, desarrollo y ejecución, es por ello que el cantón tendrá la oportunidad de que la población se desarrolle tanto profesionalmente como personal, e incluso se brindará la oportunidad de que estudiantes de carreras a fines comerciales puedan impartir sus conocimientos y aportar al desarrollo del centro como tal.

Por lo expuesto anteriormente, mediante el desarrollo del proyecto se pretende crear un centro de asesoría en comercio exterior para las mipymes del cantón Otavalo por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, tomando en cuenta que este proyecto estará enmarcado dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, de acuerdo al Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad, acorde con el objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, y de esta manera reactivar la industria nacional, fomentando al cambio de la matriz productiva del país. (Consejo Nacional de Planificación , 2017, pág. 80).

3.2 PROPUESTA

La finalidad de la propuesta es lograr que los artesanos, productores, dueños de Pymes y Mipymes del cantón Otavalo logren abrirse hacia mercados internacionales, adquieran conocimientos de todos los procedimientos desde un inicio hasta la finalización de una exportación, se creará nuevos sistemas operativos didácticos, capacitaciones con tecnología que puedan tener acceso a dispositivos electrónicos, donde el usuario pueda acudir y poder satisfacer sus necesidades.

Unos de los objetivos principales es la optimización de los costos de los empresarios, ya se le ayudará con asesoría para un mejor desarrollo de su actividad. Así mismo se determinará la inversión que se destinará para la implementación del centro de comercio exterior que será parte del el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, el cual se destinará para la implementación del centro de asesoría de comercio exterior.

Finalmente es importante destacar que este proyecto se direcciona al desarrollo del cambio de la matriz productiva siendo una alternativa para el crecimiento de las pymes, mipymes quienes deseen tener una visión internacional, el poder diversificar la oferta productiva del cantón y del país en otros mercados alrededor del mundo, permitiendo el crecimiento de sus negocios, el poder contar y aprovechar los incentivos y apoyo que el Gobierno Nacional brinda al sector productivo y exportador.

En una segunda etapa se prevé implementar proyectos, con el objetivo que los pequeños productores puedan adquirir financiamiento para exportar a través de entidades financieras públicas como es BanEcuador, Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Central del Ecuador.

3.2.1 Antecedentes

De acuerdo a lo plasmado se pudo identificar la necesidad por parte de los productores, comerciantes, pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad de Otavalo con el objetivo de expandirse internacionalmente, ya que el mercado local se encuentra saturado debido a la alta competencia en sus productos, es por ello que se ha visto necesario la implementación de un nuevo servicio de asesoría en temas de comercio exterior.

Un aspecto importante que se debe considerar es que, desconocen los procedimientos, documentación de actividades comerciales, negociaciones, contratos de compra y venta, operaciones aduaneras como son: revisiones de requisitos y documentación, beneficios que se obtiene al importar o exportar como son los tributarios que pueden acceder las pymes, mipymes, por lo que requiere de operaciones técnicas para solventar todas las necesidades que los empresarios y productores necesiten, con la finalidad de aprovechar la producción del cantón y logren acceder los beneficios que el Gobierno Nacional brinda exportadores.

De esta manera se llegará a presentar un nuevo servicio que se distinga de la competencia, es decir, el centro de asesoría de comercio exterior se basará en los aspectos de capacitaciones, talleres, ferias internaciones, asesorías a las Pymes y Mipymes partiendo

de lo que ya existe dando un valor agregado al servicio. Unos de los puntos relevantes es el permanecer en contacto con entidades gubernamentales para el apoyo técnico al centro.

3.2.2 Perfil de la Institución

3.2.2.1 Datos generales del gobierno autónomo descentralizado de Otavalo (GAD)

A continuación, se detalla los datos más relevantes del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo

Tabla 29, Información general del GAD Otavalo

NOMBRE DEL GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo
FECHA DE CREACIÓN DEL CANTÓN	25 de junio de 1824
POBLACIÓN TOTAL AL 2014	115 725 habitantes ,(INEC)
NOMBRE ALCALDE ACTUAL	Ab, Gustavo Pareja Cisneros
EXTENSIÓN	490,225 km ²
LÍMITES	<p>Norte: Cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra</p> <p>Sur: Cantón Pedro Moncayo y Distrito Metropolitano de Quito.</p> <p>Este: Cantones Ibarra y Cayambe</p> <p>Oeste: Cantón Cotacachi</p>
ALTITUD MEDIA	2, 500 m

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

3.2.2.2 Visión del Cantón Otavalo al 2030

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo se ha enfocado en un desarrollo sostenible en beneficio de la población, es por ello que se ha plasmado una visión:

“Otavalo se consolidará para el 2030 en un cantón turístico, productivo intercultural, de encuentro social, participativo, solidario e inclusivo en base a las capacidades y potencialidades territoriales. Será un dinamizador económico en función de su vocación y comercio con identidad; contará con un sistema vial, tránsito y transporte que garantice la plena movilidad de su población; la identidad y la diversidad cultural serán la base de la convivencia y desarrollo social. Mantendrán una relación armónica con la naturaleza aprovechando de manera sustentable los recursos naturales, así como un desarrollo equilibrado entre el área urbana, rural y de conservación. Contará con un Gobierno municipal desconcentrado, transparente, altamente eficiente con calidad y calidez que garantice una adecuada cobertura de servicios público derechos ciudadanos y amplia participación en la toma de decisiones conjuntamente con los actores territoriales. Todos los esfuerzos que se hagan en el cantón estarán encaminados a mejorar la calidad d vida, ejercicio pleno de derechos y el logro de los objetivos del Buen Vivir”.

3.2.3 Organigrama estructural del GAD Otavalo

EL Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo tiene la siguiente representación gráfica estructural:

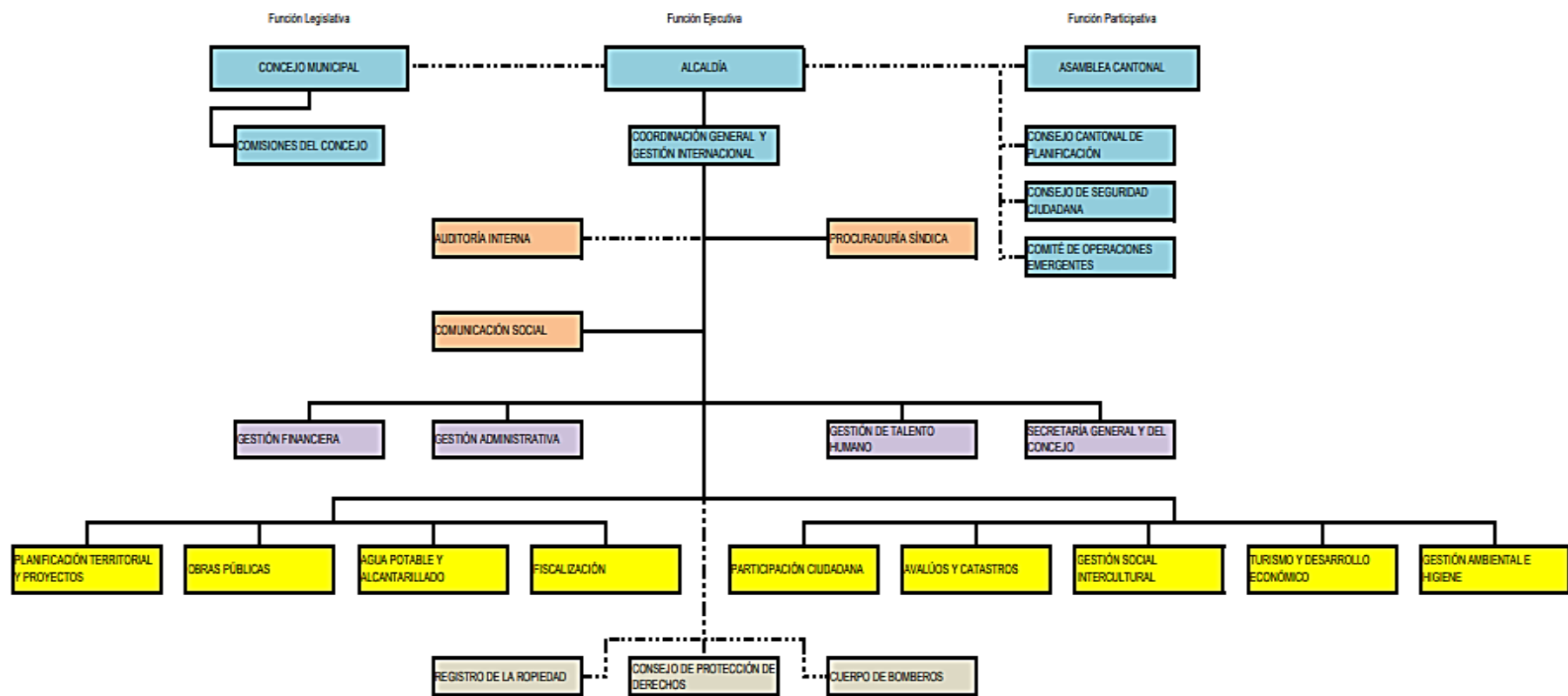


Figura 24: Organigrama Estructural del GAD Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

El organigrama del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo (GAD OTAVALO) está compuesto de la siguiente forma:

- **Áreas Gobernantes:** procesos responsables de emitir políticas, directrices y planes estratégicos.

DEPARTAMENTO	RESPONSABLE
Función Legislativa: Comisiones de Consejo	Alcalde (sa)
Función Ejecutiva: Coordinación General y Gestión Internacional	Alcalde (sa)
Función Participativa: Consejo Cantonal de Planificación, Consejo de Seguridad Ciudadana, Comisión de Operaciones Emergentes	Alcalde (sa)

Figura 25: Departamentos Gobernantes del GAD Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

- **Áreas de Asesoría:** procesos responsables de brindar asesoría específica para solucionar problemas de la institución.

DEPARTAMENTO	RESPONSABLE
Auditoría Interna	Director(a) de Auditoría Interna
Procuraduría Síndica	Procurador(a) Síndico
Comunicación Social	Director(a) de Comunicación Social

Figura 26: Departamentos de Asesoría del GAD Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

- **Áreas de Apoyo:** procesos responsables de brindar apoyo de logística y administración.

DEPARTAMENTO	RESPONSABLE
Gestión Financiera	Director(a) Administrativo(a)
Gestión Administrativa	Director(a) Financiero(a)
Gestión de Talento Humano	Director(a) de Talento Humano
Secretaria General y del Concejo	Secretario(a) General

Figura 27: Departamentos de Apoyo del GAD Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

- **Áreas de Valor:** procesos responsables de la ejecución del portafolio de productos y/o servicios respondiendo a la misión de la institución, satisfaciendo las necesidades de los ciudadanos.

DEPARTAMENTO	RESPONSABLE
Planificación Territorial y Proyectos	Director(a) de Planificación Territorial y Proyectos
Obras Públicas	Director(a) de Obras Públicas
Agua Potable y Alcantarillado	Director(a) de Agua Potable y Alcantarillado
Fiscalización	Director(a) de Fiscalización
Participación Ciudadana	Director(a) de Participación ciudadana
Avalúos y Catastros	Director(a) de Avalúos y Catastros
Gestión Social Intercultural	Director(a) Social Intercultural

Turismo y Desarrollo Económico	Director(a) Turismo y Desarrollo Económico
Gestión Social e Higiene	Director(a) de Ambiente e Higiene

Figura 28: Departamentos de Valor del GAD Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

- **Áreas de Departamentos Desconcentrados:** procesos autónomos adscritos a la institución.

DEPARTAMENTO	RESPONSABLE
Registro de la Propiedad	Registrador(a) de la Propiedad
Consejo Protección de Derechos	Secretario General
Cuerpo de Bomberos	Comandante General del Cuerpo de Bomberos

Figura 29: Departamentos Desconcentrados del GAD Otavalo

Fuente: (Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura, 2015)

Un organigrama organizacional o estructural es la representación gráfica de cómo está formado una institución, áreas, departamentos o unidades administrativas, en las que se pueden mostrar las relaciones entre sí que tienen entre los miembros que lo componen.

3.2.2.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional puede ser determinada como distintas maneras en que puede ser o estar dividido el trabajo interno de la organización, para así tener una

organización entre todos los miembros en una misma orientación para alcanzar los logros y objetivos.

La estructura organizacional del Municipio de Otavalo, se alinea con la misión y visión institucional, con un enfoque con los procesos, productos y servicios, así como las competencias exclusivas establecidas en la Constitución de la República y funciones establecidas en el COOTAD, con el propósito de asegurarse su ordenamiento orgánico y brindar un servicio oportuno a la ciudadanía. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo, 2014)

3.3 Diseño de la Propuesta

En base al punto anterior, se ha podido analizar que la opción más determinante será que forme parte del Departamento de *Gestión de Turismo y Desarrollo Económico Local*, el cual, según el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Proceso, (2014) las funciones que comprenden son:

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Promover y coordinar la formulación de políticas, normas y regulaciones para el desarrollo turístico sostenible y fortalecimiento de la economía del cantón.
- Fomentar el ejercicio de actividades económicas que se desarrollen en la circunscripción y territorial cantonal.
- Formular, promover, gestionar, ejecutar y capacitar dentro del emprendimiento económico.
- Promover el desarrollo turístico y económico sostenible del cantón.

Adicionalmente también se detallan los sectores en los cuales se desempeñan según el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Proceso (2014):

TURISMO

- Información turística
- Licencias de funcionamiento

- Asistencia técnica turística
- Productos turísticos cantonales
- Campañas de seguridad turística
- Proyectos turísticos

PYMES Y ARTESANÍA

- Políticas, normas y regulaciones
- Planes, programas y proyectos de generación de empleo
- Proyectos de mejoramiento económico productivos
- Mecanismos de mejoramiento económico
- Talleres de capacitación
- Redes de comercialización
- Ventanilla Única Empresarial

MERCADOS

- Plan de mantenimiento de los mercados
- Aplicación de ordenanzas y reglamentos
- Control y mantenimiento de servicios básicos en los mercados
- Informe de pago de obligaciones de los comerciantes organizados

VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL

- Planificación anual de la ventanilla única empresarial
- Informes de cumplimiento del plan anual
- Eventos de capacitaciones
- Convenios interinstitucionales

Por lo tanto, el Centro de Asesoría de Comercio Exterior (COEX) formaría parte de la Dirección antes mencionadas antes mencionada con las siguientes funciones:

COMERCIO EXTERIOR:

- Capacitar a los usuarios en temas de comercio exterior
- Brindar asesoría técnica en comercio exterior (trámites, documentos, procesos de exportaciones e importaciones, simulador de ventanilla única para un mejor conocimiento de los usuarios)
- Desarrollar de planes de exportación.
- Apoyar a que los comerciantes puedan participar en ferias internacionales para promover sus productos.

Dado que es un proyecto para el desarrollo social del cantón Otavalo, se plantea las actividades con la finalidad de brindar un servicio en capacitaciones, asesorías técnicas en temas de comercio exterior para que conozcan de los distintos procesos que se aplican tanto en exportaciones e importaciones, la documentación y los tramites respectivos que se debe seguir

También el Centro de Asesoría en Comercio exterior se constituye como un canal para las pymes y mipymes las cuales puedan asistir a ferias internaciones a realizar negocios, hacer contactos y poder dar a conocer sus productos, ver opciones para diversificar su línea de productos, interactuar con los posibles clientes con quienes se podrán establecer una relación comercial; para que con ello internacionalmente puedan exportar e importar y aumentar su producción.

3.3.1 Área de influencia del Centro de Asesoría en Comercio Exterior

Todas las actividades que desarrollará el centro no solo estarán enfocadas a la población urbana de la ciudad de Otavalo, tienen un alcance cantonal por lo tanto se llegará a las comunidades con los servicios que el Centro de Asesoría en Comercio Exterior, brindará a la población donde se realizarán visitas itinerantes una vez a la semana en cada comunidad para las personas que no puedan dirigirse al Centro.

El personal del Centro realizará un sondeo de la situación actual y los requerimientos de las comunidades, por lo tanto, la Coordinador/a tendrá que vincular contactos con los dirigentes de las comunidades para la organización y planificación de fechas de los eventos.

Si es el caso de alguno de los comerciantes, productores, dueños de pymes y/o mipymes de las comunidades que tengan un proyecto se dará el seguimiento respectivo y poder ser un apoyo brindando asesorías y capacitaciones que el Centro brinda

3.4 Propuesta Administrativa

3.4.1 Perfil Centro de Asesoría de Comercio Exterior

3.4.1.1 Misión del Centro de Asesoría de Comercio Exterior

Ser la mejor alternativa en servicios de comercio exterior para los artesanos, productores, empresarios, mipymes del cantón Otavalo, que conlleven a la mejora continua de cada uno de ellos, para lograr una mayor competitividad en el mercado local e internacional.

3.4.1.2 Visión del Centro de Asesoría de Comercio Exterior

Constituirse para el año 2023 como el principal centro de asesoría en comercio exterior integrado, coordinado y especializado en servicios de comercio exterior sin costo, capaz de satisfacer de una forma eficaz las necesidades de los diferentes usuarios, que propicie el crecimiento del sector productivo del cantón Otavalo.

3.4.1.3 Principios

- **Compromiso con el servicio:** destacarse por la calidad de servicios que ofrece el centro para el usuario.
- **Bienestar del recurso humano:** velar por la seguridad, física y emocional al recurso humano, promover el crecimiento a través de la preparación para el desarrollo profesional y personal.
- **Medio ambiente:** mantener la preservación y mejora del medio ambiente.
- **Innovación:** mantener todos los equipos actualizados como la información que se maneje, para garantizar una continua productividad y competitividad en las operaciones.
- **Eficacia:** en todos los procesos realizados, enfocándose al objetivos principal, satisfaciendo las necesidades de los usuarios.

3.2.1.4 Servicios del Centro de Asesoría de Comercio Exterior

El centro de asesoría en Comercio Exterior brindará los siguientes servicios con valor cero:

Asistencia técnica
<ul style="list-style-type: none">• Organizar talleres y eventos de capacitación en temas relacionados en comercio exterior tales como;• Información sobre normativa de comercio exterior;
<ul style="list-style-type: none">• Promover y apoyar la actividad exportadora y la internacionalización de las mipymes;

<ul style="list-style-type: none"> • Difundir y brindar asesoría sobre los beneficios de los tratados internacionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar la participación de las pymes, mipymes, artesanos, productores en ferias y exposiciones comerciales que se realicen en otros países, para promover los productos tanto del cantón.

Capacitación
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar sobre nomenclatura;
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar Negociaciones comerciales internacionales;

Asesoría
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría para obtención de certificados, licencias para todo tipo de productos.
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en logística
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en envases y embalajes
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en tarifas y preferencias arancelarias
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en procedimientos aduaneros;

A continuación, se detalla los servicios que las agencias de carga internacional ofrecen en los dos aspectos que son:

Asesoría

Permisos previos

Certificado de Origen

Inspección de mercancía

Pólizas de seguro

Registro de Importador//Exportador/Clave-Ecuapass

Asistencia técnica

Consolidación de carga

Embalaje

Manejo de carga peligrosa

DAE

Control de peso

Licencias de exportación e importación

Los servicios antes mencionados se detallarán a continuación con un ejemplo de una exportación de 200 ponchos con destino a Madrid.

Tabla 30: Ejemplo de costos de una exportación

MODALIDAD DEL TRANSPORTE:	AERREO	VALOR DE MERCADERIA(USD)	
ORIGEN:	UIO	DESCRIPCION DE MERCADERIA:	ARTESANIAS
DESTINO:	MADRID		
TOTAL, KILOS:	200		
NUMERO CAJAS:	4		
TARIFA:	\$2,10		
VALOR FLETE:	\$420,00		
VALOR GUIA AEREA:	\$25,00		
TOTAL, FLETE:	\$445,00		

VALORES DE ORIGEN	TRAMITE DOCUMENTOS	\$200,00
	FACTURA DE EXPORTACION	\$120,00
	EMPAQUE	\$47,00
	125 IVA	\$44,04
	IMPUESTOS FACTURAS DE COMPRA	\$40,00
	TOTAL, VALORES EN ORIGEN:	\$451,04

TOTAL, APROXIMADO DE EXPORTACION	\$896,04
---	-----------------

TIEMPO DE TRANSITO:	3 DIAS
NOMBRE DE AEROLINEA:	IBERIA

Fuente: Agencia de carga Sadecom Cia. Ltda

Tomando como referencia del ejemplo anterior se propone que la oficina del centro en asesoría en comercio exterior, brinde los mismos servicios más los adicionales que se en lista a continuación con un costo cero, por lo tanto, para las mypimes, artesanos, productores, será un ahorro aproximado de 200 USD (dólares americanos):

Asistencia técnica	Organizar talleres y eventos de capacitación en temas relacionados en comercio exterior tales como; Información sobre normativa de comercio exterior;
	Promover y apoyar la actividad exportadora y la internacionalización de las mipymes;
	Difundir y brindar asesoría sobre los beneficios de los tratados internacionales.
	Organizar la participación de las pymes, mipymes, artesanos, productores en ferias y exposiciones comerciales que se realicen en otros países, para promover los productos tanto del cantón.
Capacitación	Capacitar sobre nomenclatura;
	Capacitar Negociaciones comerciales internacionales;
Asesoría	Asesoría para obtención de certificados, licencias para todo tipo de productos
	Asesoría en logística
	Asesoría en envases y embalajes
	Asesoría en tarifas y preferencia arancelarias
	Asesoría en procedimientos aduaneros

3.4.1.5 Organigrama Centro de Comercio Exterior

A continuación, se presenta un organigrama interno del Centro de Asesoría de Comercio Exterior en el cual se incluyen todas las áreas que conformarán este centro:

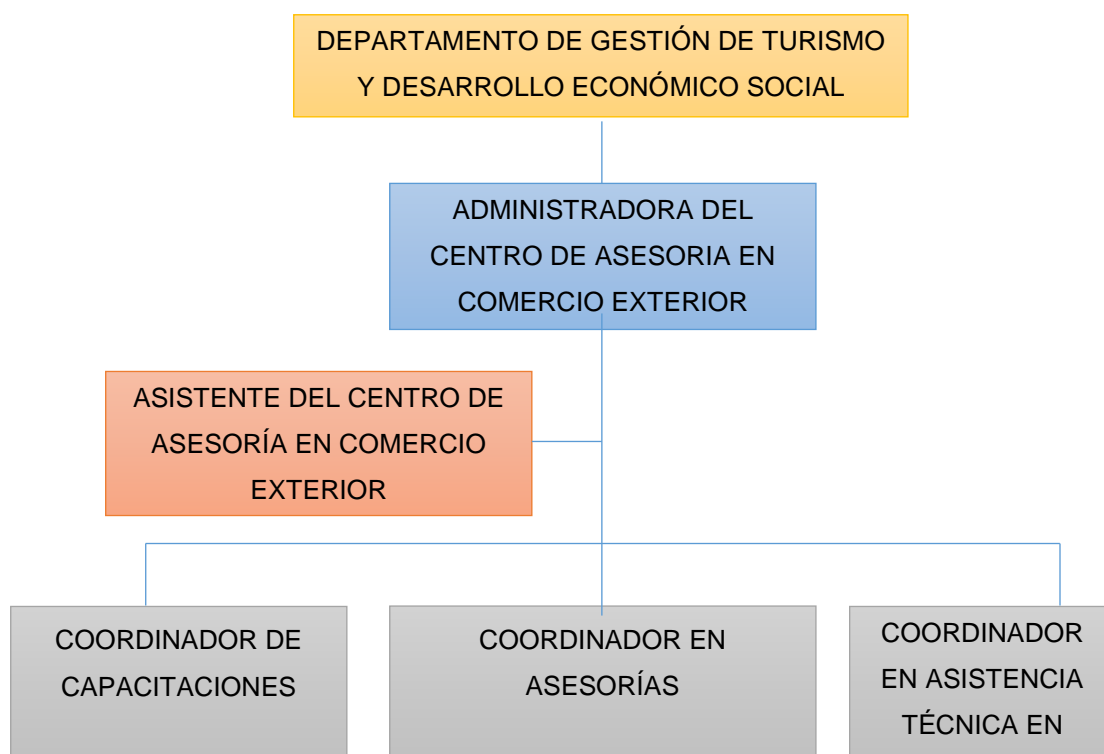


Figura 30: Organigrama del Centro de Asesoría en Comercio Exterior

Como se ha mencionado en puntos anteriores el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo, destinará una parte del presupuesto para la ejecución del centro, como es de conocimiento el proyecto entrará a formar parte de los nuevos proyectos para la nueva administración (2019-2024).

3.4.1.6 Localización

3.4.1.7 Macro-localización

El centro de Asesoría en Comercio Exterior, estará ubicado en la Provincia de Imbabura, cantón Otavalo.

3.4.1.8 Micro-localización

Lugar o zona exacta donde se instalará el centro, el cual se adaptará a las necesidades de los usuarios, quienes requieren de un sitio con fácil acceso, localizado en la Av. Juan de Albarracín y Luis Alberto de la Torre.



Figura 31: Localización centro



Fuente: Google Maps

Figura 32: Parte lateral centro



Fuente: Google Maps

3.5 Manual de Funciones

A continuación, se detalla todos los aspectos necesarios para el correcto funcionamiento administrativo organizacional del centro de asesoría e comercio exterior.

Centro de Comercio Exterior

Figura 33: Funciones Administradora del centro de Comercio Exterior

CARGO:	Administrador(a) del Centro de Asesoría en Comercio Exterior
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">○ Liderar la planificación, organización, dirección y control del centro.○ Desarrollar planes de trabajo a corto, mediano y largo plazo.○ Asignando tareas y objetivos individuales para cada una de las áreas del centro.○ Definir las necesidades del personal para el correcto funcionamiento del Centro.○ Seleccionar personal apto para ejercer las distintas actividades del centro y potencializando sus capacidades○ Interactuar con clientes y atender consultas que los responsables de las áreas no logren cubrir.○ Realizar visitas a empresarios, productores, comerciantes del

	<p>cantón, con la finalidad de conocer los requerimientos que necesiten tanto en capacitaciones, asesorías y proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ser la representante oficial del centro de asesoría en comercio exterior. ○ Realizar contactos con Organismos Gubernamentales relacionados en Comercio Exterior.
NIVEL DE ESTUDIOS	Ingeniería en Negocios Internacionales y Comercio Internacional.
CONOCIMIENTOS:	Comercio Exterior, negocios, prospección de mercados, análisis e interpretación de datos, clasificación arancelaria, manejo de personal.
CARACTERÍSTICAS	Responsabilidad, proactiva, una persona segura, buena comunicación.
INFORMA A:	Director(a) de Turismo y Desarrollo Económico
SUPERVISA A:	<p>Asistente del Centro de Comercio Exterior</p> <p>Coordinador del Área de Capacitaciones del Centro de Comercio Exterior.</p> <p>Coordinador de Área de Asistencia Técnica del centro de Comercio Exterior</p> <p>Coordinador del Área de Proyectos del Centro de Comercio Exterior.</p>

IDIOMA: Inglés Intermedio Kichwa básico	EDAD: 23 – 40 años
--	------------------------------

Asistente del Centro de Comercio Exterior

Figura 34: Funciones Asistente del centro de Comercio Exterior

CARGO:	Asistente del Centro de Comercio Exterior
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Responsable de archivar la documentación. ○ Tutelar el buen uso de los equipos y suministros de oficina. ○ Apoyar la gestión de la administradora de los coordinadores de capacitaciones, asesoría y proyectos. ○ Coordinar y agendar reuniones de negocios, entrevistas, citas, eventos corporativos. ○ Gestionar todas las llamadas, correos electrónicos y comunicaciones del centro. ○ Archivar y organizar documentos, tanto físicos como digitales. ○ Solicitar suministros y acordar el mantenimiento o reparación de los equipos de oficina. ○ Responsables de realizar las distintas convocatorias para las reuniones y de llevar las actas respectivas que se generen.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Procesar y registrar información mediante la actualización de bases de datos de capacitadores y usuarios, ○ Apoyar a las actividades encomendadas por la Administradora y responsables del área.
NIVEL DE ESTUDIOS:	Licenciada/o. Secretariado Ejecutivo Bilingüe
CONOCIMIENTOS:	Manejos de programas ofimáticos (texto, Hojas de cálculo, presentaciones) e interpretación de datos.
CARACTERÍSTICAS	<p>Excelentes habilidades de comunicación, vocación de servicio, orientación al cliente y proactividad.</p> <p>Capacidades administrativas (Procesar textos, utilizar hojas de cálculo y manejar bases de datos)</p>
INFORMA A:	Administradora del Centro de Asesoría en Comercio Exterior
IDIOMA: Inglés Básico Kichwa básico	EDAD: 23 – 40 años

Área de Asesoría

Figura 35: Funciones del Área de Asesoría Técnica del centro de Comercio Exterior.

CARGO:	Coordinador del Área de Asesoría Técnica del Centro de Comercio Exterior
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">○ Atender al usuario.○ Brindar asesoría técnica en temas de comercio exterior:○ Asesorar en los procedimientos de exportaciones.○ Orientar en la gestión documental de las operaciones de comercio exterior.○ Brindar apoyo a los empresarios en todo lo relacionado en temas de comercio exterior.○ Reducción de costos de exportaciones e importaciones.○ Certificaciones○ Procesos○ Formas internacionales de pago.○ Traducciones de documentación.○ Brindar asesoría legal y tributaria.○ Dar apoyo a la Administradora○ Manejo de relaciones públicas con el usuario en actividades comerciales. .
NIVEL DE ESTUDIOS	Ingeniería en Negocios Internacionales y Comercio Internacional y/o carreras a fines.

CONOCIMIENTOS:	Comercio Exterior, Negocios, Mercados Internacionales, Aspectos legales, financieros y Tributarios, Logística, Administración de empresas,
CARACTERÍSTICAS	Responsabilidad, proactiva, una persona segura, buena comunicación, habilidades analíticas, constancia.
INFORMA A:	Administradora del Centro de Asesoría en Comercio Exterior
IDIOMA: Inglés Avanzado Kichwa Básico	EDAD: 23 – 40 años

Área de Capacitaciones

Figura 36: Funciones del Área de Capacitaciones del Centro de Comercio Exterior.

CARGO:	Coordinador del Área de Capacitaciones del Centro de Comercio Exterior
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Analizar los requerimientos en capacitación de los usuarios en temas de comercio exterior. ○ Coordinar y planificar capacitaciones, talleres, asesorías. ○ Dar capacitaciones en temáticas de comercio exterior. ○ Gestionar contactos con capacitadores. ○ Dar apoyo a la Asistencia Técnica en momentos que el área lo requiera.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Atender al usuario, encargándose de todos los requerimientos que necesite. ○ Coordinar de temáticas que se van a desarrollar en eventos, espacio, logística, tramitación para el desarrollo y capacitación del usuario. ○ Manejo de relaciones públicas con el usuario en actividades comerciales. ○ Encargado(a) de realizar cualquier operación solicitada por la Administradora del centro. ○ Encargado(a) de capacitar al usuario a través del simulador de la Ventanilla Única.
NIVEL DE ESTUDIOS	Ingeniería en Negocios Internacionales y Comercio Internacional y/o carreras a fines.
CONOCIMIENTOS:	Negocios, Comercio Exterior, Organismos gubernamentales de apoyo, Tendencias de mercado, Logística.
CARACTERÍSTICAS	Habilidad para hablar en público, Desarrollar competencias, Determinar las fortalezas y oportunidades de mejora.
INFORMA A:	Administradora del Centro de Asesoría en Comercio Exterior
IDIOMA: Ingles Básico	EDAD: 23 – 40 años

Kichwa Básico	
---------------	--

Área de Proyectos

Figura 37: Funciones del Área de Proyectos del Centro de Comercio Exterior

CARGO:	Coordinador del Área de Proyectos del Centro de Comercio Exterior
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ayudar a emprender a los empresarios. ○ Crear e identificar oportunidades en mercados internacionales. ○ Mantener contacto con todas las demás áreas. ○ Participar en negociaciones. ○ Evaluar la situación del usuario con la finalidad de ver qué valor se puede agregar al producto para que pueda internacionales ○ Contacto con el mercado externo para acudir a ferias internacionales. ○ Dar orientación en temas de prospección de mercados.
NIVEL DE ESTUDIOS	Ingeniería en Negocios Internacionales y Comercio Internacional y/o carreras a fines.
CONOCIMIENTOS:	Negociaciones internacionales, Perfil de mercado, Marketing, Logística, Comercio Internacional, Aspectos financieros, tributaciones.

CARACTERÍSTICAS	Una persona dinámica, buena comunicación con los usuarios, proactiva, trabajo en equipo, iniciativa.
INFORMA A:	Administradora del Centro de Asesoría en Comercio Exterior
IDIOMA: Ingles Básico Kichwa Básico	EDAD: 23 – 40 años

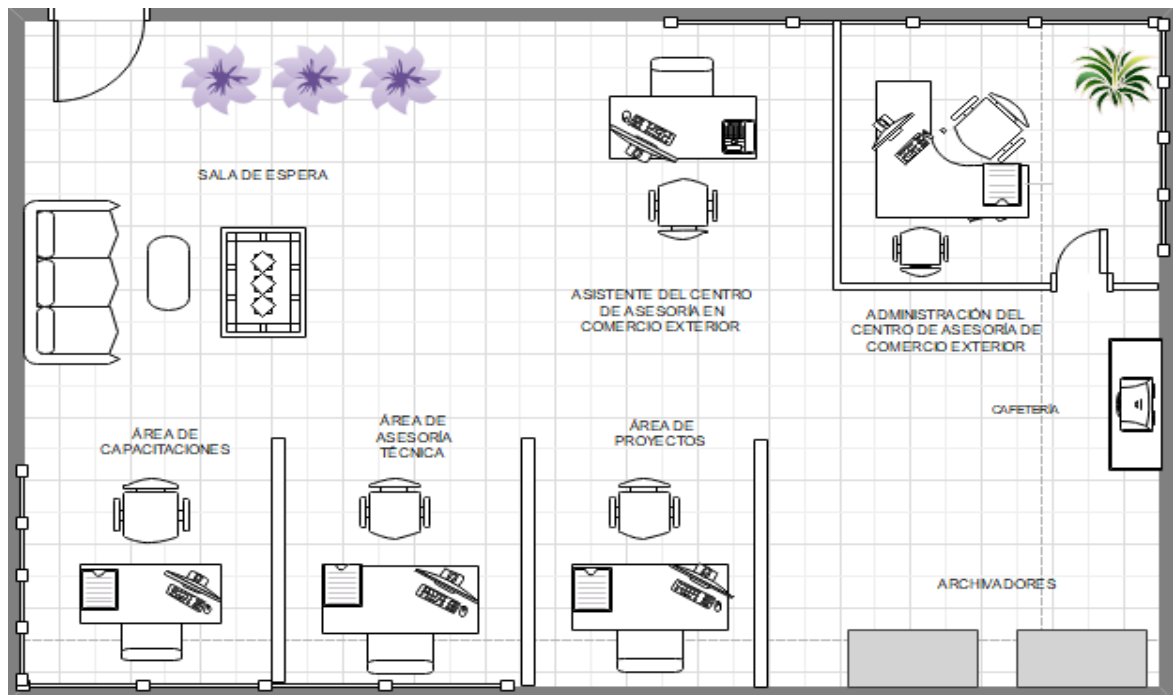
Para lograr el éxito del centro, el recurso más importante es el humano, por lo tanto, se ha determinado la contratación de recursos humanos de cinco profesionales; para la implementación del centro de asesoría en comercio exterior, para su buen funcionamiento y ejecución de sus objetivos y finalidades que el centro se ha planteado.

3.6 Distribución Física

Para la implementación del Centro de Asesoría en Comercio Exterior, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo tiene la predisposición de brindar el siguiente espacio físico dentro de la municipalidad, el cual está distribuido de la siguiente manera:

3.6.1 Plano de distribución del Centro de Asesoría en Comercio Exterior

Figura 38: Plano distribución Centro



Como se detalla en el plano el Centro de Asesoría de Comercio Exterior podrá contar con 5 espacios para el desarrollo de sus actividades.

Vistas del Centro

Figura 39: Vistas diseño Centro



3.6.2 Equipos de oficina

En la parte operativa y administrativa del centro, se utilizarán una serie de equipos mobiliarios de oficina para el correcto funcionamiento del centro, será necesario adquirir equipos y muebles de oficina que se detalla continuación para la adecuación del centro:

Tabla 31: Muebles y enseres

CANTIDAD	DETALLE
5	Estaciones
5	Sillas
2	Muebles archivadores
5	Computadoras Core I7 7MA GEN
4	Láminas divisoras de Mdf
1	Cafetera
1	Sofá (sala de espera)
1	Alfombra
1	Teléfono fijo
1	Impresora

Tabla 32: Suministros de oficina

CANTIDAD	DETALLE
1	Materiales de oficina
1	Impresora
1	Conexión a red
4	Papeleras

3.7 Aspecto Financiero

A continuación, se incluyen los costos variables los cuales significarían necesarios para incluir en el presupuesto inicial del siguiente año 2019 para el funcionamiento del centro:

CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO	V.TOTAL
5	Estaciones	\$87,50	\$437,50
5	Sillas	\$26,78	\$133,90
2	Muebles archivadores	\$258,92	\$517,84
5	Computadoras Core I7 7MA GEN	\$714,28	\$3.571,40
5	Láminas divisoras de Mdf	\$60,00	\$300,00
1	Cafetera	\$28,00	\$28,00
1	Sofá (sala de espera)	\$100,00	\$100,00
1	Teléfono fijo	\$20,00	\$20,00
1	Alfombra	\$27,00	\$27,00
5	Papeleras	\$13,39	\$66,95

1	Materiales de oficina	\$110,00	\$110,00
1	Impresora	\$312,50	\$312,50
1	Conexión a red	\$89,28	\$89,28
1	Programas Office	100.00	100.00
	SUBTOTAL	\$1847,65	\$5814,37
	IVA 12%		\$697,72
	TOTAL		\$6512,09

Tabla 33: Valores de muebles, enseres y suministros de oficina

3.7.1 Sueldos y Salarios Recursos Humanos

Según la Ley Orgánica de Servicio Público (LOSEP) (2017), en el capítulo IV del subsistema de clasificación de puestos del Servicio Público menciona lo siguiente:

Art. 163.- Principios y fundamentos del subsistema de clasificación de puestos.- La resolución que expida el Ministerio de Relaciones Laborales con el fin de establecer la clasificación de puestos, su nomenclatura y valoración, prevista en el artículo 61 de la LOSEP, reconocerá principalmente el tipo de trabajo, su dificultad, ámbito de acción, complejidad, nivel académico y responsabilidad, así como los requisitos de aptitud y experiencia necesarios para el desempeño de los puestos públicos.

La valoración y clasificación de puestos se realizará en aplicación de los procedimientos y procesos que deban ejecutarse para la consecución del portafolio de productos y servicios institucionales, y los objetivos contenidos en la planificación del talento humano y demás planes institucionales.

En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus entidades y regímenes especiales, diseñarán y aplicarán su propio subsistema de clasificación de puestos, observando la normativa general que emita el Ministerio de Relaciones Laborales, respetando la estructura de puestos, grados y grupos ocupacionales así como los techos y pisos remunerativos que se establezcan en los respectivos acuerdos emitidos por el

Ministerio de Relaciones Laborales. En todo momento, los Gobiernos Autónomos Descentralizados aplicarán esta normativa considerando su real capacidad económica.

La Escala de Remuneración Sector Público Ecuador (2018) según el ministerio de Relaciones Laborales actualmente llamado Ministerio de Trabajo y otras instituciones públicas del país entre ellas el departamento de finanzas, elaboró la escala de remuneración para sector público Ecuador 2018.

La tabla de sueldo y salario que recibirán mensualmente los trabajadores públicos, serán cambiadas mediante resolución de remitida por la entidad rectora, en este caso el MDT.

Tabla 34: tabla salarios sector público 2018

GRUPO OCUPACIONAL	GRADO	RMU en USD
Servidor Público de Servicios 1	1	527
Servidor Público de Servicios 2	2	553
Servidor Público de Apoyo 1	3	585
Servidor Público de Apoyo 2	4	622
Servidor Público de Apoyo 3	5	675
Servidor Público de Apoyo 4	6	733
Servidor Público 1	7	817
Servidor Público 2	8	901
Servidor Público 3	9	986
Servidor Público 4	10	1.086
Servidor Público 5	11	1.212
Servidor Público 6	12	1.412
Servidor Público 7	13	1.676
Servidor Público 8	14	1.760
Servidor Público 9	15	2.034
Servidor Público 10	16	2.308
Servidor Público 11	17	2.472
Servidor Público 12	18	2.641
Servidor Público 13	19	2.967
Servidor Público 14	20	3.542

Fuente: Escala de Remuneración Sector Público Ecuador (tabla de sueldos), 2018

Cálculo Sueldos y Salarios Recursos Humanos

No.	Cargo	Sueldo Básico Unificado	Aporte 12,15%	Total Mensual	Décimo Cuarto Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Total a Pagar Anual
1	Administrador/a	\$ 817,00	\$ 99,27	\$ 717,73	\$717,73	\$ 59,81	\$1.495,28
1	Asistente	\$ 553,00	\$ 67,19	\$ 485,81	\$485,81	\$ 40,48	\$1.012,11
1	Director/a de Capacita	\$ 585,00	\$ 71,08	\$ 513,92	\$513,92	\$ 42,83	\$1.070,67
1	Director/a de Asesoría	\$ 585,00	\$ 71,08	\$ 513,92	\$513,92	\$ 42,83	\$1.070,67
1	Director/a de Proyecto	\$ 585,00	\$ 71,08	\$ 513,92	\$513,92	\$ 42,83	\$1.070,67
5	Total			\$2.745,31			\$ 5.719,40

Tabla 35: Sueldos y Salarios Recursos Humanos

En la presente tabla se ha calculado el salario del Recurso Humano del Centro de Asesoría en Comercio Exterior en base a (Escala de Remuneración Sector Público Ecuador (tabla de sueldos) , 2018), tanto el total mensual como anual.

3.7.2 Presupuesto Operativo

INICIO OPERACIÓN	
Adecuaciones	\$ 200,00
Suministros de oficina	\$ 110,00
Sueldos y Salarios	\$ 2.745,31
Muebles y enseres	\$5.537,42
Total inicio operación	\$ 8.592,73
GASTOS ANUALES	
Sueldos y Salarios	\$ 5.719,40
Mantenimiento oficina	\$ 500,00
Total gastos anual	\$ 6.219,40

Tabla 36: Presupuesto Operativo

Dentro del presupuesto operativo para la implementación del centro en el año siguiente 2019, se ha determinado un valor tanto para iniciar la operación como anual.

Se han incluido dentro del presupuesto antes mencionado el rubro de adecuaciones que corresponden a los gastos que se va a incurrir en pintura, persianas, limpieza entre otros.

El presupuesto será financiado a partir del siguiente periodo de administración (2019-2024) como un proyecto nuevo de desarrollo social, por lo tanto, para noviembre del siguiente año, se tendrá que socializar para incluir en los proyectos a futuro en el mes de noviembre.

3.8 Aspectos legales

Para la conformación, creación del Centro de Asesoría en Comercio Exterior, dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo, según el (Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización (COOTAD), 2010), considera lo siguiente:

Las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados las cuales se realizan en tres funciones: legislación, normatividad y fiscalización; ejecución y administración; y participación ciudadana y control social, se observa la proporcionalidad de la población urbana y rural prevista en la Constitución y la ley.

Las atribuciones de los consejos municipales donde se conoce la estructura orgánica funcional del gobierno autónomo descentralizado municipal, los recursos financieros propios y rentas de los gobiernos con el Estado.

La aprobación u observación del presupuesto del gobierno autónomo descentralizado municipal, que deberá guardar concordancia con el plan cantonal de desarrollo y con el de ordenamiento territorial; así como garantizar una participación ciudadana en el marco de la Constitución y la ley. De igual forma, aprobará u observará la liquidación presupuestaria del año inmediato anterior, con las respectivas reformas

La aprobación y sanción del presupuesto, quien estudia los proyectos y designación los presupuestos, como se realiza, las comisiones para realizar los cambios como reducción de gastos. El legislativo del gobierno autónomo descentralizado estudiará el proyecto de presupuesto, por programas y subprogramas y lo aprobará en dos sesiones hasta el 10 de diciembre de cada año, conjuntamente con el proyecto complementario de financiamiento, cuando corresponda. Si a la expiración de este plazo no lo hubiere aprobado, éste entrará en vigencia.

El legislativo tiene la obligación de verificar que el proyecto presupuestario guarde coherencia con los objetivos y metas del plan de desarrollo y el de ordenamiento territorial respectivos

Las modalidades de gestión, planificación, coordinación y participación de los proyectos, quienes los gobiernos son responsables de la prestación de servicios a su ciudadanía. (Ver anexo N° 5)

3.9 Discusión

Esta investigación tuvo como propósito identificar las necesidades de los artesanos, productores y mipymes en temas sobre comercio exterior, la internacionalización de sus productos y buscar la manera de como incrementar su producción.

Sobre todo, se pretendió analizar los servicios que ofrecen las agencias de carga internacional del cantón Otavalo, con la finalidad de implementar y brindar actividades adicionales a las de las agencias, como; asistencia técnica, capacitación y asesoría, con un valor agregado los cuales el centro de asesoría brindará como beneficio sin ningún costo.

De los resultados obtenidos en la investigación, se puede concluir que la implementación de un centro de asesoría en comercio exterior por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo, es de vital importancia, según los datos obtenidos de las entrevistas, encuestas realizadas a 267 empresarios, artesanos y dueños de mipymes, por lo que la municipalidad brindará su apoyo para la ejecución del proyecto, tanto en el presupuesto, y espacio físico, cabe recalcar que este centro será sin fines de lucro.

La participación por parte del sector artesanal del cantón, en el centro de asesoría ayudará al desarrollo y a la buena ejecución de todos los procesos y actividades que se brindará en beneficio de los mismo, y así cumplir los objetivos que se ha planteado el centro, uno de ellos la internacionalización de los productos de mipymes, llegando a un resultado de poder incrementar los recursos económicos satisfaciendo sus necesidades y mejorar las condiciones de vida de cada uno.

Conclusiones

En base al estudio realizado se puede concluir lo siguiente:

- El Centro de Asesoría en Comercio Exterior, brindará servicios de asesoría, capacitaciones, talleres y el poder asistir a ferias internacionales, servicios que ninguna entidad tanto pública como privada en el cantón Otavalo existe, de esta manera al formar parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo no tendrán un costo, lo cual es beneficia a la población optimizando recursos tanto en documentación, movilidad y dinero como tal.

- Actualmente existe una predisposición por parte de la municipalidad para brindar un apoyo para implementar el centro tanto para disponer de presupuesto como para adecuar infraestructura y posteriormente requerir personal, debido a que las autoridades consideran que este tipo de centros podrán generar muchos beneficios al sector productivo tanto del cantón como de sus alrededores.
- El hecho que forme parte del municipio hará que tengan accesos tanto a organismos gubernamentales del cual se podrá obtener herramientas, debido a que estos organismos rindan apoyo a organismos seccionales.
- Si bien es cierto la planificación es muy importante al momento de implementar y ejecución del centro de asesoría de comercio exterior dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, siendo fundamental los recursos humanos que lo integrará, el mismo que deberá ser altamente calificado al realizar la contratación de acuerdo los requerimientos y necesidades de los usuarios.
- Las capacitaciones, asesorías, talleres y demás servicios que el centro de asesoría en comercio exterior que va a brindar será de gran ayuda para las mipymes y pymes del cantón Otavalo tanto como del sector urbano como rural, ya que tendrán la oportunidad de aumentar las capacidades y productividad, dando como resultado la competitividad de mejora de las mismas.

Recomendaciones

En base a los resultados que se obtuvieron a continuación se presentan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda que los empresarios, productores, comerciantes aprovechen el servicio que el centro brindará, ya que no tendrá ningún costo y el personal del centro tendrá la predisposición de ayuda en los requerimientos que el usuario necesite.

- Es importante de las pymes, mipymes comiencen a utilizar estrategias de comercialización que el centro brindará, un factor fundamental que deben tener las empresas para tener un crecimiento rentable, considerando que el mercado local cada vez se vuelve más competitivo que requiere abrirse a mercados internacionales.
- El poder contar con herramientas para el desarrollo de operaciones de comercio exterior hará que las actividades sean más eficientes y eficaces, ayudando al crecimiento económico y productivo de las pymes y mipymes, a su vez se logrará la capacitación y captación de conocimientos sobre temas comerciales en los usuarios.
- El personal del centro de asesoría de comercio exterior deberá determinar y analizar la problemática de cada usuario, de esta manera tomar decisiones determinantes y accionar para la solución de las necesidades.
- Es importante que Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo apoye con publicidad del centro tanto como de anuncios, videos en el portal web, sobre la importancia y beneficios que va a tener el centro de asesoría para el sector productivo, y poder llegar a los sectores más alejados de la ciudad; con la finalidad de incentivar y puedan acudir al centro a favor de los mismos.

Bibliografía

- ABC. (2007-2017). *Definición ABC*. Obtenido de Definición cámara fotográfica : <https://www.definicionabc.com/tecnologia/camara-fotografica.php>
- Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Otavalo. (2012).
- Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura. (2015). Obtenido de PDOT: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf
- Alvarado, R., & Iglesias, S. (2017). Sector Externo. Restricciones y Crecimiento Económico en Ecuador. *Revista Problemas del Desarrollo*, 3.
- Anabel, B. Q. (17 de 11 de 2015). *El sistema ECUAPASS-VUE, y su incidencia en la gestión de certificados para los productos de exportación*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4084/1/ECUACE-2015-CI-CD00016.pdf>
- Andía Valencia, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Guías Metodológicas para la elaboración de proyectos de inversión*, 4.
- Arancel de Aduana. (3 de Abril de 2015). *Arancel de Aduana y Nomenclatura Arancelaria*. Obtenido de <http://aranceldeaduana.blogspot.com/>
- Arias, J. C. (2015). *Fundamentos de Envases y Embalajes*. Barranquilla: Educosta.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Editora Nacional.
- Banco Solidario. (2012). *Cuida tu futuro*. Obtenido de <https://cuidatufuturo.com/si-eres-microempresario-y-te-preocupa-el-pago-de-impuestos-lee-esto-2/>

- Caballero, M., Padín, F., & Fierro, C. (2012). *Comercio Internacional*. Bogotá, Colombia : IDEASPROPIAS EDITORIAL .
- Cabrera, B. M., & Torres Gemeil, M. (2014). *Envases y Embalajes*. s.f.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *Logística y Distribución física internacional: clave en las operaciones de comercio exterior*. Obtenido de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1040/3726_logisticainternacionalcomercioexterior.pdf
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2018). *Asesoría en Comercio Exterior*. Obtenido de http://www.lacamara.org/website-antes/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74
- Carrillo, M. (2009). *La orientación al mercado, la innovación y la internacionalización de las mipymes*. Obtenido de Universidad Autónoma de Aguascalientes: <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/897>
- Centro de Estudios Pluriculturales CEPCU. (7 de julio de 2010). *Otavalo Capital Intercultural del Ecuador*. Obtenido de <https://web.archive.org/web/20100107104925/http://www.cepcu.org.ec:80/index.php>
- Centro de Investigaciones de la Economía Internacional CIEI. (2018). *Política Comercial*. *EcuRed*.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones CEP*. (2012). Quito - Ecuador : Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones- COPCI. (19 de Mayo de 2011). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización (COOTAD). (2010). *COOTAD*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf

- Consejo Nacional de Planificación . (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*.
Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Córdova, S. A. (s.f de 2018). *Plan para la Exportación de artesanías de madera de San Antonio de Ibarra Hacia el mercado Colombiano*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8244/1/Pg%20656%20TESIS.pdf>
- Correa, A. P. (2014). *Generalidades de Comercio Internacional* . Medellín : Centro Editorial Esumer.
- Díaz, H. O., & Arriaga Navarrete , R. (2017). Crecimiento, competitividad y restricción externa en América Latina . *Investigación Económica* , 54.
- Escala de Remuneración Sector Público Ecuador (tabla de sueldos) . (2018). *Informa Ecuador*. Obtenido de <https://informacionecuador.com/escala-de-remuneracion-sector-publico-ecuador-tabla-de-sueldos-2017/comment-page-1/>
- Exporta Fácil. (2018). Asesoría al Exportador- PRO ECUADOR. Quito, Ecuador. Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=122
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo. (2012). *Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del canton Otavalo*. Otavalo.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo. (2014). *Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Proceso*. Obtenido de <file:///E:/TESIS/libros/Estatuto%20Organico%20de%20Gestion%20Organizacional%20por%20Proceso.pdf>

- Godínez, V. L. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*. Obtenido de <https://tescilicraho.files.wordpress.com/2014/09/mc3a9todos-tc3a9cnicas-e-instrumentos-de-investigacic3b3n.pdf>
- Herrera, A. (19 de octubre de 2011). *Cómo aprender a ser investigador* . Obtenido de Fichas de Observación: <http://comoaprenderaserinvestigador.blogspot.com/2011/10/fichas-de-observacion.html>
- Huamán. (s.f.).
- INEC. (2013). *Directorio de Empresas y Establecimientos* . Obtenido de <file:///C:/Users/jdcevallos/Downloads/Presentacion%20DIEE%202013.pdf>
- International team consulting. (s.f.). *Asesoría en comercio exterior* . Obtenido de <http://www.int-team.com/servicios-internacionalizacion-empresas/asesoria-estrategia-internacional/>
- Lerma Kirchner, A., & Márquez Castro , E. (2010). *Comercio y marketing internacional* . México: Cengage Learning Editores, S.A de C.V .
- Ley Orgánica de Servicio Público (LOSEP) . (27 de 10 de 2017). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2017/11/REGLAMENTO-LOSEP.pdf>
- López, I. G., Martínez Senra, A. I., Otero Neira , C., & Gonzáles Vásquez, E. (2014). *Gestión del comercio exterior de la empresa*. Madrid : ESIC EDITORIAL .
- Lorenzo, J. G., & Juncà Campdepadrós, M. (2009). Fuentes de información. En J. G. Lorenzo, & M. Juncà Campdepadrós. Barcelona: Eureka Media, SL.
- Martín, J. (15 de mayo de 2017). *Estudia tu entorno con un PEST-EL* . Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Martínez, B., & Asensi, E. (2013). Internacionalización y pymes: conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivariante. 171.
- Medina, A. d. (2015). *Plan para la creación del departamento de comercio exterior de la empresa M&B textiles Ambato 2015*. Quito.

- Mexicoexports. (2015). Exportaciones. *México como vamos?*, 1-2.
- Ministerio de Economía y Finanzas . (17 de 01 de 2018). *Sistema Generalizado de Preferencias SGP*. Obtenido de Asesoría Política Comercial : <http://apc.mef.gub.uy/730/3/areas/sistema-generalizado-de-preferencias-sgp.html#SGPC>
- Ministerio de Trabajo. (2017). *Salario Unificado Sector Público*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/A.M.-0154.pdf>
- Naranjo, M. (2015). *Plan para la creación del departamento de comercio de la empresa M&B textiles ambato 2015*. Quito.
- Observatorio de la Economía Latinoamericana . (2017). *Manual de procedimientos previos para la obtención del certificado de origen de productos Ecuatorianos que se exportan a países de la Comunidad Andina por FEDEXPORT*, 6.
- Osorio, L. (2012). *Terminología de Comercio Internacional siglo XXI* . Quito, Ecuador : PUDELECO Editores S.A .
- Páginas amarillas Ecuador. (s.f.). *Asesorías y Consultorías en Comercio Exterior*. Obtenido de Asesorías y Consultorías en Comercio Exterior: <http://www.paginas-amarillas.com.ec/servicios/asesorias-y-consultorias-en-comercio-exterior>
- Pérez, M. C. (2009). *Las aduanas y el comercio internacional*. Madrid: ESIC.
- Pérez, M. C., & Cabellos González , J. M. (2013). *Procedimientos Aduaneros I: Conceptos Básicos* . Taric .
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (31 de Octubre de 2012). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/74-politica-comercial>
- Pro Colombia. (2018). Asesoría para exportadores. Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://www.procolombia.co/asesoria-en-comercio-exterior/asesoria-para-exportadores>

- Pro Ecuador. (25 de 06 de 2013). *Guía de Certificaciones Internacionales* . Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Promperu. (20 de Noviembre de 2013). *Valoración Aduanera* . Obtenido de Valoración Aduanera : <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=5A7ADEBB-AC56-4BB4-BD41-D9EF2CD0575E.PDF>
- Racchi, P. (30 de Junio de 2012). *Economía para los negocios* . Obtenido de Política Comercial. Concepto. Clasificación. Instrumentos : <https://economieparalosnegocios.wordpress.com/2012/06/30/politicacomercial/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades 2017. (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo* . Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Servicio Nacional de Aduana el Ecuador . (04 de 2017). *Exportaciones* . Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-eportar/>
- Telégrafo. (2013). Cambiar la matriz productiva y dignificar el trabajo en los ejes del Plan.
- Thompson, A. A., & Strickland III, A.J. (2004). Dirección y administración estratégicas : conceptos, casos y lecturas. En A. A. Thompson, & A. Strickland III. México: McGraw-Hill.
- Torres, B. (2006). *Metodología de la Investigación para administración , economía, humanidades y ciencias sociales*. . México: Pearson Educación.
- Valdés Díaz de Villegas, & Sánchez, S. (2012). Las Mipymes en el contexto Mundial: Sus particularidades en México. *Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 126-156.
- Valencia, H. (2005). *Manual de Técnicas de Investigación*. Perú : Ipladees S.A.C.
- Zona Económica . (2018). *Política Comercial* . Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/politica-comercial>

Anexos

Anexo N° 1: Anteproyecto



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
TEMA:

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIO EXTERIOR PARA
LAS PYMES DEL CANTÓN OTAVALO POR PARTE DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR/A: JENNIFER DAYANA CEVALLOS VACA

IBARRA, MAYO – 2017

ÍNDICE

1. NOMBRE DEL PROYECTO	152
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	152
3. JUSTIFICACIÓN	154
4. OBJETIVOS.....	156
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	156
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	156
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	156
5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	158
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	159
6.1. METODOS GENERALES.....	159
6.2 TÉCNICAS	161
6.3 INSTRUMENTOS.....	162
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN	163
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	165
8. RECURSOS.....	167
8.1. FINANCIAMIENTO	168
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	168
1. ANEXOS	169

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS

Figura 1 Árbol de Problemas.....	4
Figura 2 Socialización con los posibles usuarios.....	20
Tabla 1 Matriz de Relación.....	15-16
Tabla 2 Cronograma de Actividades.....	16-17
Tabla 3 Recursos.....	18

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO

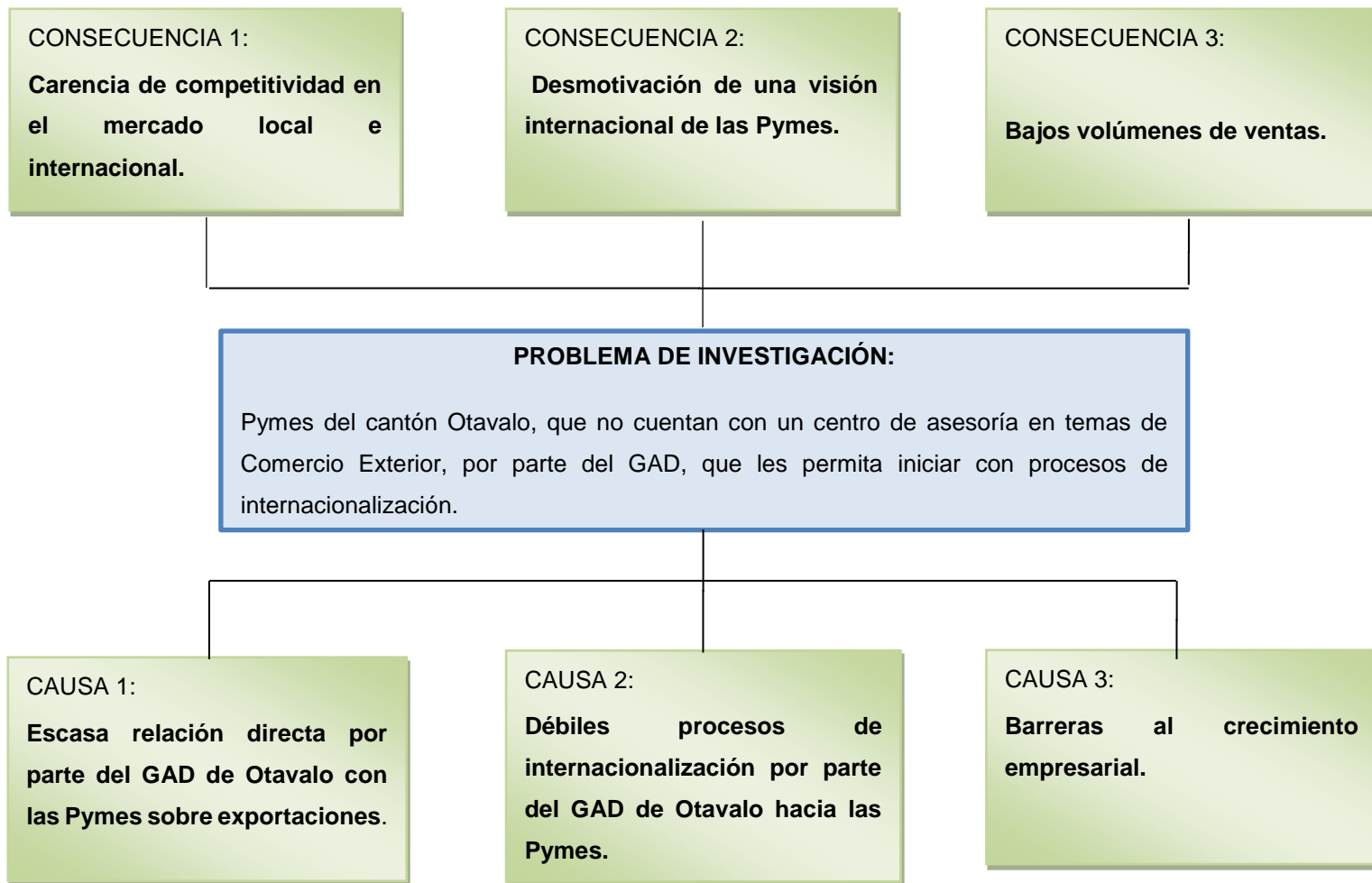
Propuesta para la implementación de un Centro de Comercio Exterior para las pymes del cantón Otavalo por parte del GAD Municipal de Otavalo.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

San Luis de Otavalo es una ciudad de la provincia de Imbabura, que ha sido declarada Capital Intercultural de Ecuador (PATRIMONIO, 2014) por lo que cuenta con gran cantidad de pequeñas y medianas empresas (PYMES) caracterizadas por su habilidad textil y comercial, su producción abastece al mercado local el cual se encuentra saturado, analizando esta debilidad el GAD de Otavalo ve la necesidad de buscar la manera de establecer estrategias que le permitan a las PYMES expandirse a nuevos mercados internacionales.

Actualmente las PYMES del cantón San Luis de Otavalo no cuentan con un centro de Asesoría en temas de Comercio Exterior, por parte del GAD de Otavalo, que les permita iniciar con procesos de Internacionalización, sus productos ya no son tan atractivos como años anteriores, en el mercado nacional ya existen gran cantidad de productos similares.

Debido a estos constantes cambios y a la exigencia del mercado en el que se desenvuelven, se ha considerado importante mantener una fuerte relación directa por parte del GAD de Otavalo con las Pymes sobre temas de exportaciones para que no exista carencia de competitividad en el mercado local e internacional, las Pymes no cuentan con una visión internacional debido a débiles procesos de internacionalización por parte del GAD de Otavalo, se ha notado que existen varias barreras al crecimiento empresarial lo que quiere decir que existe bajos volúmenes de ventas. Esto causa dificultades en el comercio interno y externo ya que no permite un desarrollo más competitivo en el mercado y a su vez deja de existir un comercio dinámico.



3. JUSTIFICACIÓN

El actual entorno económico internacional se caracteriza por su dinamismo y requiere de las empresas una visión internacional de la actividad económica, fomentar las exportaciones ecuatorianas sería una estrategia clave ya que por medio de estas se generará trabajo y comercialización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), al exportar el excedente de producción, se inyectaría dinero a la economía y la revitalizará, la decisión de internacionalizar de una empresa o pequeño productor, que responde el deseo de Crecer, en este sentido el tamaño de la empresa no tiene que ser un impedimento para su expansión más allá del territorio nacional. La creciente integración de los mercados mundiales, significa una serie de oportunidades para la comercialización de los productos o servicios, pero a su vez el aumento de la competencia de escala nacional a internacional.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del Cantón Otavalo se dedican a la producción y comercialización de diversos productos, las cuales serían las principales beneficiarias y la vez como beneficiario directo será quien redacta, los propietarios han decidido incrementar su nivel económico mediante la internacionalización de sus productos, a pesar de que la oferta en el mercado local es grande, las pequeñas y medianas empresas optan por encontrar mercados internacionales y poder satisfacer la demanda del mercado extranjero.

Mediante la implementación de un centro de Asesoría en temas de Comercio Exterior por parte del GAD municipal de Otavalo, la cual se convertiría en una fortaleza para que las Pymes puedan iniciar a Internacionalizarse, mejorar su producción, incorporen un valor agregado a sus productos, sean más competitivos y de esta manera podrán incrementar las ventas, logren competir y enfrentarse a los cambios tanto en el mercado interno como externo.

Muchos de los productores y comercializadores del cantón no tienen definido el mercado o país exportador, un centro de Asesoría en temas de Comercio Exterior

sería una gran y útil herramienta a disposición de las pequeñas y medianas empresas del cantón, servirá para gestionar actividades que cubran, las necesidades del mercado, desarrollando la coordinación, documentación, logística y transporte, a la vez prestar servicios de asesorías a comerciantes en los campos arancelarios, de fletes y de seguros, de los bienes importados y exportados por y para las pequeñas y medianas empresas del cantón Otavalo que requieran este tipo de servicio.

Es preciso manifestar que el éxito en el comercio internacional depende de la calidad de los productos que se ofrece dentro de un límite razonable de costos, pero también de las habilidades en las ofertas y búsqueda de nuevos mercados. No basta con la simple oferta pasiva para cumplir con los objetivos, hay que recurrir a tácticas y estrategias para llegar a los reales y posibles compradores, para abrir nuevos mercados y para mantener los ya existentes. (MEDINA, 2015)

Es vital importancia que se fomente la exportación en el cantón Otavalo ya que sus productos poseen una gran innovación y originalidad al ser productos no tradicionales, las exportaciones de estos productos no tradicionales representan una amplia oportunidad para las pequeñas y medianas empresas del cantón y poder ofertar sus productos a nuevos mercados, creándose así una visible oportunidad de negocio y crecimiento económico no solo para las empresas sino para todo el país. Las principales actividades del cantón, específicamente dedicadas al comercio representan el 82.5 % de ingresos por ventas. (Desarrollo, 2014)

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer la implementación de un centro de Comercio Exterior para las Pymes del cantón Otavalo, por parte del GAD municipal, para incentivar la actividad económica exportadora del cantón.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Detallar los potenciales usuarios del centro de Comercio Exterior en el GAD municipal de Otavalo con la finalidad de determinar la demanda y los tipos de servicio requeridos.

Describir la oferta de servicios similares al del centro de Comercio Exterior en la provincia de Imbabura.

Explicar los procesos para la implementación por parte del GAD Municipal de Otavalo de un centro de Comercio Exterior.

Indicar la inversión a realizarse para la implementación de un centro de Comercio Exterior en el GAD Municipal de Otavalo.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para el diseño del presente proyecto basada en la implementación de un centro de Asesoría de Comercio Exterior, que permitirá identificar el mercado potencial para la exportación de los productos artesanales elaborados en el cantón Otavalo, se desarrollará una investigación basada en el cumplimiento de objetivos específicos que buscará el logro del objetivo general, y por ende la presentación final de la implementación del centro de asesoría de comercio exterior por parte del GAD municipal. A continuación, se describen estos objetivos:

El primer objetivo se enfoca en establecer un diagnóstico a cerca de los potenciales usuarios, con lo que se busca determinar la demanda y los tipos de servicios requeridos. Para poder desarrollar este objetivo se utilizará el apoyo de fuentes tanto primarias como secundarias, la utilización de instrumentos como encuestas y entrevistas facilitará el conocimiento de esta propuesta al aplicarlas a los productores locales de productos similares o idénticos al que se busca ofertar.

Con este segundo objetivo específico se recopilará la información necesaria que permitirá conocer la oferta de servicios similares al del centro de comercio exterior en la provincia de Imbabura, de esta manera se determinará la oferta de dichos servicios ya existentes en la provincia, la recolección de información para el desarrollo de este objetivo será de información primaria a través de encuestas y entrevistas y observación de los posibles centros existentes , así como a los clientes actuales de los centros de asesoría en comercio exterior.

En este tercer objetivo específico se basará en la explicación de los procesos para la implementación de un centro de comercio exterior, lo que nos admitirá la ejecución para la implementación por parte del GAD Municipal de Otavalo, la información que recolectará servirá para un adecuado manejo y desarrollo de este objetivo, se utilizará herramientas como observaciones y entrevistas a personas idóneas que estén en conocimiento sobre el tema de este objetivo.

En el cuarto objetivo específico se orienta a la identificación de la inversión que se realizará para la implementación de un centro de comercio exterior por parte del GAD Municipal de Otavalo lo que nos determinará los costos a utilizarse, por medio de este objetivo se buscará la información adecuada de inversionistas ya que puede constituirse como una organización mixta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

- 1. Comercio Exterior
 - 1.1.1 Conceptos Básicos
 - 1.1.2 Operaciones de Comercio Exterior
 - 1.1.3 Código Aduanero
 - 1.1.4 Medidas de Política Comercial
 - 1.1.5 Medidas Arancelarias
 - 1.1.6 Valoración Aduanera
- 1.2 Regímenes Aduaneros
 - 1.2.1 Definiciones Básicas
 - 1.2.2 Regímenes de Exportación
 - 1.2.3 Regímenes de Importación

2. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO Y/O ESTUDIO DE MERCADO

- 2. Diagnóstico
 - 2.2.1 Antecedentes
 - 2.2.2 Objetivos
 - 2.2.3 Variables Diagnósticas
 - 2.2.4 Indicadores
 - 2.2.5 Matriz de Relación
 - 2.2.6 Información Primaria

2.2.7 FODA

2.2.8 Cruce de matriz FODA, FA, FO, DO, DA

2.2.9 Determinación del Problema Diagnosticado

3. CAPÍTULO III PROPUESTA

3. Propuesta

4. Resumen Ejecutivo

5. Perfil de la Institución

6. Diseño de la Propuesta

7. Aspectos legales

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. METODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (BERNAL TORRES, 2006)

Durante el desarrollo del presente proyecto se utilizará este método para obtener conclusiones generales que van a desprenderse de premisas

particulares, por ejemplo para establecer una propuesta para la implementación de un departamento de asesoría de comercio exterior, se tomará premisas particulares como por ejemplo la tendencia de la demanda y oferta de los productos artesanales elaborados en Otavalo y así poder concluir con los índices de la demanda y oferta de los productos artesanales que se desea exportar.

6.1.2. Método Deductivo

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera. De aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (BERNAL TORRES, 2006)

Para el desarrollo del proyecto, el método deductivo apoyará al desarrollo de la propuesta para la implementación de un departamento de asesoría en Comercio Exterior, ya que el mercado de productos artesanales es actualmente un sector que cuenta con potencialidad exportadora por explotarse, por lo que se llega a la conclusión que las Pymes del cantón Otavalo, podrían cubrir la demanda de productos artesanales.

6.1.3. Método analítico – sintético

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlos en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlos de manera holística e integral (síntesis). (BERNAL TORRES, 2006)

Se busca analizar el mercado de los productos artesanales tanto en el mercado local como en el mercado hacia donde se desea exportar los productos artesanales, de igual forma se analizarán las diversas estrategias

para que el proceso de la implementación del departamento tenga éxito y así poder demostrar la factibilidad del proyecto.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

Es la acción mediante la cual consideramos, con la atención sostenida e incondicional, los hombres las cosas, con el fin de conocerías mejor y teniendo siempre presente un objetivo muy concreto. De aquí que la observación sea un proceso activo y voluntario gracias a la atención prestada y teniendo siempre presente el objetivo que se pretende conseguir mediante esta. Es por tanto un proceso activo que exige por parte del observador un espíritu despierto, en estado de alerta, con el fin de poder hacer una observación minuciosa. (Huamán Valencia , 2005)

Por medio de este método ayudará al proyecto a establecer una relacion concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales, seleccionar aquello que queremos analizar, de esta manera se obtendrá datos adecuados y fiables e información revelante que luego se sintetizarán para el desarrollo del proyecto.

6.2.2. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ellos, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario. (Huamán Valencia , 2005)

La tecnica de la encuesta ayuará al proyecto a recolectar informacion o datos que se obtendrán, mediante un conjunto de preguntas dirigidas a una

muestra respectiva o al conjunto total de la población es decir a los posibles exportadores, y así determinar las variantes de respuesta lo que facilitará la evaluación de los resultados.

6.2.3 Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador “investigador” y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. (Huamán Valencia , 2005)

La técnica de la entrevista ayudará en el proyecto para conocer a los productores, lo que quieren, lo que necesitan, su perspectiva, para así plasmar ideas o estrategias para brindarles un mejor servicio con el departamento de asesoría de Comercio Exterior, también tener contacto con las personas idóneas que ayudarán al desarrollo del proyecto.

6.3 INSTRUMENTOS

6.3.1 Ficha de Observación

Las fichas de observación son instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática. (Herrera, 2011)

Las fichas de observación ayudarán al proyecto para detectar cualquier variable a determinar, evitar olvidar datos estadísticos, sociales, es un instrumento de recolección de datos de un objetivo específico a analizar, y así tener un registro principal de todas las situaciones existentes, que servirá para la realización de la investigación del proyecto.

6.3.2 Cuestionario

El cuestionario es uno de los instrumentos más usados en el método hipotético-deductivo, sobre todo cuando es de preguntas cerradas (hay opciones de respuestas prefijadas) por su fácil codificación y análisis a partir de fórmulas estadísticas. (Godínez, 2013)

El cuestionario ayudará al proyecto para conocer las preferencias, necesidades del vendedor, comprador, cliente o usuario, con este instrumento se podrá cuestionar diferentes temas de interés para el proyecto, ya que es una herramienta útil y eficaz para recoger información rápida en un determinado tiempo y muestra específica.

6.3.3 Cámara fotográfica

La cámara fotográfica es un dispositivo tecnológico que tiene como objetivo o función principal el tomar imágenes quietas de situaciones, personas, paisajes o eventos para mantener memorias visuales de los mismos. (S/N, 2007-2017)

La cámara fotográfica es la herramienta más indispensable y sofisticada para el desarrollo del proyecto, ya que es fundamental para la realización de la investigación, ayudará a la recolección u obtención de evidencia de la investigación como lugares, objetos, personas y demás por más momentáneas que sean o se transcurran los hechos.

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<p>Detallar los potenciales usuarios del departamento de Comercio Exterior en el GAD municipal de Otavalo con la finalidad de determinar la demanda y los tipos de servicio requeridos.</p>	<p>Demanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Clientes ○ Nivel de producción ○ Necesidades de los usuarios ○ Requerimientos 	<p>Entrevista Encuesta</p> <p>Entrevista Encuesta</p> <p>Entrevista Encuesta</p> <p>Entrevista Encuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Usuarios potenciales (Artesanos del cantón Otavalo) ○ Usuarios potenciales (Artesanos del cantón Otavalo) ○ Usuarios potenciales (Artesanos del cantón Otavalo) ○ Usuarios potenciales (Artesanos del cantón Otavalo)
<p>Describir la oferta de servicios similares al del departamento de Comercio Exterior en la provincia de Imbabura.</p>	<p>Oferta de servicios similares</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Características del servicio. 	<p>Entrevista Observación</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Oficinas de Comercio Exterior de la provincia de Imbabura
<p>Explicar los procesos para la</p>	<p>Procesos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Requerimientos 	<p>Información bibliográfica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ministerio de Comercio Exterior.

implementación por parte del GAD Municipal de Otavalo de un departamento de Comercio Exterior.		documentales ○ Costos de exportación ○ Logística	Entrevista	○ PROECUADOR ○ SENA ○ ECUAPASS ○ GAD Municipal de Otavalo
Indicar la inversión a realizarse para la implementación de un departamento de Comercio Exterior en el GAD Municipal de Otavalo.	Inversión	○ Gastos del personal ○ Infraestructura	Entrevista Observación	○ Departamento financiero del GAD Municipal de Otavalo ○ Inversionistas (Entidades Financieras del cantón)

Tabla 1 matriz de relación
Elaborado por la autora

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																					
Conceptos Básicos																					

Subtotal	(126.50)
Imprevistos (10%)	(12.65 %)
TOTAL	139.15

Tabla 3 recursos

Elaborado por la autora

8.1. FINANCIAMIENTO

El total de los recursos invertidos para la elaboración del presente proyecto será la suma de 1500 USD (mil quinientos dólares) que serán financiados en un 100% por la autora.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

303, R. O. (2010). *CODIGO ORGANICO ORGANIZACION TERRITORIAL*. ASAMBLEA NACIONAL.

BERNAL TORRES, C. A. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Desarrollo, S. -S. (2014). *SI - DIRECCIÓN DE MÉTODOS, ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN*.

Godínez, V. L. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*.

GORDILLO, C. P. (2012). *CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍA DE COMERCIO EXTERIOR EN LA CIUDAD DE QUITO*. QUITO: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR .

Herrera, A. (2011). *Fichas de observación*. sitio web .

Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.

Huamán Valencia , H. G. (2005). *MANUAL DE TECNICAS DE INESTIGACIÓN* . Perú: IPLADEES S.A.C .

Luis, B. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Quito .

MEDINA, A. D. (2015). *PLAN PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LA EMPRESA M&B TEXTILES AMBATO 2015* . QUITO.

NARANJO MEDINA, I. C. (2014). *PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIO EXTERIOR NACIONAL PARA LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DE PICHINCHA (CAPEIPI)*. UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS.

PATRIMONIO, M. D. (2014). QUITO.

S/N. (2007-2017). *DefiniciónABC*. Obtenido de Definición de Cámara Fotográfica : https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjsqMuM79HTAhXJSyYKHVj4D30QFggqMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.definicionabc.com%2Ftecnologia%2Fcamara-fotografica.php&usg=AFQjCNHRhdREkAv_t51WxjMouDftBTrLsA

SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)

ANEXOS



24/04/2017
13PM

GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO
DIRECCIÓN DE GESTIÓN SOCIAL INTERCULTURAL
COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN SOCIAL

REGISTRO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO

Fecha	Nombres	Asunto	Celular / Casa	Dirección domicilio	Email	Institución/ Organización
	Rosa fern			Cochabamba		
	so la Salazar			mesetas		
	rosa fern			Cochabamba		Asociación Reyna de Cochabamba
	José W. B.			Cochabamba		
	José Espinoza B.			Cochabamba	espinozaburga_josé@yaho.com	Asociación
	Mercedes Huayasa M.			Cochabamba		
	Mercedes Huayasa M.			Huayapango		
	Mercedes Huayasa M.			Cochabamba		
	Mercedes Huayasa M.					

Dirección: García moreno # 505 / Telf: 06 2 920 – 460 / 06 2 924 – 566
Fax: 06 2 920 – 404 / www.otavalo.gob.ec
OTAVALO - ECUADOR



Imagen N.º 2 firmas de reunión posibles beneficiarios
Fuente GADMC Otavalo, 2017

24/04/2017
BPH
Cachinas

REGISTRO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO

Fecha	Nombres	Asunto	Celular / Casa	Dirección domicilio	Email	Institución/ Organización
	Francisco Calinaud	VI Capacitación	0985097356	4 Esquinas		
	Benjamin	capacitación	0982005075	Santa Rosa		
	Guía Roxana	Capacitación	0939229021	" "		
	Doña Cabrera	Capacitación	0981315082	San Miguel Alto	interarea@otavalo.gov.ec	
	Francisca Amalia	capacitación	984626009	4 Esquinas		
	Rosario Jacayin	capacitación	100122054-5	capilla pauba		
	BARBARA AMUNDA	capacitación		San Miguel Alto		
	Dolores Calimuel	CaPaCiTacion		Mushuk Nan		
	Jose Cuello	Capacitación	0968806330	Cachinas		
	Am. Sotacana	Capacitación	0967050927	Cachinas		



10.3 CARTA COMPROMISO GADMC



GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL
DEL CANTÓN OTAVALO

Otavalo, 6 de septiembre de 2017

Ingeniera
Irene Revelo
Directora de la ENCI
Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra

Presente:

El Departamento de Gestión Social, de la Municipalidad del Cantón Otavalo, ejecuta Un Proyecto De Emprendimiento que beneficia a los G.A.P. de nuestro territorio y promueve la capitalización familiar para el mejoramiento de la calidad de nuestros beneficiarios. Nuestro proyecto ha logrado posicionar y vincular a los productores materias primas del sector con la industria ecuatoriana, dando excelentes resultados.

Por tal motivo, y como consecuencia de este trabajo, se hace necesario la internacionalización del comercio de nuestros productores, por lo que la **asesoría en comercio exterior** se vuelve una herramienta indispensable para seguir con este camino hacia el progreso y desarrollo.

En tal virtud, el PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO se compromete a brindar todo el apoyo para que la señorita JENNIFER DAYANA CEVALLOS VACA, estudiante de 9no nivel de la carrera de COMERCIO INTERNACIONAL, conjuntamente con nuestro equipo técnico, para el desarrollo de la propuesta para la implementación de un **CENTRO MUNICIPAL DE ASESORIA EN COMERCIO EXTERIOR**.

La colaboración cumplirá fines específicos de investigación y el GADMC OTAVALO se reserva el derecho de aplicar los resultados que se obtengan del mismo.

Agradeciendo por la atención que le brinde a la presente, me suscribo.


Jimm Armijos
Coordinador (e) General
Dirección de Gestión Social y Cultural
GADMC OTAVALO



Dirección: García Moreno # 505 / Telf: 06 2 920 - 460 / 06 2 924 - 566
Fax: 06 2 920 - 404
OTAVALO - ECUADOR



Anexo N° 2: Proforma muebles y enseres



GUILLERMO DANILO BUITRON ESPARZA

BOLIVAR 04 Y 12 DE NOVIEMBRE - ILUMAN - OTAVALO
 TELF.: 2946 401 2946 372 RUC: 1001741659001

PROFORMA

4122021

CLIENTE	JENNYFER CEVALLOS VACA
FECHA:	jueves, 19 de julio de 2018
DIREC:	Otavaló

TELEFONO:	
RUC: 1004662175	

CANT.	DETALLES	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
4	ESTACIONES 9X4	87.50	350.00
4	SILLAS 3X4	26.78	107.12
2	MUEBLES ARCHIVADOR 290X2	258.92	517.84
4	COMPUTADORAS CORE I7 7MA GEN.	714.28	2.857.12
4	PAPELERAS 15 X 4	13.39	53.56
1	MATERIALES DE OFICINA	89.28	89.28
1	IMPRESORA EPSON L395	312.50	312.50
1	CONEXION A LA RED	89.28	89.28
			-
			-
			-
			-
		SUBTOTAL	4.376.70
		IVA 12%	525.20
	BUITRON & CARVAJAL RUC: 1001741659001	TOTAL	4.901.90

FIRMA AUTORIZADA

ENTREGUE CONFORME

RECIBI CONFORME

PROFORMA VALIDA POR 30 DIAS

Anexo N°3 Encuestas, Entrevista

Encuestas a las Pymes, MiPymes del cantón Otavalo



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Sede
Ibarra

Encuestas Tesis de Grado

La presente encuesta es realizada con fines académicos para el desarrollo de un proyecto de grado, con el objetivo de determinar la oferta y demanda existente en el mercado local sobre Comercio Exterior, dirigido a las Pymes, MiPymes ubicadas en el cantón Otavalo.

Datos generales:

Nombre de la empresa:

Cargo que desempeña:

Sexo: Femenino _____ Masculino _____

Indicaciones: lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una X donde creyere necesario.

1. ¿Actualmente su empresa realiza actividades relacionadas con el comercio internacional?

- a) Exporta
- b) Importa
- c) Ambas
- d) Ninguna

2. ¿Cuál es la actividad de mayor importancia en su empresa?

- a) Comercio interno
- b) Comercio exterior

3. ¿Si su respuesta anterior fue comercio exterior la actividad es de importación o exportación?

- a) Importación
- b) Exportación

4. Dentro de la escala de 1 a 5, donde 1 es muy poco, 2 es poco, 3 es regular, 4 es bueno y 5 es muy bueno. ¿Cómo considera usted su nivel de conocimientos sobre Exportación o Importación?

- 1 2 3 4 5
-

5. ¿Ha participado en ferias Internacionales

- a) Permanentemente
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente

- d) Raramente
- e) Nunca

6. Tomando en cuenta la pregunta anterior, a continuación, especifique cuáles;

.....
.....

7. ¿Estaría interesado/a que el GADMO brinde servicios de capacitación y/o asesorías que lo ayuden a un mejor proceso en cuanto a comercio exterior?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Indiferente
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

8. ¿Indique cuál es el factor por el cual decide contratar un servicio?

- a) Calidad en el servicio y cumplimiento
- b) Empresa actual y moderna
- c) Atención oportuna
- d) Confianza y honorabilidad
- e) Bajo precio
- f) Todas

9. ¿Cuáles son los principales factores que toma en cuenta para aplicar el precio a sus productos?

- a) Tiempo
- b) Dificultad
- c) Tipo de producto y/o mercancía
- d) Cantidad
- e) Tipo de cliente
- f) Zona geográfica
- g) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

10. ¿Cuál es el medio principal que usted cree que, se deberían utilizar para realizar los trámites de documentación respectivos para una Exportación?

- 1) Medios electrónicos
- a) Internet
- b) Correo electrónico
- c) Teléfono
- d) Fax

2) Medios físicos

- a) Documentación

11. ¿Conoce usted cuáles son las instituciones a las que debe recurrir para pedir información sobre asesoría en comercio internacional?

- a) Ministerio de Comercio Exterior (COMEX)
b) ProEcuador
c) Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)
d) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
e) Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)
f) Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Otavalo (GADMO)
g) Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (Unaimco)
h) Desconoce

12. ¿Qué servicios se debería implementar en la ciudad para fortalecer el comercio tanto nacional e internacional?

- a) Capacitaciones
b) Talleres
c) Punto de información
d) Negociaciones
e) Convenios con entidades relacionadas al comercio exterior
f) Ferias internacionales
g) Todas las anteriores

13. ¿Considera usted qué al momento de adicionar un valor agregado a su producto, este encarecería?

Mucho Bastante Poco Nada

14. Tomando en cuenta la pregunta anterior, ¿Qué factores tomaría en cuenta para aplicar el precio?, A continuación, especifique;

.....
.....

Encuestas a las Agencias de Carga Internacional del Cantón Otavalo

Encuestas Tesis de Grado

La presente encuesta es realizada con fines académicos para el desarrollo de un proyecto de grado, con el objetivo de determinar la oferta y demanda existente en el mercado local sobre Comercio Exterior, dirigido a las Agencias de Carga Internacional ubicadas en el cantón Otavalo.

Datos generales:

Nombre de la Agencia:

Cargo que desempeña:

Sexo: Femenino Masculino

Indicaciones: lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una X donde creyere necesario.

1. ¿Qué tipos de servicios ofrece su agencia?

- a) Embalaje
- b) Control del Peso
- c) Inspección de mercadería
- d) Consolidación de Carga
- e) Almacenamiento
- f) Registro de Importador/Exportador / Clave - Ecuapass
- g) Transporte desde y hacia cualquier parte dentro del país
- h) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

2. ¿Qué tipo de mercancías y/o productos son las más enviadas (exportadas) por los otavaleños?

- a) Productos orgánicos
- b) Textiles (sacos, gorras, bufandas, pijamas, pantalones rayados, entre otros)
- c) Artesanías
- d) Bisutería (tagua, plata, madera)
- e) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

2.1 ¿A qué País?

- a) México
- b) Estados Unidos
- c) España
- d) Panamá
- e) Canadá
- f) Holanda
- g) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

2.2 ¿A qué régimen se rigen?

- a) Importación Temporal
- b) Perfeccionamiento Activo
- c) Exportación a consumo
- d) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

3. Tomando en cuenta la anterior pregunta. ¿Qué tipo de documentos realiza la Agencia previo a una exportación para dichas mercancías?

- a) Documentación aduanera
- b) Certificado de Origen
- c) Lista de empaque
- d) Licencias de exportación e importación
- e) Pólizas de seguro
- f) Conocimiento de embarque
- g) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

4. Dentro del siguiente rango; ¿Qué tiempo dura el proceso desde la recepción del cliente hasta la entrega de despacho?

De 1 a 2 días

De 2 a 3 días

De 3 a 5 días

5. ¿Cuál es el Incoterms que más utiliza la Agencia?

EXW	
FCA	
FAS	
FOB	

CFR	
CPT	
CIF	
CIP	

DAT	
DAP	
DDP	

6. ¿Dependiendo qué factores se rige para cotizar un envío?

- a) Tipo de producto a exportar
- b) Peso del producto
- c) Volumen del producto
- d) Valor del producto y del embarque
- e) Punto de origen y punto de destino
- f) Tipo de empaque y embalaje
- g) Requerimiento del usuario (rapidez, disponibilidad, accesibilidad)
- h) Cadena logística
- i) Normativa aduanera
- j) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

7. ¿Cuál es el valor agregado que brinda a sus clientes como Agencia de Carga Internacional?

- a) Servicios de Aduanas
- b) Emisión de pólizas de seguro
- c) Asesoría y atención al cliente
- d) Descuentos en fechas especiales
- e) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

8. Dentro del siguiente rango; ¿Cuál es el valor o precio que se paga por los servicios prestados en su Agencia de Carga Internacional?

- De 50 a 150 De 150 a 300 De 300 en adelante Otros valores, especifique
-

9. ¿Cuáles son los riesgos que pueden ocurrir como Agencia de Carga Internacional?

- a) Incumplimiento de pago
- b) Daños o pérdidas
- c) Robos
- d) Riesgos políticos – sociales
- e) Accidentes de tránsito
- f) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

10. ¿Con cuáles aerolíneas trabaja su Agencia de Carga Internacional?

- a) Avianca
- b) American Airlines
- c) Copa Airlines
- d) Delta
- e) Latam
- f) Aero Gal
- g) Lan Cargo
- h) Tame
- i) Tampa Cargo
- j) Atlas Air
- k) Otros, a continuación, especifique;

.....
.....

Entrevista Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Sede
Ibarra

Entrevista Tesis de Grado

La presente entrevista es realizada con fines académicos para el desarrollo de un proyecto de grado, con el objetivo de determinar la oferta y demanda existente en el mercado local sobre Comercio Exterior, dirigido al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo.

Datos generales:

Nombre:

Departamento:

Cargo que desempeña:

1. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo ofrece servicios al sector productivo?
2. Se ha realizado algún sondeo sobre las necesidades del sector productivo?
3. Que tipos de servicios brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo en temas en comercio exterior? Cuales, especifique;
4. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo dispone de un centro de asesoría en comercio exterior?
5. Cree usted que es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo implemente un centro de asesoría en comercio exterior?

-
- 6. Existe algún tipo de impedimento desde el punto legal o político, que limite la implementación o funcionamiento del centro de comercio exterior?**

 - 7. Se podrá tener el apoyo del presupuesto por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo para la implementación del centro de asesoría de comercio exterior?**

 - 8. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo cuenta con el espacio físico o infraestructura y personal para el funcionamiento centro de comercio exterior?**

 - 9. En el caso de la ejecución del centro se asesoría de comercio exterior el municipio tiene el personal para el funcionamiento?**

 - 10. Se podrá tener contacto a través del municipio con entidades gubernamentales relacionadas con el comercio exterior; para la ayuda de soporte técnico del centro de asesoría?**

Como un comentario: Al ver la existencia de la necesidad por parte de los productores y/o empresarios de la asesoría en temas de comercio exterior, habría la posibilidad de incluir como un proyecto para posteriores planes de Alcaldía?

Anexo N° 4: Listado socios Unaimco

N°	NOMBRES	PROFESION	ACTIVIDAD
1	Amaguaña Teran Maria Sabina	Artesanal	Comerciante
2	Cortdova Cotacachi Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
3	Anrango Anrango Victor Manuel	Artesanal	Instrumentos musicales
4	Cotacachi Cahuasqui Tupac Yupanqui	Artesanal	Comerciante
5	Farinango Cordova Jose Luis	Artesanal	Tejidos telar de mano
6	Burga Burga Luis Humberto	Artesanal	Tejidos sacos
7	Burga Oyagata Maria Juana	Artesanal	Chales
8	Burga Cachimuel Julián	Artesanal	Comerciante
9	Burga Males Ana	Artesanal	Bordados camisa
10	Maigua Lema Jose Antonio	Artesanal	Comerciante
11	Campo Otavalo Luis Ernesto	Artesanal	Productor
12	Cordova Lema José Manuel	Artesanal	Comerciante
13	Cotacachi Farinango Jose Segundo	Artesanal	Comerciante
14	Conejo Quinche Delia Marina	Artesanal	Comerciante
15	Campo Romero Rosa Matilde	Artesanal	Comerciante
16	Chalan Amaguaña Franklin Joselito	Artesanal	Comerciante
17	Santillan Amaguaña Luis Raul	Artesanal	Comerciante
18	Santellan Vega Rafael	Artesanal	Tejidos
19	Chiza Arias Alfonso	Artesanal	Tejidos
20	De La Torre Farinango Ana Gladys	Artesanal	Bolsos - sacos de lana
21	De La Torre De La Torre Luis Alfonso	Artesanal	Bolsos - sacos de lana
22	Campo Lema Blanca Marina	Artesanal	Bolsos - Amacas
23	Saravino Flores Oscar David	Artesanal	Tejidos
24	Pichamba Remache Jose Luis	Artesanal	Comerciante
25	Rodriguez Naranjo Olga Luzmila	Artesanal	Masapan
26	Tituaña Romero Jose Segundo	Artesanal	Comerciante

27	Tituaña Chiza Guillermo Humberto	Artesanal	Comerciante
28	Vega Lema Jose Abelardo	Artesanal	Comerciante
29	Zambrano Lopez Maria Elena	Artesanal	Gorros y bufandas
30	Pastillo Maldonado Ana Lucia	Artesanal	Comerciante
31	Montalvo De la Torre Luis Arcenio	Artesanal	Tejidos
32	Morales Morales Segundo	Artesanal	Comerciante
33	Males Cabascango Luis Segundo	Artesanal	Comerciante
34	De la Torre Conejo Jose Alonso	Artesanal	Comerciante
35	Tabango Cahuasqui Hermelinda	Artesanal	Comerciante
36	Lema Cotacachi Blanca Lilia Marina	Artesanal	Comerciante
37	Ruiz Males Maria Elena	Artesanal	Comerciante
38	Lema Conejo Mario Wilian	Artesanal	Comerciante
39	Maldonado Saransig Luz Maria	Artesanal	tejidos en lana
40	Maldonado Chagna Maria Yolanda	Artesanal	Comerciante
41	Muenala Quilumba Luis German	Artesanal	Comerciante
42	Males Lema Segundo Fernando	Artesanal	Comerciante
43	Morales Maldonado Luis Alfonso	Artesanal	Tejidos
44	Maldonado Guerra Silvia Rosa	Artesanal	Tejidos
45	Otavalo Vasquez Jose Miguel	Artesanal	Comerciante
46	Potosi Ruiz Claudia Ximena	Artesanal	Comerciante
47	Perugachi Pillajo Maria Luzmila	Artesanal	Comerciante
48	Duque Arias Luis Enrique	Artesanal	Comerciante
49	Perugachi Espinoza Alberto	Artesanal	Comerciante
50	Perugachi Perugachi Tarquino	Artesanal	Comerciante
51	Saransig Maldonado Olga Esthela	Artesanal	Comerciante
52	Santillan Santillan Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
53	Santacruz Cabascango Jose Martin	Artesanal	Comerciante
54	Santacruz Cabascango Jaime	Artesanal	Comerciante
55	Saravino Flores Myrian Ana	Artesanal	Comerciante
56	Tituaña Amaguaña Elena	Artesanal	Comerciante

57	Tontaquimba Saransig Luis Fernando	Artesanal	Comerciante
58	Yacelga Maldonado Fausto Rodrigo	Artesanal	Comerciante
59	Yacelga Lita Maria Rebeca	Artesanal	Tejidos
60	Yacelga Otavalo Jose Rafael	Artesanal	Tejidos
61	Yacelga Santellan Humberto	Artesanal	Comerciante
62	Amaguaña Males Rodrigo	Artesanal	Comerciante
63	Anrango Campo Rodolfo Jose	Artesanal	Bolsos
64	Caceres Maigua Joaquin	Artesanal	Comerciante
65	Cordova De la Torre Jose Gonzalo	Artesanal	Comerciante
66	Conejo Morales Luzmila	Artesanal	Comerciante
67	Cepeda Potosi Jose Segundo	Artesanal	Tejidos
68	Ordoñez Portilla Byron Ernesto	Artesanal	Muñecas etnicas y piedras
69	Caceres Maigua Narciso	Artesanal	Tejidos
70	Maigua Muenala Maria Sebastiana	Artesanal	Comerciante
71	Morales Cabascango Maria Manuela	Artesanal	Comerciante
72	Perugachi Maigua Rafael	Artesanal	Artista
73	Anrango Arellano Marco	Artesanal	Tejidos
74	Santillan Chango Maria Rosa	Artesanal	Comerciante
75	Tontaquimba Teran Francisco	Artesanal	Comerciante
76	Lema Tituaña Luis Ernesto	Artesanal	Tejidos
77	Lema Cotacachi Segundo	Artesanal	Sacos
78	Amaguaña Lema Hamilton Raul	Artesanal	Confecciones
79	Arias Chiza Jose Pedro	Artesanal	Confecciones
80	Achina Burga Mariano	Artesanal	Sacos
81	Cotacachi Fueres Maria Martha	Artesanal	Comerciante
82	Campo Romero Maria Zoila	Artesanal	Comerciante
83	Cachimuel Alfusi Jesus Isidro	Artesanal	Amacas
84	Diaz Pineda Luis Enrique	Artesanal	Bolsos

85	De La Torre Farinango Miryan Del Rocio	Artesanal	Comerciante
86	Farinango Conejo Mario Segundo	Artesanal	Tejidos sacos
87	Fuel Lopez Jose Ruperto	Artesanal	Comerciante
88	Farinango Cotacachi Alfonso	Artesanal	Comerciante
89	Burga Chiza Gladys Maria	Artesanal	Comerciante
90	Matango Perugachi Jose Cesar	Artesanal	Sacos de lana
91	Pillajo Cordova Luis Alberto	Artesanal	Braceletes
92	Lema Lema Rocio Elizabeth	Artesanal	Sacos
93	Panama Oyagata Silvia Maribel	Artesanal	Comerciante
94	Picuasi De La Torre Camilo	Artesanal	Sacos de lana
95	Muenala Teran Segundo	Artesanal	Sacos
96	Maigua Lema Luis Enrique	Artesanal	Comerciante
97	Males Amaguaña Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
98	Mendoza Tixicuro Jose Miguel	Artesanal	Pulceras
99	Quinchuqui Diaz Rosa Maria	Artesanal	Comerciante
100	Panama Panama Jose Alfredo	Artesanal	Tejidos-tapices
101	Ruiz Lema Cesar Ernesto	Artesanal	Comerciante
102	Maldonado Cando Isabel	Artesanal	Comerciante
103	Santillan Conejo Nancy Maritza	Artesanal	Tejidos
104	Santacruz Yamberla Alberto Marcelo	Artesanal	Comerciante
105	Tabango Vinueza Elsa	Artesanal	Pantalones
106	Tituaña Matango Diego Alonso	Artesanal	Comerciante
107	Troya Rea Aurelia Efigenia	Artesanal	Gorras-bufandas
108	Morales Matango Rosa Elena	Artesanal	Duendes y cajas de madera
109	Cushcagua Cortez Elvia Lucrecia	Artesanal	Tejidos
110	Chalan Camuendo Mario Humberto	Artesanal	Ponchos
111	Anrango Fernandez Maria Dominga	Artesanal	Bisuteria

112	Aguilar Vasquez Nancy Viviana	Artesanal	Comerciante
113	Ajala Santillan Luis Humberto	Artesanal	Tejidos gorras
114	Artes Chavez Elvis Orlando	Artesanal	Atrapasueños
115	Anrango Cabascango Patricio	Artesanal	Muñecas de trapo
116	Anrrango Guandinango Erika Del Rocio	Artesanal	Confecciones algodón
117	Amaguna Panama Luis Rolando	Artesanal	Confecciones tela indu
118	Arias Muenala Viviana Elizabeth	Artesanal	Bufandas
119	Baustista Salazar Maria Hilda	Artesanal	Comerciante
120	Anrango Amaguaña Julio Gustavo	Artesanal	Comerciante
121	Ascanta Morales Alex Leonel	Artesanal	sacos de lana
122	Amaguaña De La Torre Jose Segundo	Artesanal	cojines y chaquetas de niños
123	Anrango Cepeda Luis Holguer	Artesanal	bufandas
124	Anrango Tituña Jose Segundo	Artesanal	Danzante
125	Arellano Maldonado Silvia Lorena	Artesanal	generaL
126	Anrango Maldonado Maria Luzmila	Artesanal	Bolsos
127	Anguaya Cachimuel Fausto Geovany	Artesanal	tapices
128	Albarran Diaz Cristian Atahualpa	Artesanal	tejidos en lana
129	Alfusi Burga Francisco	Artesanal	en general
130	Arellano Maldonado Fabiola	Artesanal	Comerciante
131	Anrango Cahuasqui Fabian	Artesanal	Comerciante
132	Artes Chavez Jefferson David	Artesanal	Comerciante
133	Amaguaña Cotacachi Cesar Antonio	Artesanal	Comerciante
134	Anrango Farinango Cipriano Reinaldo	Artesanal	Comerciante
135	Anrango Isama Andres	Artesanal	Comerciante
136	Criollo Aguilar samuel	Artesanal	Comerciante
137	Avarez Cotacachi Dayana Estefania	Artesanal	Comerciante

138	Aguilar Aguilar jose alberto	Artesanal	Comerciante
139	Alvarez Cabezas Jose Ricardo	Artesanal	comerciante
140	Otavalo Guerra Alberto	Artesanal	Comerciante
141	Montalvo Cachiguango Bayron Patricio	Artesanal	Comerciante
142	Cachimuel Mendoza Marco Vinicio	Artesanal	Comerciante
143	Amaguaña Vega Bryan Geovanny	Artesanal	Comerciante
144	Chicaiza Toaing Segundo Aurelio	Artesanal	Comerciante
145	Almeida Avila Karla Johanna0	Artesanal	Comerciante
146	Cordova Campo Charic Gonzalo	Artesanal	Comerciante
147	Iza Conejo María Esthela	Artesanal	Comerciante
152	Burga Burga Eliecer Edelberto	Artesanal	Chales
153	Burga Burga Franklin Dario	Artesanal	Sacos
154	Burga Flores Adrian Salvador	Artesanal	Tejidos
155	Burga Males Diana Esthela	Artesanal	tejidos de lana
156	Burga Burga Tarquino	Artesanal	Chales a mano
157	Burga Peralta Angel	Artesanal	Comerciante
158	Anguaya Males Alberto	Artesanal	Comerciante
159	Cando Morales Maria	Artesanal	Comerciante
160	Cabascango Guerra Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
161	Conejo Gonzales Luis Felipe	Artesanal	Comerciante
162	Castañeda Fuerez Carlos Roberto	Artesanal	Confecciones Indu
163	Castañeda Cachiguango Segundo	Artesanal	Artesanal-confeccion bolsos
164	Cabascango Cachimuel Eduardo Alcides	Artesanal	Porta incienciasos
165	Cabascango Arias Nancy Lucila	Artesanal	Maracas
166	Chiza Maldonado Alex Michael	Artesanal	Comerciante
167	Caceres Maldonado Ramiro	Artesanal	Tejidos chales
168	Cañamar Cando Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
169	Cordova Cordova Luis Roberto	Artesanal	Bolsos

170	Carrascal De La Torre Roberto Carlos	Artesanal	Comerciante
171	Castañeda Castañeda Julio	Artesanal	Comerciante
172	Cachimuel Pastillo Jose Araham	Artesanal	Tejidos amacas
173	Conejo Muenala Fausta Guillermo	Artesanal	Comerciante
174	Cotacachi Quinchuqui Diego Edison	Artesanal	Comerciante
175	Chiza Tituana Javier Patricio	Artesanal	Chales
176	Chamorro Calapi Laura Cristina	Artesanal	Comerciante
177	Castaneda Castaneda Jose Julio	Artesanal	Comerciante
178	Cepeda Castañeda Luis Nelson	Artesanal	Comerciante
179	Chalampuento Maigua Alfonso	Artesanal	Instrumentos de viento
180	Casatañeda Maldonado Jhon Jairo	Artesanal	Sacos fubandas
181	Coronado Moisin Luis Alfredo	Artesanal	Tejidos y prendas
182	Cabasacango Espinoza Edwin David	Artesanal	Comerciante
183	Cabascango Espinoza Humberto	Artesanal	Comerciante
184	Cabascango Tuquerres Jose Miguel	Artesanal	Tejidos a mano
185	Copa Paucar Eva Lucia	Artesanal	Maestra en corte y confeccion
186	Cabascango Maldonado Edison David	Artesanal	Tejidos fajas
187	Conejo Quinche Martha Cecilia	Artesanal	Tejidos-estampados
188	Chaguipaz Cachimuel Mercedes	Artesanal	Comerciante
189	Cepeda Cushcagua Maria Laura	Artesanal	sacos de lana
190	Camuendo Anrango Jose Mauro	Artesanal	sacos de lana
191	Camuendo Anrango Edwin	Artesanal	sacos de lana
192	Cordova Montalvo Jose Luis	Artesanal	ponchos-fubandas
193	Cando Camuendo Jairo Ruben	Artesanal	tejidos en lana
194	Catucuamba Catucuamba Diana Janeth	Artesanal	Sacos de lana

195	Cacuango Yamberla Jose Marcelino	Artesanal	tejedor
196	Cachiguango Tabango German	Artesanal	Pulceras
197	Chalan Camuendo Ivan Segundo	Artesanal	Ropas tipicas
198	Cachiguango Potosi Martha Cecilia	Artesanal	Comerciante
199	Camuendo Saravino Luis Humberto	Artesanal	tapiz-bolsos de lana
200	Cisneros Cando Jose Luis	Artesanal	Comerciante
201	Caceres Morales Alex Rolando	Artesanal	Comerciante
202	Cachimuel Ramos Maria Matilde	Artesanal	Comerciante
203	Cachimuel Ramos Ana Delia	Artesanal	Comerciante
204	Campo Tixicuro Veronica Alexandra	Artesanal	Comerciante
205	Cañamar Maldonado Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
206	Caseres Maigua Diego Armando	Artesanal	Comerciante
207	Cotacachi Conteron Luis Rodrigo	Artesanal	Comerciante
208	Caseres Maigua Yuri Esthela	Artesanal	Comerciante
209	Cortez Amaguaña Maria Elena	Artesanal	bordados y tejdos a mano
210	De La Torre Sarabino Henry Geovanny	Artesanal	bolsos de lana
211	Diaz Pineda Rosa Matilde	Artesanal	bolsos y camisas
212	De La Torre De La Torre Jose Jaime	Artesanal	tejidos de lana
213	De La Torre Saravino Gladys Cristina	Artesanal	tejiudos de lana
214	De La Torre Diaz Jaime Cesar	Artesanal	sacos de lana
215	Diaz De La Torre Martha Cecilia	Artesanal	pulceras
216	Duque Cachiguango Manuel jaime	Artesanal	Comerciante
217	De La Torre Pineda Luis German	Artesanal	Comerciante
218	Caceres Campo Jose Luis	Artesanal	Comerciante
219	Cachimuel Moreta Luis Jaime	Artesanal	Comerciante
220	Cotacachi Cacuango Jose Segundo	Artesanal	Comerciante

221	Castañeda Gualsaqui Luis Javier	Artesanal	Comerciante
222	Cahuasqui Remache Luis Marcelo	Artesanal	Comerciante
223	Castañeda Castañeda Martha	Artesanal	Comerciante
224	Catañeda Maldonado laydi Cristina	Artesanal	Comerciante
225	Castañeda Castañeda Segundo	Artesanal	Comerciante
226	Cotacachi Morales Edwin Salomon	Artesanal	Comerciante
227	Chiza Qunche Raul	Artesanal	Comerciante
228	De la Torre Pineda Jose Luis Alberto	Artesanal	tapiz
229	Otavallo Yamberla Jose Calixto	Artesanal	Comerciante
230	Cotacachi Ruiz Luz maria	Artesanal	Comerciante
231	Cotacachi Morales Kever Cristobal	Artesanal	Comerciante
232	Cordova Cordova Edwin Geovanny	Artesanal	Comerciante
233	Cachimue Madonado Jorge Enrique	Artesanal	Comerciante
234	Cachimuel Quilumba Jose Luis	Artesanal	Comerciante
235	Camuendo Camuendo Mercedes	Artesanal	Comerciante
236	Camuendo Flores Luis Cesar	Artesanal	Comerciante
237	castañeda ascanta alfonso	Artesanal	Comerciante
238	Cordova Campo Edison Javier	Artesanal	Comerciante
239	Campo Burga Maria	Artesanal	Comerciante
240	Camuendo Camuendo Wilmer Giovanny	Artesanal	Comerciante
241	Cortez males valentina	Artesanal	Comerciante
242	Camuendo morales antonio	Artesanal	Comerciante
243	Chiza Yaselga fabian	Artesanal	Comerciante
244	Chalan maigua sandra maribel	Artesanal	Comerciante
245	Cando Lema Edison Xavier	Artesanal	Bolsis-bufandas
246	Caceres morales alex rolando	Artesanal	Comerciante
247	Constante Chuquitarco Monica Alexandra	Artesanal	Comerciante
248	Alvarez Cotacahi Joel Washington	Artesanal	Comerciante

249	Cordova Cordova Oscar Bayron	Artesanal	tejedor de gorras lanas
250	Imba Pineda Maria Trinidad	Artesanal	Comerciante
251	Hidrobo Arciniega Magal Yeseña	Artesanal	Comerciante
252	Guaman Muenala Germanico	Artesanal	Hamacas
326	Teran Tontaquimba Silvia Elizabeth	Artesanal	bolsos,mpchilas,monederos
327	Duque Arias Luis Antonio	Artesanal	Comerciante
328	DE la Torre Conteron Ana Marisol	Artesanal	Comerciante
329	Duque arias luis enrique	Artesanal	Comerciante
330	Enriquez Guaman Lidia Isabel	Artesanal	Plateria
331	Espinoza Santellan Myrian Janeth	Artesanal	Sacos
332	Espinoza Campo Alberto	Artesanal	Comerciante
333	Espinoza perucachi luis fredy	Artesanal	Comerciante
334	Cordova Morales Carlos Alberto	Artesanal	productor
335	Yamberla De la Torre Gladys Marlene	Artesanal	pijamas
336	Yamberla De la Torre Luis Armando	Artesanal	pijamas
364	Farinango Vega Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
365	Farinango Tixicuro Ana Maria	Artesanal	Comerciante
366	Fuerez Gonzales Luis Enrique	Artesanal	manillas
367	Farinango Lema Nelson	Artesanal	tejidos
368	Flores Maigua Luis Hector	Artesanal	Comerciante
369	Fuentes Lema Luis Hernan	Artesanal	Comerciante
370	Farinango Cancan Maria Del Carmen	Artesanal	vestidos de gasa
371	Flores Castañeda Milton Rodrigo	Artesanal	Jornalero
372	Reascos lopez pilar cecilia	artesanal	Comerciante
382	Gualsaqui Panama Fredy Fernando	Artesanal	Algodón Indu
383	Gualsaqui Tulcanazo Fauto Rene	Artesanal	Comerciante
384	Gualapuro Pichamba Mario Ernesto	Artesanal	Tejido tela peszacado

385	Gualsaqui Calderon Luis A Ionso	Artesanal	Comerciante
386	Guajan Moran Cinthia Natali	Artesanal	Gorras-bufandas
387	Gualapuro Pichamba Pedro Rene	Artesanal	Tejidos
388	Gualapuro Muenala Juaquin	Artesanal	Manillas
389	Gualapuro Ipliales Inti Joaquin	Artesanal	Pintura
390	Guaman Chuma Juan Gabriel	Artesanal	Comerciante
391	Jaramillo Cabrera Christian	Artesanal	Comerciante
392	Guajan Males Maria Esthela	Artesanal	Comerciante
393	Gualsaqui Perugachi Jesusa	Artesanal	Comerciante
394	Gualapuro Ascanta Marisol	Artesanal	Comerciante
395	Gualsaqui Cabascango Ronnie Bolivar	Artesanal	Comerciante
396	Guajan Lema Fredy Patricio	Artesanal	Comerciante
397	Guitarra Espinosa Maria Josefa	Artesanal	Comerciante
398	Ipliales Maigua Segundo	Artesanal	Comerciante
399	Jara Gonzales Jenny mercedes	Artesanal	Comerciante
400	Lema Cordova Luis Fernando	Artesanal	Tejidos bayetas
401	Lema Cordova Silvia Karina	Artesanal	Comerciante
402	Lopez Pulsara Maria Elena	Artesanal	Tejidos amacas
403	Lema Vasquez Dino Patricio	Artesanal	Ponchos de lana
404	Lanchimba Vaca Nelly Eudicia	Artesanal	Ceramicas
405	Lanchimba Guanga Maria Lorena	Artesanal	Sacos de lana
406	Lema Lema Luis A lfonso	Artesanal	Sacos-chaes
407	Lema Lema Cesar Carlos	Artesanal	Tejidos
408	Lema Vega Wilson Hernan	Artesanal	Ttejidos en lana
409	Lema Cotacachi Manuel	Artesanal	Comerciante
410	Bautista Vinueza Segundo	artesanal	comerciante
411	Lechon Sinchico Luis Jose	Artesanal	Comerciante
412	Lema Amaguaña Jose Antonio	Artesanal	Comerciante
413	Moisin Cachiguango Elisa Belen	Artesanal	Comerciante
414	Moreta Campo Lourdes Sofia	Artesanal	Anacos y pantalones

415	Maldonado Guerra Luz Marlene	Artesanal	Comerciante
416	Morales Pineda Elsa Adela	Artesanal	Comerciante
417	Muenala Alvarez Lizeth Jhoselyn	Artesanal	Comerciante
418	Muenala Muenala Tanya Alexandra	Artesanal	Comerciante
419	Morales Gonzales Marco	Artesanal	Comerciante
420	Maigua Santacruz Aida Marisol	Artesanal	Comerciante
421	Moreta Campo Marco Javier	Artesanal	Comerciante
422	Males Moraes Ruben Dario	Artesanal	Tejidos fajas
423	Maldonado Lopez Jose Segundo	Artesanal	Tejidos chales
424	Muenala Maldonado Franklin Rolando	Artesanal	Tejidos bufandas
425	Maigua Maigua Maria Shosein	Artesanal	Tejidos gorras
426	Morales Ramos Luz Maria	Artesanal	Camisas boradados
427	Males Tambaco Sandra Ines	Artesanal	Comerciante
428	Males Burga Aida Manuela	Artesanal	Tejidos
429	Muenala Anguaya Luz Maria	Artesanal	Sacos
430	Muenala Morales Marcela Yessica	Artesanal	Tejidos de lana
431	Moreta Maldonado Franklin Roberto	Artesanal	Amacas
432	Morales Arias Blanca Janeth	Artesanal	Sacos-bufandas
433	Maldonado Anrango Enrique	Artesanal	Pulceras en tahua
434	Morales Salazar Francisco	Artesanal	Pulceras de collar
435	Mendoza Caceres Paola Aexandra	Artesanal	Atrapa sueños
436	Morales Anrango Jose Antonio	Artesanal	Atrapa sueños
437	Matango Suarez Rodrigo	Artesanal	Tejedor
438	Maite Muenala Jenny Fernanda	Artesanal	Gorras de lana
439	Montalvo Viñachi Luis Humberto	Artesanal	Tejidos en lana
440	Morales Albarez Veronica Patricia	Artesanal	Atrapasueños
441	Maigua Pillajo Casar Fabian	Artesanal	Tapices
442	Montalvo Muenango Diego Armando	Artesanal	Tejidos

443	Males Cachimuel Olga Esthela	Artesanal	Chales-sueteres de lana
444	Maldonado De La Torre Gladys Cecilia	Artesanal	Tejidos en lana
445	Males Gualsaqui Nely	Artesanal	Comerciante
446	Morales Anguaya Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
447	Morales Cotacachi Luis Alvaro	Artesanal	Comerciante
448	Maigua Teran Edwin Marcelo	Artesanal	Comerciante
449	Mendoza Pastillo Sonia Esthela	Artesanal	Comerciante
450	Moreta Saransig Luis Fabian	Artesanal	Comerciante
451	Maldonado Tontaquimba German	Artesanal	Comerciante
452	Muenala Cabascango Nestor Fabian	Artesanal	Comerciante
453	Moreta Campo Jose Rodrigo	Artesanal	Comerciante
454	Morocho Santacruz Byron inicio	Artesanal	Comerciante
455	Morales Ramos Inty Jefferson	Artesanal	Comerciante
456	Matango Gualapuro Lidia esthea	Artesanal	Comerciante
457	Morales Camuendo Jose Enrique	Artesanal	Comerciante
458	Muenala Segundo Manuel	Artesanal	Comerciante
459	Maes Morales Sra Ñusta	Artesanal	Comerciante
460	Morales Diaz Henry David	Artesanal	Comerciante
461	Morales Diaz Tania Lorena	Artesanal	Comerciante
462	Arias Males Josefina	Artesanal	Tejidos bufandas
463	Males farinango luis alfonso	Artesanal	Comerciante
464	Muenala quilumba maria cristina	Artesanal	Comerciante
465	Moreta Quishpe blanca Cecilia	Artesanal	Comerciante
466	males anrango tamia lucia	Artesanal	Comerciante
467	Moreta moreta manuel	Artesanal	Comerciante
468	Males males humberto	Artesanal	Comerciante
469	Maldonado Diaz Luis Raul	Artesanal	Comerciante
470	Muenala Santellan Elvis Patricio	Artesanal	Comerciante
471	Chicaiza Morales Cristian Santiago	Artesanal	Comerciante
472	Medrano Guevara Daniel Antonio	Artesanal	Comerciante

473	Muenala Males Laura	Artesanal	Comerciante
474	Maldonado Sinchico Ana Lucia	Artesanal	Comerciante
475	Yacelga Remache Luz Maria	Artesanal	Tejedor en gorras, bufandas
476	Mendoza Tixicuro Jose Miguel	artesanal	Comerciante
477	Mendoza Caceres Paola Alexandra	Artesanal	Comerciante
479	Camuendo Camuendo Esthela Maria	artesanal	Comerciante
480	Chiriboga Rea Pablo Javier	artesanal	Comerciante
481	Burga Tixicuro Luis Alfredo	artesanal	Comerciante
482	Lara Cartagena Bertha Elizabeth	artesanal	Comerciante
483	Quilumbango Pichamba Oswaldo	artesanal	Comerciante
484	Bonilla Oyagata Vladimir Santiago	artesanal	Comerciante
486	Cando Maldonado Rosa Elena	Artesanal	comerciante
487	Anrango Cabascango Rodrigo Francisco	Artesanal	Musico
488	Carvajal Mediavilla Jose Patricio	Artesanal	comerciante
489	Santillan Cushcagua Luis Alberto	Artesanal	comerciante
490	Yamberla Ipiales Luis Patricio	artesanal	Comerciante
491	Benavides Hurtado Genith Esmeralda	Artesanal	Comerciante
492	Montalvo Galindo Wester Rene	artesanal	Comeciante
493	Lema Cotacachi Edwin Jonathan	artesanal	Comerciante
494	Maldonado Conejo Atic Jayac	artesanal	Comerciante
527	Narvaez Maigua Maria Sebastiana	Artesanal	Tejidos sacos de lana
528	Lema Amaguaña Maria Gladys	Artesanal	Comerciante
551	Panama Oyagata Carlos Rodrigo	Artesanal	Comerciante
552	Perugachi Pillajo Jose Carlos	Artesanal	Tejidos fajas
553	Panama Maldonado Jose Alberto	Artesanal	Comerciante
554	Panama Cotacachi Wilson Orlando	Artesanal	Comerciante
555	Saransig Chiza Gadys Ximena	Artesanal	Bolsos de paja

556	Pillajo Anrango Alfredo	Artesanal	Bisuteria
557	Pichamba Tuquerres Manuel Mesias	Artesanal	Tejidos
558	Palacios Jacome Cristian Pier	Artesanal	Comerciante
559	Pineda Vega Juan Carlos	Artesanal	Comerciante
560	Panama Oyagata Edison Rolando	Artesanal	Pulceras
561	Picuasi Espinosa Blanca Lucila	Artesanal	Tejidos a mano
562	Potosi Arias Luis Leonardo	Artesanal	Tejidos
563	Picuasi De la Torre Luis Eduardo	Artesanal	Tapiz
564	Panama Sanchez Jose Jorge	Artesanal	Comerciante
565	Perugachi Peralta Monica Giovanna	Artesanal	Ceramicas
566	Panama Cotacachi Elsa Edilma	Artesanal	Comerciante
567	Pinsag Cabascango Luis Armando	Artesanal	Comerciante
568	Peralta Cacuangó Luis Calixto	Artesanal	Comerciante
569	Pineda Diaz Jessica Veronica	Artesanal	Tejidos de lana
570	Padilla Benitez Julio Cesar	Artesanal	Parafinas
571	Pichamba Ruiz Luis Enrique	Artesanal	Tejidos en lana
572	Pillajo Panama Jonathan Alfredo	Artesanal	Comerciante
573	Perugachi Sandoval Mario Fernando	Artesanal	Comerciante
574	Picuasi Chiza Jose Jaime	Artesanal	Comerciante
575	Perugachi Tuquerres Mariana	Artesanal	Comerciante
576	Pinto Proaño Edgar Manuel	Artesanal	Comerciante
577	Padilla Cachiguango Maria Rebeca	Artesanal	Comerciante
578	Picuasi Lema Luis Marcelo	Artesanal	Comerciante
579	Picuasi Santacruz Jose Modesto	Artesanal	Comerciante
580	Perugachi Morales Judith Andrea	Artesanal	Comerciante
581	Muenango Albarran Jose Enrique	Artesanal	Comerciante
582	De la Torre Yamberla Nestor Fabian	Artesanal	Tejidos -tapices
583	Morales Conteron Rosa Maria	Artesanal	Comerciante

584	Quilca De la Cruz Luis Victor	Artesanal	Comerciante
585	Ponce Tapia Luis Efrain	Artesanal	Comerciante
586	Potosi Cando Milton Javier	Artesanal	Comerciante
587	Cordova Chalampunte Elvis Rolando	Artesanal	Confeccio tela termica
588	Navarrete Tituaña Jose Bolivar	Artesanal	Comerciante
589	Otavallo Jose Manue	Artesanal	Tejedor
590	Perugachi Otavallo Jose	Artesanal	Comerciante
591	Urcuango Burga Fernando	Artesanal	Negociante
592	Jacome Rojas Alicia Oliva	Artesanal	Comerciante
593	Saransig Espinosa Oswaldo	Artesanal	Comerciante
594	Maldonado Morales Cristian David	Artesanal	Comerciante
595	Otavallo Maigua Laura Rebeca	Artesanal	Comerciante
596	Villagran Peña Dolores	Artesanal	Comerciante
597	Paspuezan Revelo Segundo Camilo	Artesanal	Comerciante
598	Villalva Sanchez Renato Xavier	Artesanal	Comerciante
599	Maldonado Zambrano Luis Ivan	Artesanal	Comerciante
600	Moreta Muenala Melany Esmeralda	Artesanal	Comerciante
601	Molina Oyagata Laura Susana	Artesanal	Artesanal
602	Narvaez Ruiz Ines Fraiceda	artesanal	Artesanal
646	Quinatoa Mediavilla Nelly Paulina	Artesanal	Blusas bordadas
647	Quinchiguango Cachihuango Jose Segundo	Artesanal	Tejidos
648	Quinchihuango Maria Ester	Artesanal	Tejidos
649	Quinche Tambaco Luis Roman	Artesanal	Pulceras
650	Quinchiguango Cordova Lennin Javier	Artesanal	Manillas
651	Quinatoa Cando Luis Alberto	Artesanal	Fajas
652	Quilumbango Cumbal Luis Alberto	Artesanal	Tejidos
653	Quinche Remache Luz Maria	Artesanal	Comerciante
654	Quilumba Santillan Miguel Angel	Artesanal	Comerciante

655	Quilumbaqui Ulcuango Leonardo	Artesanal	Comerciante
656	Quinchiguango ipiales maria cecilia	Artesanal	Comerciante
657	Quimbiulco arias luis german	Artesanal	Comerciante
658	Chasiguano Montenegro Luis Alfonso	artesanal	Atrapasueños bolsos
659	Remache Santillan Miguel Angel	Artesanal	Atrapasueños bolsos
660	Maigua Quinche Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
661	Pineda Diaz Carlos Manuel	Artesanal	Comerciante
662	Rivera Anrango Luis Gustavo	Artesanal	Ponchos de lana
663	Ramos Cotacachi Jose Roberto	Artesanal	Tejidos sacos y ponchis de lana
664	Ramos Morales Elvis Hermal	Artesanal	Tejidos sacos de lana
665	Ramos Flores Luis Alberto	Artesanal	Sacos de lana
666	Remache Morales Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
667	Ramos De La Torre Luis Humberto	Artesanal	Tejidos sacos de lana
668	Reino Moyon Maria Del Carmen	Artesanal	Tejidos a mano
669	Ramos Cachiguango Luis Enrique	Artesanal	Tejidos
670	Ruiz Pinsag Daniel	Artesanal	Comerciante
671	Remache Quilumba Maria Carmen	Artesanal	Comerciante
672	Ramos Zamora uis Christian	Artesanal	Comerciante
673	Rivas Condor Silvina Flor	Artesanal	Comerciante
674	Santellan Males Luis Angel Libardo	Artesanal	Comerciante
675	Santellan Amaguaña German	Artesanal	Tejidos en lana
676	Sarancig Tabango Luis Oscar	Artesanal	Tejidos sacos
677	Santacruz Santacruz Marlene Eliza	Artesanal	Comerciante
678	Santellan Alfusi Dario Moises	Artesanal	Chales
679	Santellan Alfonsi Jose Israel	Artesanal	Gorras y guantes
680	Santiilan Conteron Jose Luis	Artesanal	Sacos de lana
681	Santacruz Quinchiguango Ines Jessica	Artesanal	Comerciante

682	Saransig Tabango Alexandra Viviana	Artesanal	Tejidos en hilo
683	Santa Cruz Cachiguango Martha Cecilia	Artesanal	Comerciante
684	Saravino Quinchuqui Maria Mercedes	Artesanal	Chales
685	Santellan Amaguaña Rodrigo	Artesanal	Comerciante
686	Santillan Fichamba Ligia Elena	Artesanal	comerciante
687	Santellan Remache Jose Luis	Artesanal	Comerciante
688	Santillan Guajan Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
689	Santacruz Yambera luis fermin	Artesanal	Comerciante
690	Quilumba Fichamba Edison Jonathan	Artesanal	Comerciante
691	Tixicuro Maldonado Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
692	Tontaquimba Viñachi Juan Carlos	Artesanal	tejidos chalinas
693	Tituaña Pineda Raul Enrique	Artesanal	Comerciante
694	tamayo quinchiguango luis javier	Artesanal	Comerciante
695	tamayo maigua nicolas	Artesanal	Comerciante
696	Padilla Cachiguango Silvio Rolando	Artesanal	Amacas
697	Tituaña Chiza Hilda Oliva	Artesanal	Chales
698	Teran Velasquez Silvia Cristina	Artesanal	Gorras bufandas
699	Tituaña Gonzales Vicente	Artesanal	Tapices
700	Tuquerres Tabi Maria Hermelinda	Artesanal	Comerciante
701	Tocachi Pujota Ercilia	Artesanal	bisuteria
702	Tabango Maldonado Luis Jose	Artesanal	Comerciante
703	Tabango Maldonado Marco Antonio	Artesanal	Comerciante
704	Tixicuro Guasaqui Cesar Humberto	Artesanal	Comerciante
705	Tuqueres Gualapuro Maria Cristina	Artesanal	Comerciante
706	Teran cachiguango Luis Hernesto	Artesanal	Tejedor

707	Tixicuro Yamberla Cesar Humberto	Artesanal	Comerciante
708	Tituaña Pineda neason Fabian	Artesanal	Comerciante
709	Teran Cachiguango Jose Rafae	Artesanal	Comerciante
710	Tabango yacelga maria elena	Artesanal	Comerciante
711	Visarrea Lopez Luis Aberto	Artesanal	Comerciante
712	Velasquez Males Blanca Cecilia	Artesanal	Tejidos sacos
713	Viñachi Conejo Maria Mercedes	Artesanal	Amacas
714	Vega Cachiguango Jose Mauricio	Artesanal	Tejidos sacos de lana
715	Villagran Tocagon Rafael	Artesanal	Comerciante
716	Vega Cachiguango Martha Cecilia	Artesanal	Gorros de lana
717	Velasquez Males Nelson Enrique	Artesanal	Gorros de lana
718	Velasquez Aguilar Jairo Nelson	Artesanal	Pulceras
719	Valencia Gomez Miriam Maribel	Artesanal	Atrapa sueños
720	Vega Maldonado Rafael	Artesanal	Tejidos en lana
721	Vega Amaguaña Luis Jaime	Artesanal	Bisuteria a mano
722	Velasquez Aguilar Miryan	Artesanal	Totoras
723	Vaca Coba Anibal Marcelino	Artesanal	Comerciante
724	Vera Simbaña Cesar Geovanny	Artesanal	Comerciante
725	Vasquez Tabango Maria Hilda	Artesanal	Comerciante
726	Vinueza Gramal Miryan Yolanda	Artesanal	Comerciante
727	Viñachi Cisneros Alfonso	Artesanal	Comerciante
728	Yamberla Cordova Sandra Marisol	Artesanal	Comerciante
729	Yamberla Cacuango Luis Javier	Artesanal	Tejidos en lana
730	Yamberla de la Torre Maria Rebeca	Artesanal	Bordados y tejidos
731	Yacelga Otavalo Maria Estela	Artesanal	Chompas de lana
732	Yaselga Morales Jose Miguel	Artesanal	Comerciante
733	Yamberla Lema Luis Alfonso	Artesanal	Cmisas bordados a mano
734	Yamberla Pineda Isabel	Artesanal	Sacos de lana
735	Yanes Guerrero Edgar Eduardo	Artesanal	Tejidos sacos de lana
736	Yanes Guerrero Heraldo Ivan	Artesanal	Tejidos sacos de lana
737	Yamberla dela torre luis alfonso	Artesanal	Comerciante

Anexo N° 5: Aspectos legales

TITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 1.- **Ámbito.** - Este Código establece la organización político-administrativa del Estado ecuatoriano en el territorio: el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera.

Además, desarrolla un modelo de descentralización obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial.

TITULO III

GOBIERNOS AUTONOMOS DESCENTRALIZADOS según el (Código Organico Organizacion Territorial Autonomia Descentralizacion (COOTAD), 2010)

Art. 29.- Funciones de los gobiernos autónomos descentralizados. -

El ejercicio de cada gobierno autónomo descentralizado se realizará a través de tres funciones integradas:

- a) De legislación, normatividad y fiscalización;
- b) De ejecución y administración; y,
- c) De participación ciudadana y control social.

Sección Segunda

Del Concejo Municipal

Art. 56.- Concejo municipal. - El concejo municipal es el órgano de legislación y fiscalización del gobierno autónomo descentralizado municipal. Estará integrado por el alcalde o alcaldesa, que lo presidirá con voto dirimente, y por los concejales o concejalas elegidos por votación popular, de conformidad con lo previsto en la ley de la materia electoral. En la elección de los concejales o concejalas se observará la proporcionalidad de la población urbana y rural prevista en la Constitución y la ley.

Art. 57.- Atribuciones del concejo municipal. - Al concejo municipal le corresponde:

f) Conocer la estructura orgánica funcional del gobierno autónomo descentralizado municipal;

g) Aprobar u observar el presupuesto del gobierno autónomo descentralizado municipal, que deberá guardar concordancia con el plan cantonal de desarrollo y con el de ordenamiento territorial; así como garantizar una participación ciudadana en el marco de la Constitución y la ley. De igual forma, aprobará u observará la liquidación presupuestaria del año inmediato anterior, con las respectivas reformas;

j) Aprobar la creación de empresas públicas o la participación en empresas de economía mixta, para la gestión de servicios de su competencia u obras públicas cantonales, según las disposiciones de la

Constitución y la ley. La gestión de los recursos hídricos será exclusivamente pública y comunitaria de acuerdo a las disposiciones constitucionales y legales;

Art. 60.- Atribuciones del alcalde o alcaldesa. - Le corresponde al alcalde o alcaldesa:

h) Decidir el modelo de gestión administrativa mediante el cual deben ejecutarse el plan cantonal de desarrollo y el de ordenamiento territorial, los planes de urbanismo y las correspondientes obras públicas;

i) Resolver administrativamente todos los asuntos correspondientes a su cargo; expedir previo conocimiento del concejo, la estructura orgánico - funcional del gobierno autónomo descentralizado municipal; nombrar y remover a los funcionarios de dirección, procurador síndico y demás servidores públicos de libre nombramiento y remoción del gobierno autónomo descentralizado municipal;

w) Dirigir y supervisar las actividades de la municipalidad, coordinando y controlando el funcionamiento de los distintos departamentos;

TITULO VI

RECURSOS FINANCIEROS DE LOS GOBIERNOS AUTONOMOS

DESCENTRALIZADOS

Capítulo I

Normas Generales según el (Código Organico Organizacion Territorial Autonomia Descentralizacion (COOTAD), 2010)

Art. 163.- Recursos propios y rentas del Estado. - De conformidad con lo previsto en la Constitución, los gobiernos autónomos descentralizados generarán sus propios recursos financieros y, como parte del Estado, participarán de sus rentas, de conformidad con los principios de subsidiariedad, solidaridad y equidad interterritorial.

Art. 164.- Criterios. - Las finanzas públicas en todos los niveles de gobierno, se conducirán de forma sostenible, responsable y transparente a fin de alcanzar el buen vivir de la población, procurando la estabilidad económica. Los gobiernos autónomos descentralizados observarán reglas fiscales sobre el manejo de los recursos públicos, de endeudamiento y de la cooperación, de acuerdo con la ley que regule las finanzas públicas e incorporarán procedimientos eficaces que garanticen la rendición de cuentas ante la ciudadanía sobre el uso y manejo de los recursos financieros.

Art. 165.- Carácter público de los recursos. - Los recursos económicos transferidos, generados y recaudados por los gobiernos autónomos descentralizados son recursos públicos. Los gobiernos autónomos descentralizados que reciban o transfieran bienes o

recursos públicos tendrán la obligación de aplicar los procedimientos que permitan la transparencia, acceso a la información, rendición de cuentas y control público sobre la utilización de los recursos.

Art. 164.- Criterios. - Las finanzas públicas en todos los niveles de gobierno, se conducirán de forma sostenible, responsable y transparente a fin de alcanzar el buen vivir de la población, procurando la estabilidad económica. Los gobiernos autónomos descentralizados observarán reglas fiscales sobre el manejo de los recursos públicos, de endeudamiento y de la cooperación, de acuerdo con la ley que regule las finanzas públicas e incorporarán procedimientos eficaces que garanticen la rendición de cuentas ante la ciudadanía sobre el uso y manejo de los recursos financieros.

Art. 165.- Carácter público de los recursos. - Los recursos económicos transferidos, generados y recaudados por los gobiernos autónomos descentralizados son recursos públicos. Los gobiernos autónomos descentralizados que reciban o transfieran bienes o recursos públicos tendrán la obligación de aplicar los procedimientos que permitan la transparencia, acceso a la información, rendición de cuentas y control público sobre la utilización de los recursos.

Art. 168.- Información presupuestaria. - Toda la información sobre el proceso de programación, formulación, aprobación, ejecución y evaluación del presupuesto será pública y se difundirá permanentemente a la población por la página web institucional u otros medios sin perjuicio de las acciones obligatorias establecidas en la ley para el acceso y la transparencia de la información pública. Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, que por razones de fuerza mayor no disponen de un dominio web institucional, utilizarán medios apropiados a sus condiciones.

Sección Quinta

Aprobación y Sanción del Presupuesto

Art. 244.- Informe de la comisión de presupuesto. - La comisión respectiva del legislativo local estudiará el proyecto de presupuesto y sus antecedentes y emitirá su informe hasta el 20 de noviembre de cada año.

La comisión respectiva podrá sugerir cambios que no impliquen la necesidad de nuevo financiamiento, así como la supresión o reducción de gastos.

Si la comisión encargada del estudio del presupuesto no presentare su informe dentro del plazo señalado en el inciso primero de este artículo, el legislativo local entrará a conocer el proyecto del presupuesto presentado por el respectivo ejecutivo, sin esperar dicho informe.

Art. 245.- Aprobación. - El legislativo del gobierno autónomo descentralizado estudiará el proyecto de presupuesto, por programas y subprogramas y lo aprobará en dos sesiones hasta el 10 de diciembre de cada año, conjuntamente con el proyecto complementario de financiamiento, cuando corresponda. Si a la expiración de este plazo no lo hubiere aprobado, éste entrará en vigencia. El legislativo tiene la obligación de verificar que el proyecto presupuestario guarde coherencia con los objetivos y metas del plan de desarrollo y el de ordenamiento territorial respectivos.

La máxima autoridad ejecutiva del gobierno autónomo descentralizado y el jefe de la dirección financiera o el funcionario que corresponda, asistirán obligatoriamente a las sesiones del legislativo y de la comisión respectiva, para suministrar los datos e informaciones necesarias.

Los representantes ciudadanos de la asamblea territorial o del organismo que en cada gobierno autónomo descentralizado se establezca como máxima instancia de participación, podrán asistir a las sesiones del legislativo local y participarán en ellas mediante los mecanismos previstos en la Constitución y la ley

Sección Sexta

Ejecución del Presupuesto

Art. 250.- Programación de actividades.- Una vez sancionada la normativa presupuestaria, los responsables de los programas, subprogramas o proyectos elaborarán con las unidades de planificación y financiera la programación de actividades de los gobiernos autónomos descentralizados y someterán a consideración del ejecutivo del gobierno autónomo un

calendario de ejecución y desarrollo de actividades, detalladas por trimestres, el mismo que se conocerá en el seno de la asamblea territorial o del organismo que en cada gobierno autónomo descentralizado se establezca como máxima instancia de participación. Esta programación guardará coherencia con el plan de desarrollo y de ordenamiento territorial.

Art. 251.- Cupos de gasto. - El ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado y la persona responsable de la unidad financiera, o quien haga sus veces, de acuerdo con la ley, estudiarán los calendarios de ejecución y desarrollo de actividades, los relacionarán con las previsiones mensuales de ingresos y procederán a fijar, para cada programa y subprograma, las prioridades y cupos de gasto correspondientes.

Corresponderá a la persona responsable de la unidad financiera o a quien haga sus veces, fijar los primeros ocho días de cada mes, los cupos de gasto por partidas en relación con los cupos de disponibilidad de que trata el inciso anterior.

Los cupos así fijados se comunicarán al tesorero de los gobiernos autónomos descentralizados, quien los anotará para determinar así el límite de los egresos mensuales por partidas salvo las modificaciones que el ejecutivo y, el funcionario a cargo de la unidad financiera efectúe en los cupos de que trata el inciso anterior.

TITULO VII

MODALIDADES DE GESTION, PLANIFICACION, COORDINACION Y PARTICIPACION

Capítulo I

Modalidades de Gestión según el (Código Organico Organizacion Territorial Autonomia Descentralizacion (COOTAD), 2010)

Art. 274.- Responsabilidad.- Los gobiernos autónomos descentralizados son responsables por la prestación de los servicios públicos y la implementación de las obras que les corresponda ejecutar para el cumplimiento de las competencias que la Constitución y la ley les reconoce de acuerdo con sus respectivos planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, asegurando la distribución equitativa de los beneficios y las cargas, en lo que fuere

aplicable, de las intervenciones entre los distintos actores públicos y de la sociedad de su territorio.

Los usuarios de los servicios públicos prestados y de las obras ejecutadas por los gobiernos autónomos descentralizados serán corresponsables de su uso, mantenimiento y conservación. Se aplicarán modalidades de gestión que establezcan incentivos y compensaciones adecuadas a la naturaleza de sus fines.

Capítulo VI

Estructura Administrativa de los Gobiernos Autónomos

Descentralizados

Art. 338.- Estructura administrativa. - Cada gobierno regional, provincial, metropolitano y municipal tendrá la estructura administrativa que requiera para el cumplimiento de sus fines y el ejercicio de sus competencias y funcionará de manera desconcentrada. La estructura administrativa será la mínima indispensable para la gestión eficiente, eficaz y económica de las competencias de cada nivel de gobierno, se evitará la burocratización y se sancionará el uso de cargos públicos para el pago de compromisos electorales.

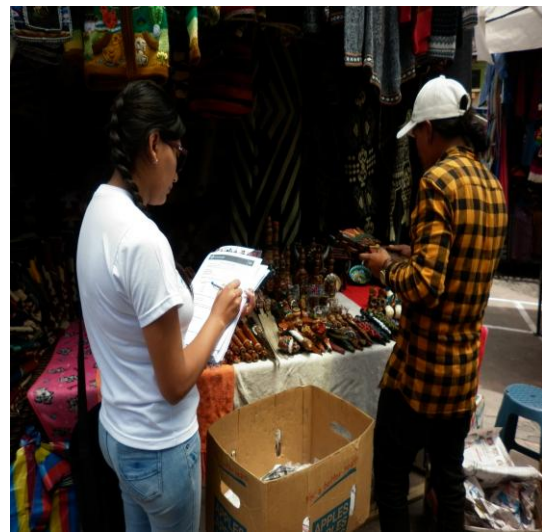
Cada gobierno autónomo descentralizado elaborará la normativa pertinente según las condiciones específicas de su circunscripción territorial, en el marco de la Constitución y la ley.

El gobierno autónomo descentralizado parroquial rural tendrá una estructura administrativa mínima requerida para el cumplimiento de fines y el ejercicio de sus competencias.

Todas las entidades que integran los gobiernos autónomos descentralizados, así como las personas jurídicas creadas por acto normativo de estos gobiernos para la prestación de servicios públicos, son parte del sector público, de acuerdo con lo previsto en la Constitución.

Anexo N° 6: Fotografías

Encuestas a las Pymes, Mipymes del cantón Otavalo



Encuestas a las Agencias de Carga Internacional del Cantón Otavalo

