

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**ANÁLISIS SOBRE LA INFLUENCIA DE LA CULTURA OTAVALO EN
LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN EL ECUADOR**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**ANÁLISIS MACRO, MESO Y MICRO ECONÓMICAS A NIVEL NACIONAL E
INTERNACIONAL**

AUTOR: FRANKLIN MATANGO

ASESOR: MGS. MARCELA CORONEL

IBARRA, ABRIL – 2023

CERTIFICACIÓN DE ASESOR

Ibarra 19 de Abril del 2023

Mgs. Marcela Coronel

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 (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f.)


Mgs.

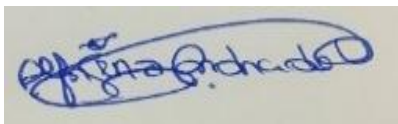
C.C: *Marcela Coronel*

1003002738

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 (PUCESI):

(f): 
Mgs. Marcela Coronel
C.C.: 1003002738

(f): 

PhD Alfonsina Andrade
C.C.:

(f): 
.....

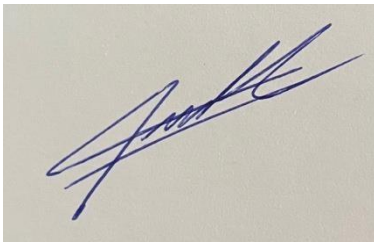
Mgs. Yolanda Bejarano
C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

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

Ibarra, 19 de Abril del 2023

f):

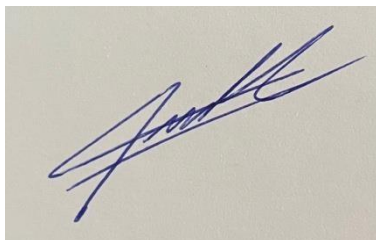


Franklin Fabrizio Matango Males
C.C: 1717531063

AUTORÍA

Yo, **Franklin Fabrizio Matango Males**, portador de la cédula de ciudadanía N° **1717531063**, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f):



Franklin Fabrizio Matango Males

C.C: 1717531063

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

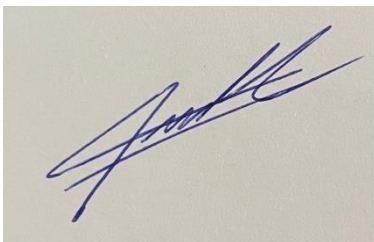
Yo: Franklin Fabrizio Matango Males con CC: 1717531063, autor del trabajo de grado intitulado: “Análisis sobre la influencia de la cultura Otavalo en los negocios internacionales en el Ecuador”, previo a la obtención del título profesional de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales, en la Escuela de Comercio y Negocios Internacionales.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede – Ibarra, de conformidad con el Católica del Ecuador Sede – Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede – Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, 19 de Abril del 2023

f)



Franklin Fabrizio Matango Males
C.C: 1717531063

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación esta dedicado a toda mi familia. Principalmente a mis padres que me impulsaron siempre a seguir adelante y me apoyaron durante toda la trayectoria universitaria de manera incondicional, me enseñaron a ser la persona que soy hoy en día y a seguir luchando a pesar de las dificultades.

También quiero dedicar este trabajo a mis hermanos que me brindaron su apoyo moral en los momentos malos y también en los buenos.

Franklin Fabrizio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por este logro académico conseguido a lo largo de estos años, también un agradecimiento a todos mi profesores de la PUCE-SI que me brindaron sus conocimientos durante toda la carrera y un agradecimiento especial a mi tutora de titulación la Mgs. Marcela Coronel por su guía esencial durante el desarrollo del trabajo de investigación.

Franklin Fabrizio

ÍNDICE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DE ASESOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA.....	v
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	xv
INTRODUCCIÓN	16
1. ESTADO DEL ARTE.....	18
1.1 Pueblo Otavalo	18
1.2 Reseña Histórica.....	18
1.3 Ubicación	19
1.4 Costumbres.....	19
1.5 Idioma	20
1.6 Tradiciones	20
1.6.1 Fiestas del Yamor.....	20
1.7 Definición de cultura.....	21
1.8 Componentes socioculturales	22
1.9 Concepto de identidad.....	24
1.10 Identidad Cultural pueblo Otavalo	24
1.11 Evolución de la identidad y su adaptación por parte de la comunidad Kichwa.....	25
1.12 Evolución del comercio dentro del cantón Otavalo	26

1.13	La migración Kichwa y sus efectos dentro de la sociedad cultural actual	30
1.14	Estrategias de negociación aplicadas por la comunidad Kichwa Otavalo	34
1.15	Importancia de la cultura en la negociación internacional	38
1.16	Aspectos o elementos culturales en la negociación internacional	38
1.17	Definiciones de negocios internacionales	41
1.18	La nueva teoría del comercio mundial aplicada a las artesanías en Otavalo	43
1.19	Beneficios y cambios obtenidos en la comunidad Kichwa debido a los negocios internacionales	45
1.20	Proyección del futuro con respecto al comercio y la sociedad Kichwa Otavaleña	47
2.1	Tipo de investigación	51
2.1.1	Investigación Bibliográfica	51
2.1.2	Investigación de campo	51
2.2	Métodos	52
2.2.1	Método Inductivo	52
2.3	Técnicas	52
2.3.1	Instrumentos	52
2.4	Población y muestra	53
2.4.1	Población	53
2.4.1.1	Población 1	54
2.4.1.2	Población 2	54
2.4.1.3	Población 3	54
2.4.2	Cálculo de la muestra	54
2.5	Procedimiento	57
3.2	Resultados de las encuestas a los Kichwa Otavalo artesanos /comerciantes	77
3.3	Resultados de las encuestas a los Kichwa Otavalo comerciantes en el exterior	82
5.	CONCLUSIONES	97

6. RECOMENDACIONES	98
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99
1.-Planteamiento problema.....	107
2.-Justificación.....	107
3.-Estado del arte.....	108
Marco Conceptual	109
-Marco Teórico.....	111
Marco Legal	114
4.-Objetivos	114
6.-Metodología y delimitación espacial	114
7.-Redacción de componentes: Recursos, relevancia socioeconómica y referencias bibliográficas	116
10.-Referencias Bibliográficas	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	29
Evolución de los mercados y productos Kichwa	29
Tabla 2.....	31
Artesanías producidas por cada comunidad Kichwa.....	31
Tabla 3.....	34
Crecimiento servicios e instituciones en Otavalo	34
Tabla 4.....	55
Tipología de la población a ser analizada por la entrevista.....	55
Tabla 5.....	57
Tipología de la población a ser analizada por la encuesta	57

Tabla 6.....	77
1.- Sexo	77
Tabla 7.....	77
2.- Edad	77
Tabla 8.....	77
3.- Grado de importancia de la cultura Kichwa	77
Tabla 9.....	78
4.- Aspectos Culturales que se han debilitado.....	78
Tabla 10.....	79
5.- Factores causantes del cambio cultural.....	79
Tabla 11.....	79
6.- Principales artículos vendidos históricamente	79
Tabla 12.....	79
7.-Calidad de las manufacturas Kichwa Otavalo	79
Tabla 13.....	80
8.- Estrategias para repunte de las ventas artesanales	80
Tabla 14.....	81
9.- Modificación o alteración de las manufacturas indígenas	81
Tabla 15.....	81
10.- Talleres y conferencias para dinamizar ventas de productos artesanales.....	81
Tabla 16.....	82
11.- Regularidad con las que se modifican los productos	82
Tabla 17.....	82
1.- Sexo	82
Tabla 18.....	83
2.- Edad	83
Tabla 19.....	83
3.- Año inicio de las actividades comerciales	83
Tabla 20.....	83
4.- Obstáculos de los primeros Kichwas en el exterior	83
Tabla 21.....	84
5.-Pérdida de aspectos culturales Kichwa Otavalo para integrarse en la sociedad	84

Tabla 22.....	85
6.- Importancia de la cultura en los negocios internacionales para los comerciantes residentes en el extranjero	85
Tabla 23.....	85
7.- Causas del abandono de las artesanías por parte de los comerciantes Kichwa.....	85
Tabla 24.....	86
8.- Consecuencias después de dejar las artesanías	86
Tabla 25.....	87
9.- Importancia de la vestimenta indígena	87
Tabla 26.....	87
10.- Principales objetivos de los comerciantes Kichwas en el exterior.....	87
Tabla 27.....	94
Consolidado de resultados.....	94

ÍNDICE ANEXOS

Anexo 5.1 Encuesta a los Artesanos o comerciantes	105
Anexo 5.2 Encuesta comerciantes Kichwa en el exterior	123
Anexo 5.3 Entrevista a expertos.....	125
Anexo 5.4 Entrevista Mario Conejo.....	127
Anexo 5.5 Entrevista Ing. Andrés Tabango	130
Anexo 5.6 Entrevista Rosa Albancando.....	132
Anexo 5.7 Entrevista Ing. Roberto Conejo	135
Anexo 5.8 Entrevista Dr. Felipe Males	138

Anexo 5.9 Entrevista Dr. Daqui Lema.....	143
Anexo 5.10 Entrevista Mgs. Ariruma Kowii	146
Anexo 5.11 Entrevista Tnlgo. Luis Matango	149
Anexo 5.12 Evidencias fotográficas entrevistas Online.....	152
Anexo 5.13 Evidencia fotográfica encuestas realizada en la Plaza de Ponchos	153

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Esta investigación busca indicar los diferentes procesos que se realizaron dentro del tema de los negocios internacionales, tomando en cuenta la cultura como aspecto principal. Esta investigación tiene como metodología correspondiente a una investigación de enfoque mixto debido a que se recurre a diferentes herramientas como lo son las entrevistas y a cuestionarios tomando en cuenta a personas que conocen del tema o están influenciadas por esta, esta investigación de igual manera busca proporcionar soluciones y posibles estrategias para que las personas de la cultura Kichwa puedan desarrollarse mucho mejor en el aspecto de los negocios internacionales sin dejar de lado su cultura y sus tradiciones. Esta sería la principal característica y problemática a la que se están enfrentando los pobladores de la cultura Kichwa, ya que buscan adaptarse a las nuevas tendencias del comercio internacional para poder maximizar sus beneficios y mejorar sus calidades de vida.

Palabras clave: Cultura, Kichwa, Comercio Internacional

ABSTRACT

This investigation seeks to indicate the different processes inside the international business topic, taking culture into consideration as the main aspect. This investigation has as a methodology corresponding to a mixed approach investigation due to the fact that different tools are used, such as interviews and questionnaires, taking in consideration people who know about the topic or are influenced by it, this investigation also seeks to provide solutions and possible strategies so that the people of the Kichwa culture can develop much better in the aspect of international business without leaving their culture and traditions aside. This would be the main characteristic and problem that the inhabitants of the Kichwa culture are facing, since they seek to adapt to the new trends of international trade in order to maximize their benefits and improve their quality of life.

Keywords: Culture, Kichwa, International Business

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se analizará la importancia que tiene la cultura Otavalo dentro de los negocios internacionales en el Ecuador. El pueblo Kichwa Otavalo a lo largo de su historia ancestral ha sido reconocida como unos grandes artesanos y comerciantes tanto a nivel nacional y también en el ámbito internacional, a través del desarrollo comercial y su nueva manera de exportar elementos de su cultura han logrado obtener una multitud de beneficios tanto a nivel económico y social. Por lo tanto, es importante conocer el desarrollo que hubo a lo largo de los años y como este ha ido adaptándose a las nuevas exigencias del mercado sin dejar de lado el aspecto cultural y las tradiciones de las artesanías Kichwa Otavalo.

Al analizar e investigar las declaraciones de varios autores con respecto al cambio cultural que ha ido sucediendo en los últimos años a causa de las influencias externas, se pudo obtener información con respecto a los cambios como la vestimenta, idioma, economía y la adaptación de los productos de los Kichwa Otavalo para poder ser competitivos dentro del comercio internacional y nacional.

Por otro lado, de acuerdo a las estadísticas e informes de exportación con respecto a las artesanías y diferentes productos artesanales Kichwa se puede interpretar como estos productos están sufriendo una decadencia en su producción y la calidad en como se las realiza.

Por esta razón, el análisis con respecto al impacto de la cultura Kichwa y como esta va relacionada y se ve influenciada por los negocios internacionales, va a ser analizada con el uso de los métodos de investigación inductivo y analítico-sintético, al obtener información más detallada va a ser más fácil su comprensión y de esta manera poder llegar a soluciones a la problemática actual dentro del contexto comercial indígena. La importancia de proponer soluciones para incentivar la producción artesanal Kichwa Otavalo y por consiguiente mejorar la economía actual del sector urbano y rural Otavalo.

En este trabajo de investigación se presentarán 3 partes, los cuales se detallan a continuación:

En la primera parte se encuentra el estado del arte y toda la estructuración teórica la cual fue extracta de libros, entrevistas, contenido audiovisual, revistas, proyectos de tesis, repositorios online, toda la información obtenida de dichos elementos sirven como base para poder obtener las conclusiones y una mejor comprensión del contexto del comercio Kichwa Otavalo a nivel internacional.

En la segunda parte están incluidos los materiales y métodos tales como las encuestas y entrevistas que se realizaron a los diferentes testimonios, entidades correspondientes y otras personas que aportan y ayudan a una mayor recolección de información.

En la tercera parte se hace referencia a las conclusiones obtenidas y los aportes personales que surgieron a partir del análisis de los datos obtenidos anteriormente, en dicho capítulo se buscara encontrar soluciones puntuales a la problemática originaria y llegar a una mejora al comercio artesanal aplicando los conocimientos obtenidos en negocios internacionales y los aspectos culturales.

5.1-Objetivo General

Analizar la influencia de la cultura Otavalo dentro del negocio internacionales en el Ecuador

5.2-Objetivos Específicos

- Analizar la influencia que tiene la globalización en la cultura Kichwa Otavalo
- Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo
- Analizar las causas del abandono de las artesanías por parte del pueblo Kichwa Otavalo en el exterior

1. ESTADO DEL ARTE

1.1 Pueblo Otavalo

El pueblo Otavalo es una de las 14 nacionalidades indígenas situadas en el Ecuador, este grupo étnico tiene sus orígenes del antiguo pueblo Caranqui. Dentro de las nacionalidades Kichwa de la Sierra ecuatoriana hay un gran número de pueblos, tales como: Karanki, Otavalo, Kitukara, Chibuleo, Cañari, Cayambi, Kisapincha, Kitukara, Panzaleo, Natabuela, Purwa, Palta, Salasaka, Saraguro, Waranka. (FLACSO, 2016)

Cada uno de estos pueblos tienen sus propias tradiciones y costumbres, este es el caso del pueblo Otavalo el cual tiene una rica historia y tradiciones milenarias.

1.2 Reseña Histórica.

El origen de los pueblos Kichwas de la Sierra datan mucho antes de la llegada de los españoles, la conquista y también de la expansión de los incas a lo largo de estos territorios; éstos pueblos han luchado a lo largo de la historia y de esta manera poder mantener sus costumbres y tradiciones los cuales hoy en día se pueden apreciar y vivir cómo los hacían en la antigüedad.

Se menciona que Imbabura tiene una antigüedad de 2100 A.C ,en sus inicios fue habitado por pueblos provenientes de Centroamérica, Chibcha Barbacoa y de la parte del Caribe. (Meyers, 1976). Es importante mencionar que durante varios siglos atrás la zona geográfica de Imbabura fue habitada por dos tribus, ellos tuvieron una gran importancia en el desarrollo e historia de las culturas Kichwas y especialmente en la cultura Otavalo, estas dos tribus fueron los Angos y los Imbas; tal es su importancia que todavía hoy en día muchos apellidos llevan este gentilicio el cual indica el origen y la historia de su población. Estas dos culturas coexistieron de una forma muy amigable y pacífica, gracias a este acontecimiento lograron desarrollar técnica de Agricultura y de igual manera preservar su cultura lo cual hoy en día se refleja en los pueblos Kichwas de Imbabura. (Grijalva, 1988).

El nombre Otavalo tiene varias interpretaciones dependiendo del idioma originario el cual busque darle un significado, por ejemplo en el idioma Chaima (Caribe-Antillano) el significado que se le otorga es “lugar de los antepasados”, en el idioma Chibcha la palabra OTE-GUA-LO daría como significado a “en lo alto grande laguna”, en el idioma de los indígenas de la zona se la define como “cobija de todos” y por último en el idioma Sarance se la traduce como “pueblo que vive de pie”; todas estas definiciones hacen que sea casi imposible estar de acuerdo en una traducción certera debido a los numerosos pueblos que la denominaron de diferente manera. (Otavalo, 2016)

1.3 Ubicación

El pueblo Kichwa Otavalo está ubicado en la sierra norte del país con una superficie de 507 km², específicamente en la provincia de Imbabura; es importante especificar dicho pueblo no se ubica únicamente en la ciudad de Otavalo, sino que abarca otros sectores rurales como lo son El Jordán, Eugenio Espejo, San Juan de Iluman, Peguche, San Pablo, Gonzáles Suarez, etc. Dentro de la provincia también existen otras comunidades Kichwa Otavalo en los cantones de Ibarra, Cotacachi y Antonio Ante respectivamente. (Raymi, 2019)

1.4 Costumbres

El término costumbre es originario de la palabra suesco en latín y su significado es “acostumbrarse a”; según el autor Cicerón lo define como “la costumbre es el derecho que a lo largo de un espacio de tiempo se convierte en obligatorio por la voluntad del pueblo, sin intervención de la ley”. Dicho de diferente manera las costumbres son diferentes actividades que un pueblo realiza a lo largo de un tiempo determinado y dichas actividades se van transmitiendo de generación en generación y de esta manera pueden perdurar a lo largo de los años adaptándose y transformándose a las nuevas necesidades del pueblo. (Lafourcade, 2022)

Cada pueblo mantiene su identidad y su legado cultural a través de las costumbres, estas forman parte del patrimonio cultural de un país, este patrimonio pueden ser material e inmaterial, entre las costumbres patrimoniales inmateriales se encuentran elementos como lo son la gastronomía, danzas, músicas, ritos y creencias, medicina ancestral, conocimientos

pasados los cuales se van transmitiendo hasta llegar al presente. A su vez, el patrimonio material consiste en todas las representaciones físicas y palpables que un pueblo hizo y que hasta el día de hoy es posible apreciar, entre estas representaciones se encuentran los elementos arquitectónicos, cuadros y pinturas, elementos artesanales, etc. (Cultural., 2014)

1.5 Idioma

En la actualidad dentro del pueblo Otavalo se habla de manera oficial dos idiomas, el castellano y el Kichwa, este último es una de las lenguas nativas de sur América hablado a lo largo de la cordillera Andina de Ecuador, Perú y Bolivia con alrededor de 8 millones de hablantes convirtiéndola en el primer idioma nativo americano en todo el mundo y el cuarto idioma más hablado en toda América. (Navarro, 2020). Por otra parte, (Orr y Longacre, 1968) afirma que, el Kichwa en el actual Ecuador, precede a la conquista de Huayna Cápac. Al respecto, (Moya, 2006) señala que, el Kichwa debió ser hablado desde antes de la extensión del Tahuantinsuyo hasta Quito, debió ser la lengua del comercio y de otro tipo de transacciones.

1.6 Tradiciones

Las tradiciones son aquellos aspectos de la cultura que vienen transmitidas a través de las generaciones anteriores y que a su vez vienen transmitidas a las generaciones futuras. Las tradiciones tienen muchos puntos de continuidad y relación con el pasado, pero a su vez a lo largo del tiempo las sociedades cambian y las tradiciones se modifican específicamente aquellos que transmiten los eventos culturales de un pueblo. (Cultural., 2014)

1.6.1 Fiestas del Yamor

Esta es una de las festividades más grandes que tiene el pueblo Otavalo, ya que une a elementos preincaicos como lo son la chicha y la fe religiosa que hoy en día tiene el pueblo Kichwa. Esta festividad existía desde tiempos ancestrales, pero oficialmente la instauró como parte de la sociedad en 1953 y se celebra a finales del mes de agosto hasta la primera semana de septiembre; durante este periodo se realizan diferentes actividades en el centro

de la ciudad y también en las diferentes comunidades como lo son Peguche e Iluman. (Cultural., 2014)

Entre las principales tradiciones que existe es aquella de realizar la fiesta de Yamor, la cual es su ritual que realizaban los primeros pobladores de estas tierras agradeciendo a la Pachamama (madre tierra) por los cultivos de maíz, con estos mismos se realiza la famosa bebida chicha la cual es compuesta de siete tipos de maíz los cuales son: Chulpi, maíz amarillo, maíz negro, canguil, maíz blanco, jora y morocho. (Raymi, 2019)

La chicha es considerada una bebida sagrada y es reconocida como uno de los principales atractivos turísticos a nivel nacional e internacional; originalmente en la antigüedad esta bebida estaba dedicada únicamente a los caciques, el significado que tiene la palabra Yamor es Yak (Sabio) y Mur (Grano) lo cual hace que se la defina como chicha de la sabiduría. (Flores, 2019)

1.7 Definición de cultura

Si bien hoy en día existen varias definiciones de cultura, todavía este concepto es difícil de definir de una manera concreta debido a su constante evolución dentro de la sociedad. Por ende es importante conocer sus orígenes, la palabra cultura deriva de latín que significa “mantener” o “que tiende”.

También es importante mencionar a una de las definiciones más reconocidas hoy en día de cultura hechas por el antropólogo Edward Burnett Tylor: “La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad” (Tylor, 1871)

Por su parte, Bronislaw Kasper Malinowski propone una definición de cultura mucho más allá de los conceptos anteriores, tomando en cuenta las actividades, actitudes y objetos:

Esencialmente, un aparato instrumental por medio del cual el hombre se encuentra en la posición de poder hacer frente a los problemas concretos que tropieza en su

ambiente, en el curso de la satisfacción de sus necesidades”. Entonces, continúa, sus actividades, actitudes y objetos están organizados alrededor de tareas importantes y vitales en instituciones tales como la familia, el clan, la comunidad local, la tribu y equipos organizados de cooperación económica y de actividad política, legal y educativa. (Malinowski, 1999)

Por otra parte, si se busca una definición de cultura por académicos originarios de América latina tenemos la siguiente, la cual proviene del filósofo cubano José Martí, en donde su definición incluye desde la identidad cultural hasta la filosofía:

Interrumpida por la conquista la obra natural y majestuosa de la civilización americana, se creó con el advenimiento de los europeos un pueblo extraño, no español, porque la savia nueva rechaza el cuerpo viejo; no indígena, porque se ha sufrido la injerencia de una civilización devastadora, dos palabras que, siendo un antagonismo, constituyen un proceso; se creó un pueblo mestizo en la forma, que con la reconquista de su libertad desenvuelve y restaura su alma propia [...] nuestra América robusta [...] Toda obra nuestra, de nuestra América robusta, tendrá, pues, inevitablemente el sello de la civilización conquistadora; pero la mejorará, adelantará y asombrará con la energía y creador empuje de un pueblo en esencia distinto, superior en nobles ambiciones. (Martí, 1875)

1.8 Componentes socioculturales

Para poder concretar un negocio dentro del contexto internacional, los empresarios y comerciantes tienen que primeramente estudiar la cultura que se tiene en su país. Existen diferentes componentes, los cuales varían considerablemente y es necesario por su naturaleza conocer cada una de sus posibles variables para poder llegar a un acuerdo sin ofender o causar algún inconveniente hacia la otra persona; entre los elementos socioculturales se encuentran: estética, actitudes y creencias, religión y el idioma. (Pedraza, 2013)

La estética comprende varios elementos como lo son el sentido de perspectiva y belleza hacia una cultura y elementos de arte como lo son la música, folclor y danza. Los

empresarios tienen que tener muy en cuenta la estética de sus productos a la hora de querer exportarlos hacia un negocio extranjero, un color el cual en el país de origen se puede considerar como inofensivo o si ningún significado en otro país puede tener un significado de mal augurio u ofensivo, es por eso que se tiene que estudiar muy bien este elemento para no ofender a la parte opuesta y para que el producto tenga una buena aceptación dentro del mercado. Sin embargo, el elemento como lo son la música y la danza sirven para crear una mayor confianza entre ambas partes, esto debido a que si una empresa conoce dichos componentes socioculturales podrá adaptarse mucho mejor y crear un vínculo el cual lo ayudara con una ventaja frente a las empresas extranjeras las cuales no conocen dichos elementos.

Las actitudes y creencias son una parte muy influyente dentro de una sociedad debido a que pueden cambiar el comportamiento y la manera en como sus personas actúan dependiendo del entorno. Los empresarios tienen que conocer estos detalles para poder recibir un correcto trato por parte de sus ciudadanos y lograr una negociación exitosa a corto o largo plazo. Un aspecto muy importante a tomar en cuenta a la hora de realizar negociaciones con otro país es el tiempo, la puntualidad es clave a la hora de querer realizar negocios con países de Europa y Norteamérica debido a que es muy conocido que sus ciudadanos sean muy puntuales y si a la hora de negociar el empresario extranjero llegó tarde a la reunión, este tendrá una mala imagen con lo cual la negociación no tendrá un buen resultado debido a que los miembros extranjeros lo tomarán como una falta de respeto hacia su persona.

Los últimos aspectos socioculturales a tomar en cuenta a la hora de realizar una negociación son la religión y el idioma, estos últimos dos aspectos tienen una influencia muy grande dentro de la toma de decisiones y la manera de realizar negocios. El idioma es la raíz de una cultura y por ende si se quiere tener una mayor conexión con los miembros de dicho pueblo es importante conocer sus matices, juegos de palabras y la jerga; estos pequeños detalles ayuda mucho a establecer una relación amistosa antes de establecer los términos y condiciones de la negociación internacional. La religión a su vez tiene un gran poder dentro de la sociedad, las festividades y ritos religiosos pueden afectar de manera directa al desempeño y el proceso de trabajo dentro de una empresa; cada empresario tiene que respetar

estas diferencias culturales y utilizarlas a su favor a través de un buen manejo y una estrategia de trabajo. (Pedraza, 2013)

1.9 Concepto de identidad

Al querer dar un significado al tema de identidad se llega a varias dificultades debido a que estas tienen una estructura cambiante, esta es muy dinámica y se va alterando a lo largo del tiempo y se expresa de varias formas.

Existen varias definiciones dentro de las ciencias sociales que buscan dar un significado a este concepto; una de estas definiciones plantea que la identidad es un producto de una construcción social, se basa en las acciones sociales y políticas, estas pueden ser influenciadas gracias a la posición que tiene un grupo o una persona individual. A su vez, la segunda definición nos expresa que la identidad se la puede considerar como un fenómeno colectivo, esta se da gracias a diferentes acciones compartidas las cuales crean conciencias compartidas. (UNIR, 2010)

1.10 Identidad Cultural pueblo Otavalo

Como se mencionó anteriormente, los conceptos de identidad y cultura son dos cosas completamente distintas, como lo menciona Mario Conejo el alcalde de Otavalo, su concepto es: “la identidad es resumen de todo lo que un pueblo como cultura es, es decir, hay tantos factores que determinan el ser de un pueblo para que esa sumatoria le dé una identidad muy particular las cuales son representadas por su forma de vida, organización, costumbres, tradiciones, y la forma de ver la vida cada pueblo tiene sus particularidades las que los hace diferentes” (Conejo, 2003)

Existen elementos culturales del pueblo Otavalo que son visibles y otros los cuales no, entre los elementos visibles que caracterizan a la cultura Otavaleña están su vestimenta, dicho elemento varían mucho entre hombres y mujeres, el cabello largo de igual manera es un símbolo de la identidad del pueblo quichua y por último, pero no menos importantes su idioma, que es considerado como la base de su identidad indígena.

Otro concepto que se tiene de identidad es aquella del filántropo Otavaleño Patricio Guerrero, el define a este concepto como una construcción social y un proceso social que los individuos de cada pueblo van construyendo a lo largo de toda su historia. Pero a lo largo de toda su historia estas identidades se van transformando y también modificando los rasgos diacríticos.

1.11 Evolución de la identidad y su adaptación por parte de la comunidad Kichwa

A lo largo de los años se ha ido desarrollando y notando un cambio en la identidad del pueblo Otavalo, especialmente en los jóvenes, ya que estos han ido adaptando y apropiándose de elementos provenientes del exterior. Estos cambios pueden ser como las nuevas maneras de vestimenta, nuevos cortes de cabello y por último dejar de lado su lengua materna, esto causa que hoy en día se este perdiendo los rasgos identitarios del pueblo Kichwa Otavalo. (Conejo, 2003)

Varias décadas atrás el indígena Kichwa, se especializaba principalmente en el comercio dentro de su área geográfica y rural, pero no percibía muchos cambios y esos pocos cambios eran muy imperceptibles, hoy en día debido a la migración y a la globalización el pueblo Kichwa Otavalo se ve expuesto a una cantidad de influencias y costumbres, principalmente provenientes de países como Japón, Estados Unidos y Europa, estos cambios a veces son necesarios debido al contexto de cada individuo.

Al hablar de evolución de la identidad y como el pueblo Kichwa ha ido adaptándose se debe mencionar a la vestimenta , esta es una de las cosas con las que los indígenas se han ido apropiando y adaptando a su propia cultura, estas proviene originalmente del pueblo español en la época colonial. Otro elemento que ha ido evolucionando y adaptándose es el sombrero Otavaleño, este es usado por todos los hombres Kichwa como símbolo de su identidad, este elemento es de origen europeo, ya que anteriormente los sombreros que utilizaban los antepasados eran mucho más grandes y venían fabricados con lana abatanada el cual lo denominaban sombrero de teja; este elemento es originario de Italia y es un claro ejemplo

de cómo la cultura ha ido adaptándose y evolucionando a lo largo de los años. (Conejo, 2003)

Las alpargatas de igual manera son originarios del pueblo español, los mestizos pobres muchos años atrás los utilizaban mientras que los indígenas ocupaban un calzado que se lo denominaba “oshota”; por último uno de los elementos más representativos de la cultura Kichwa Otavalo es el poncho cuyo origen data del siglo XIX-XX, se relata que existía una fábrica de cobijas en Quito que exportaba sus productos a Colombia, pero a causas de una crisis comenzaron a fabricar ponchos para los indígenas con las cobijas esta fábrica, se llamaba Gijón y hasta hoy en día se lo reconoce como los productores de los primeros ponchos que se realizaron en Otavalo. (APAK, 2012)

En la actualidad los jóvenes ya no utilizan esta vestimenta tradicional en su día a día, debido a que lo consideran muy poco práctico y prefieren la comodidad del pantalón u otras prendas que le brinden mayor facilidad, dejando de lado a la vestimenta tradicional únicamente en eventos formales y fiestas.

El único elemento que realmente está el riesgo es el lingüístico por el hecho de que dentro del casco urbano de la ciudad ha ido perdiéndose y debilitándose, existe una real preocupación a causa de que los jóvenes cada día hablan menos el idioma ancestral del Kichwa prefiriendo comunicarse en castellano; es por eso que las autoridades buscan una solución a esta problemática para que no se pierda uno de los elementos principales de su identidad cultural.

Al analizar estos elementos se llega a la conclusión de que no existe una pérdida cultural sino una adaptación, tomando en cuenta los viejos elementos y tradicionales, agregando influencias externas, las cuales ayudan a evolucionar la cultura a través de la globalización y pudiéndolos adaptar al comercio internacional.

1.12 Evolución del comercio dentro del cantón Otavalo

Dentro del cantón Otavalo se destacan diferentes actividades como lo son la agricultura, turismo, ganadería y el comercio; este último es uno de los pilares fundamentales de su economía puesto que el pueblo indígena realiza varios productos como lo son aquellos textiles, sombreros, instrumentos musicales, entre otros, con el fin de comercializarlos dentro del mercado nacional e internacional. (Otavalo A. , 2016)

Las artesanías son un elemento que dinamizan el turismo hacia este sector, esta practica es de mucho interés para las personas extranjeras; aunque durante los últimos años la producción y comercialización de las artesanías han ido decayendo debido a varios factores externos como lo son la competencia en el mercado local de artesanías peruanas y colombianas y como factores internos como lo son la decadencia en la calidad de los productos que se realizan. (Otavalo G. A., 2015)

Entre los principales lugares en los que se realiza el comercios, se encuentran: mercado 24 de mayo, Copacabana, centenario, calle 31 de octubre, todos estos espacios durante los días de la semana cuenta con aproximadamente 2600 puestos, pero durante los días festivos y fines de semana ese número se incrementa mucho más específicamente un 211% contando con 5624 puestos de venta; todos estos puestos generan un masivo intercambio comercial debido a que se ofrecen todos los productos provenientes de las comunidades aledañas específicamente en el casco urbano de la ciudad como lo son la famosa plaza de ponchos, este lugar es reconocido a nivel nacional e internacional como el mercado artesanal más importante de Suramérica. (Otavalo G. A., 2015)

Con respecto a la evolución del comercio dentro de la comunidad Kichwa Otavalo se debe recalcar que tuvo un cambio drástico desde sus inicios hasta el presente; al inicio del siglo XX una de las formas más tradicionales que se utilizaba entre la comunidad era aquella del trueque, esta acción consistía en intercambiar los tejidos que ellos realizaban a cambio de recibir alimentos, animales de granja o granos que servían para su supervivencia. Los primeros comerciantes se dieron origen luego de realizar esta práctica en su comunidad, buscaron nuevos mercados en las comunidades aledañas para de esta manera poder obtener un mayor beneficio; los primeros comerciantes provienen de las comunidades como lo son: Peguche, Quinchuqui, Agato y Compañía. Fue así que el comercio de artesanía se dio paso

en las ciudades del norte del país como lo son Ibarra y Tulcán para luego irse expandiendo hacia la capital hasta llegar a los rincones de la costa y Amazonia ecuatoriana. (Ruiz, 2015)

Existieron varias figuras importantes que fueron las pioneras en ser denominadas mindalae, esta palabra tiene el significado de viajero y comerciante en lenguaje Kichwa; poco a poco los indígenas se fueron haciendo paso gracias a su cultura y a la buena calidad de sus productos de esta manera convirtiéndose en embajadores culturales y expandiendo cada vez el mercado de influencia para de esta manera en 1970 llegar a un auge en el cual la mayor parte de los Kichwas Otavalo se dirigían hacia Europa y América del Norte para comercializar sus productos y tocar música andina. (Maldonado, 2002)

Después de varios años la venta de productos artesanales y la interpretación de música andina en las calles de los diferentes países europeos y norteamericanos se vio poco a poco afectada debido a la competencia nacional y competencia extranjera de músicos y comerciantes provenientes de Perú, Bolivia y Chile; a causa de esta crisis que hubo varios indígenas dejaron de realizar esta práctica y se especializaron únicamente en el comercio de artesanías, pero específicamente en ferias y mercados, esta actividad era mucho más fructífera a nivel económico, pero requería de documentación legal y en ciertos casos permisos de trabajo en los países en los que se radicaban y un buen capital para poder empezar sus negocios propios. (Muenala, 2007)

De igual manera los artículos que los Kichwa Otavalo vendían y comercializaban fueron adaptándose y cambiando a largo de los años; en los inicios los indígenas se dedicaban a la venta de CDs y artesanías originarias 100% de Otavalo, posteriormente este artículo fue cambiando hasta llegar a vestimenta de lana, atrapa sueños, gorras, manillas y otros artículos textiles artesanales provenientes de Ecuador y a veces de Perú. Específicamente en los últimos años se notó una decadencia en la producción de artesanías en Otavalo debido a su baja demanda con respecto a los años anteriores, esto se debe a un cambio en la calidad de los productos entregados y también debido a la saturación de los mercados internacionales lo que causaron que varios comerciantes indígenas tuvieron que adaptar su forma de trabajar cambiando las artesanías Kichwa por productos provenientes de China o la India. (Ruiz, 2015)

En la actualidad los comerciantes indígenas no se dedican 100% en la venta de artesanías debido a la poca demanda que tienen y como se menciona anteriormente, estos productos se vienen reemplazando por otros provenientes de China o la India, esta nueva mercancía es mucho más rentables en términos económicos y de igual manera logísticos debido a que estos productos se los puede encontrar directamente en los países en donde los indígenas viven sin necesidad de estar arriesgándose a controles aduaneros en la frontera con la posibilidad de que les incauten toda la mercancía proveniente del Ecuador. (Ruiz, 2015)

Tabla 1

Evolución de los mercados y productos Kichwa

Años	Mercados	Tipo	Productos
1900-1905	Local Comunidades	Trueque	Tejidos Textiles Animales de granja Granos Carne Hojas de Coca Lana
1915	Regional Ciudades como Ibarra, Quito, Tulcán	Comercio	Tejidos Textiles Anacos Chalinas Ponchos Batas (Tupulinas)
1942	Nacional Ciudades como Guayaquil y Cuenca Costa y Sierra ecuatoriana	Comercio	Tejidos de Lana Fajas Casemires Cobijas Valletas
1980	Internacional	Comercio informal	CD's música andina Artesanías Otavaleñas

	Países Europeos y Norte América	Artistas Músicos	Manillas
2000	Internacional Países Europeos, Norte América y Asia	Comercio Ferias y mercados	Productos Artesanales Ecuatorianos y Peruanos Productos Chinos

Nota: Fuente: (Maldonado, 2002)

Elaborado: (Franklin Matango, 2022)

1.13 La migración Kichwa y sus efectos dentro de la sociedad cultural actual

Dentro de la sociedad Kichwa Otavalo se denomina a las personas que viajan y comercian como mindalaes, esta denominación se la atribuye a las personas que transmiten la cultura indígena a través de los diferentes mercados internacionales sin olvidar sus raíces y volviendo cada cierto tiempo a su lugar de origen para mantener la conexión con su pueblo. (Ruiz, 2015)

Históricamente la población indígena formo parte de ese segmento poblacional discriminado a causa de prejuicios antiguos; venían aislada y no tomada en cuenta dentro de la sociedad ecuatorianas pre colonias y postcolonial pero gracias a su control textil y su gran habilidad como comerciantes lograron en varias décadas pasar de ser ese grupo reprimido a convertirse en personas respetadas por su prosperidad económica. (APAK, 2012)

Todas estas influencias ayudaron a que el pueblo indígena se haga y proyecte una imagen en donde su pueblo se vea como una sociedad próspera, caracterizada por su espíritu emprendedor y que busca llegar a superarse cada día sin importar las trabas que se le pueda presentar. (Ordoñez, 2008)

Los primeros viajes que él realizó fueron a ciudades como lo son Guayaquil y el sector de la costa; se tiene que tomar en cuenta que para poder comercializar esos productos los primeros indígenas Kichwa tuvieron que movilizarse a través de caballos o burros a causa de la falta

de infraestructura y carreteras de la época, estos largos viajes que se realizaban podrían durar días o hasta semanas. (APAK, 2012)

Si se toma en cuenta a los primeros mercados oficiales que la comunidad Kichwa realizó fue exactamente en el año 1915, varias comunidades comenzaron a explorar mercados cercanos como lo son Ibarra y Quito, debido a la cercanía los primeros viajeros podían fabricar y vender sus productos fácilmente en las plazas y mercados de las ciudades del norte de la sierra ecuatoriana. (APAK, 2012)

Tabla 2

Artesanías producidas por cada comunidad Kichwa

Comunidad	Productos	Características
Peguche	Chalinas tejidas, Ponchos, Casemires	Indígenas industrializados Saben leer y escribir Contacto estrecho con la población blanco-mestiza
Quinchuqui	Cobijas, Chalinas y Casemires	Trabajadores de hacienda Identificados con su cultura
Agato	Casemires, bayetas, ponchos y chalinas	Contacto estrecho con la ciudad Son las parcialidades mas progresistas del cantón
Compañía	Bayetas, Ponchos, Fajas y esteras de totora	Dueños de sus propias tierras Hábiles comerciantes viajeros

Nota :Fuente: (Maldonado, 2002)

Elaborado: (Franklin Matango, 2022)

Si bien durante los años 1900 hasta 1950 la mayor parte de los indígenas todavía se especializaba en la producción artesanal, hubo otras que se dedicaron en su comercialización; entre ellos uno de los personajes más destacados que se reconoce en la actualidad fue doña Rosa Lema, mujer originaria de Peguche con grandes habilidades de comercio que la ayudaron a ser una próspera comerciante viajera, y así poderse convirtieron en una de las primeras indígenas en viajar hacia Estados Unidos. (Torres & Salgado, 2008)

Los primeros Kichwas Otavalo alrededor de los años 70 y 80 comenzaron a dirigirse hacia mercados muchos más lejanos como lo son el Europeo y el Norteamericano, esto lo hacían a través de la difusión de la música andina junto con la venta de mercancía; la música permitió conectar el motivo económico con el motivo cultural con el cual se pudo desarrollar más rápidamente el comercio dentro del pueblo Otavalo.

La principal motivación que impulsó los viajes y la venta de los productos artesanales fue debido al aspecto económico, las personas que viajaban buscaban superarse y a la hora de regresar a su tierra natal buscaban demostrar su éxito a través de vestimenta cara, vehículos, casa, etc; este hecho inspiraba a muchas más personas a poder alcanzar ese éxito a través del comercio.

La primera actividad que realizaron los Kichwa Otavalo fue aquella de la interpretación musical, esta demandaba una menor inversión que el trabajo comercial, aquellos que no tenían mucho dinero para iniciar el negocio como comerciante ambulante lo realizaban como músicos con el principal objetivo de ganar capital y reconocer su nuevo entorno.

Alrededor de 1995 la actividad musical se vio reducida debido a la saturación de músicos y la falta de innovación con el estilo musical, convirtiéndola en una música repetitiva a los oídos de la gente europea y norteamericana, este acontecimiento se vio acompañado por una crisis económica que provocó la disminución del poder adquisitivo de los compradores extranjeros y a su vez una notable disminución en el interés de comprar artesanías. (APAK, 2012)

A principios de los años 2000 existieron varios cambios que redujeron los viajes de los indígenas, como lo pueden ser el endurecimiento de los reglamentos migratorios en los diferentes países, algunos exigían visados o permisos de trabajo, esto llevó a que varios Kichwas tuvieran que quedarse en sus países de residencia hasta poder regularizarse y regresar a Ecuador muchos años después.

Con respecto a la situación actual y la influencia que la migración Kichwa tuvo dentro de la sociedad, se podría mencionar varios aspectos como por ejemplo lo económico; gracias a los viajes y al comercio los indígenas pudieron superarse y comprar varios bienes inmuebles en el centro de la ciudad el cual fue históricamente ocupado principalmente por mestizos en su totalidad, en la actualidad el 90% de las casas en el centro de Otavalo son de propiedades indígenas; a este acontecimiento se lo podría denominar como una cierta reconquista por parte del pueblo Kichwa. A partir de los nuevos conocimientos adquiridos durante estos viajes, varios comerciantes Otavaleños supieron aprovecharlos y aplicarlos para abrir sus emprendimientos con el objetivo de generar nuevas maneras de comercializar productos innovadores dentro del mercado local. En el aspecto cultural la influencia que se obtuvo a través de la migración fue enorme, las nuevas generaciones de indígenas viven una realidad completamente diferente a la que vivieron sus padres, por ejemplo varios jóvenes ya no hablan el idioma nativo, aprendieron idiomas como lo son el inglés, francés, italiano, alemán, etc. De igual manera su forma de ser es distinta debido a no conocer en su totalidad la cultura indígena, pero participan de manera regular en festividades reconocidas como lo son el Inty Raimi y los San juanes, este último tiene una gran acogida alrededor del mundo debido a la gran cantidad de eventos que se realizan en cada país en los que están presente una gran concentración de población Kichwa Otavalo como por ejemplo: Chicago, Nueva York, Madrid, Amberes, Londres, Milán, Berlín, entre otros. Tomando en cuenta los cambios culturales que se dieron internamente, se podría mencionar a las élites intelectuales que surgieron a partir de la bonanza económica que se vivió dentro de la sociedad Kichwa Otavaleña, por esta razón hoy en día forman parte y desempeñan un papel clave en el desarrollo del movimiento indígena en el Ecuador en el ámbito político regional y nacional. (Muenala, 2007)

Es importante reconocer que todos estos cambios fueron muy beneficiosos para la cultura Kichwa, fueron aprovechados por un número y un porcentaje minoritario si se considera al total de sus habitantes, esto se debe a que en la actualidad todavía la mayor parte de los indígenas Otavalo realiza actividades como agricultura y ganadería, dicha población se ubican en las zonas periféricas o campesinas del cantón; mientras que la actividad del comercio a escala nacional e internacional es aprovechada en su mayoría por los indígenas que viven en la zona del centro de Otavalo y las zonas céntricas de cada comunidad. (Torres, 2004)

El éxito conseguido en términos económicos gracias al comercio, el desarrollo y creación de élites educativas y políticas indígenas y una mayor participación de la juventud en asuntos de la comunidad ecuatoriana genero un ambiente en el cual el pueblo indígena paso de ser discriminado y menospreciado a convertirse en un pueblo orgulloso de sí mismo y obtener una reivindicación de su cultura y origen.

Tabla 3

Crecimiento servicios e instituciones en Otavalo

Servicio/actividad	Año 1970	2000
Bancos	2	6
Sucursales bancos	0	2
Coop. De ahorro y crédito	0	7
Hoteles	n/a	50
Cafeterías y restaurantes	n/a	50
Agencias de viaje	0	10
Empresas de exportación	0	14

Nota: Fuente: (Conejo, 2003)

Elaborado: (Franklin Matango,2022)

1.14 Estrategias de negociación aplicadas por la comunidad Kichwa Otavalo

Las diferentes estrategias de negociación y de comercio que realizan los indígenas es muy variada dependiendo en qué contexto se los ubica, ya que no es lo mismo comercializar en

el ámbito nacional a realizarlo en el ámbito internacional; a pesar de esta gran brecha que existe entre estos dos grupos hay un elemento que los une, lo cual es trabajar en ferias o mercados de manera autónoma siendo de esta forma jefes de su propio trabajo y no tener que ser dependiente de alguien más. Es muy común dentro de la sociedad Kichwa aspirar en abrir su propio negocio o emprendimiento con el fin de ser trabajadores autónomos, esto les brinda mayor libertad y mayores beneficios económicos que trabajar de manera fija o con sueldo regular.\

El trabajar como personas autónomas ambulantes requiere que las personas tengan que innovarse cada cierto tiempo para de esta forma mantener su competitividad dentro de su entorno laboral. En el ámbito comercial la venta que los indígenas realizan es estacional, debido a que los meses de invierno son una época en donde se vende un poco menos únicamente mejorándose en los meses previos a la Navidad y Año Nuevo, mientras que la época de verano es considerada como la temporada alta en la cual muchos indígenas aprovechan a los turistas y el derrame económico que estos generan para poder obtener suficientes ingresos y de consiguiente sostenerse con sus ahorros para la temporada baja, normalmente esta época inicia en enero hasta marzo y dichos meses son ocupados por los indígenas para poder retornar al Ecuador y pasar las fiestas con sus familias.

El pueblo Kichwa Otavalo ha utilizado desde siempre las características de pureza y exótico como una fortaleza para poder ofrecer sus productos hacia el exterior, de esta manera las personas que viajaban tenían que promover la cultura indígena como algo netamente puro, la cual ha logrado sobrevivir hasta el día de hoy sin ninguna contaminación externa. Un ejemplo de ello son los músicos andinos que utilizaban ponchos y abrigos de lana en épocas veraniegas con tal de reflejar la pureza indígena y de esta manera sorprender a su público y obtener mayores beneficios económicos, este aspecto no solo se lo utiliza en los músicos sino también en los comerciantes indígenas, la vestimenta es un factor primordial en esta actividad, se le considera como una estrategia que hace alusión a vestirse como un indígena puro para de esta manera no parecer un simple intermediario y vender mucho más con respecto a la competencia que viste de una manera normal. (Conejo, 2003)

De consecuencia el pueblo indígena ha ido adaptándose a la demanda comercial independientemente si esta contrastaba con la cultura Kichwa, un ejemplo de ello es la venta de artículos que no son de origen Otavaleño sino norteamericanos, como lo pueden ser los Atrapa sueños y camisetas con imágenes de lobos, vaqueros, águilas, etc. La manera de vestir es un elemento que ha ido evolucionando y adaptándose a la demanda del mercado, originalmente los Kichwas Otavalo vestían con ponchos y alpargatas para interpretar su música andina, pero a raíz de la creciente demanda de productos indígenas norteamericanos y las películas del viejo oeste ellos se adaptaron utilizando vestimenta como lo son las plumas y collares nativos de la cultura Cheeroke, siux, Cheyenne, Navajo, entre otros.

La combinación y la adaptación de diferentes culturas ha hecho que las opiniones con respecto a los Kichwas se divida en dos, ciertas personas creen que los indígenas han logrado adaptarse a las exigencias del mercado obteniendo prosperidad para su población, mientras que otros los definen como una población que persigue únicamente fines económicos sin importar la alteración de su identidad y cultura.(Sobczyk & Soriano Miras, 2016)

A raíz de la problemática económica surge la innovación que ha caracterizado históricamente a esta población, esto se debe a que aunque en la actualidad ya no se vendan tantas artesanías como se lo realizaba en los años pasados, no significó que lo hayan hecho por una falta de amor a la cultura más bien a causa de sus necesidades económicas que tienen a diario; esta actividad es totalmente coherente por el hecho de que cada empresario sin importar su ideología cultural busca innovar para poderse mantener competitivo a largo plazo y obtener mayores beneficios gastando los menores recursos posibles.

Esta disminución de la venta de artesanías surgió a causa de la falta de interés por parte del mercado y también por los altos costos que este conlleva; para poder traer un cargamento desde el Ecuador hacia los diferentes países de destino es necesaria una gran inversión debido a los costos logísticos y a las trabas aduaneras que esta implica a nivel comercial, a raíz de esto el pueblo Otavalo ha optado en comprar productos provenientes de otras partes del mundo que son mucho más baratos y más fáciles de conseguir sin necesidad de realizar trámites burocráticos o aduaneros. Este cambio ha hecho que si bien los comerciantes en el exterior han podido adaptarse y de cierta manera incrementar sus ganancias económicas, los

productores artesanales ubicados en el Ecuador han tenido que sufrir una disminución notable en los pedidos de sus productos, causando que varios talleres que se dedicaban a esta práctica ancestral y que transmitían sus conocimientos artesanales de generación en generación, tengan que cerrar sus negocios y optar a buscar otra manera de generar ingresos dejando de lado las técnicas aprendidas con el riesgo de que estas se vayan perdiendo a largo plazo. (Mundial., 2013)

Los talleres artesanales que han optado en adaptarse han sufrido varias críticas debido a la manera en como lo hacen, la innovación ha sido implementada también por estos artesanos los cuales han adoptado elementos y figuras proveniente de influencias externas, un ejemplo de ellos son los atrapa sueños, este elemento no hace parte de la cultura Kichwa Otavaleña, pero igualmente se los realiza a gusto del comprador, es decir, hay ocasiones en el que el comerciante pide atrapa sueños con imágenes de equipos de fútbol u otras imágenes referente a un contexto completamente diferente a su propósito original.

Cómo se pudo recalcar, los productos que van dirigidos hacia mercados internacionales y un público de manera masiva, generalmente son realizados con tecnología y maquinarias modernas, dejando de lado las técnicas tradicionales debido a la inversión de tiempo que se le debería dar; la demanda masiva imposibilita que los artesanos realicen con las mismas técnicas ancestrales los productos que ellos necesitan y debido a esto son de cierta manera obligados a utilizar nuevas tecnologías. En la actualidad los artículos artesanales hechos con técnicas ancestrales son únicamente realizados y dirigidos para la propia población Kichwa, es decir, los ponchos y otras vestimentas hechas de manera artesanal tienen un elevado costo debido a la gran inversión de tiempo que está conlleva, es por eso que únicamente una pequeña parte de la población se lo puede permitir a los altos costos que estas tienen. (Conejo, 2003)

Una de las estrategias que no se menciona normalmente, es aquella de la obtención de la ciudadanía por parte de los indígenas en los países en los que residen, al ser ciudadanos legales se les facilita la manera de trabajar, movilizarse sin temor a ser deportados y también se les permite realizar trámites con mayor facilidad; esta estrategia es aplicada por la mayor parte de los indígenas como una especie de ventaja con respecto a sus competidores.

La obtención de la ciudadanía y una posición laboral mucho más estable sin ningún tipo de trabas, favorece las prácticas transnacionales y la movilización de personas y mercancías, dinamizando la economía local de Otavalo. (Sobczyk & Soriano Miras, 2016)

1.15 Importancia de la cultura en la negociación internacional

La importancia que tiene la cultura dentro de los negocios internacionales es muy poderosa, debido a que cada persona dependiendo de la cultura que esta tenga va a percibir, visualizar y actuar de manera diferente y por lo tanto estas mismas actitudes se verán reflejadas a la hora de querer realizar un negocio. Los autores Steers, Sanchez-Runde y Narnod nos dan un ejemplo muy sencillo para poder entender como la cultura influye en cada persona, ellos utilizan el ejemplo de los saltamontes, en países occidentales y norteamericanos estos animales son considerados como una peste o plaga, en China se los considera como mascotas y en países como lo son Tailandia son considerados como un bocadillo; esto nos da entender que cada país percibe y tiene un punto de vista diferente acerca de estos animales dependiendo del tipo de cultura en la que ellos convivan, este simple ejemplo nos ayuda entender como la gente se ve influenciada y el diferente punto de vista que le dan a las cosas, esto aplicado a los negocios internacionales es un pilar fundamental para su correcta aplicación y a la hora de realizar estrategias comerciales. (Morales, 2010)

A veces simples elementos como lo son las actitudes, saludos, puntualidad, y gestos, pueden causar que la gente con la que estamos tratando de negociar se sienta ofendida debido a que en su cultura dichos elementos puedan ser ofensivos o no de su agrado; los empresarios antes de adentrarse en un mercado desconocido primero tienen que averiguar sobre la cultura con la que quieren realizar negocios a través de Consejeros comerciales, cámaras de comercio y cualquier entidad la cual pueda ayudarles a desarrollar una idea de cómo comportarse para llegar a una negociación exitosa. (Marroquin, 2020)

1.16 Aspectos o elementos culturales en la negociación internacional

Para comprender de mejor manera cuáles son los elementos culturales dentro de los negocios es importante citar un artículo publicado por el antropólogo Norteamericano Edward T. Hall

cuyo nombre es “The silent language in overseas business”; dicho artículo planteaba las variables culturales y la manera en como se realizan las diferentes transacciones en los negocios internacionales, estas variables son: Relación personal, formas de comunicación, tiempo y espacio. (Garcia, 2011)

Uno de los aspectos culturales que se puede resaltar dentro del contexto de las negociaciones internacionales y su comercialización, es aquella de la cadena de producción de artesanías. Esta cadena de producción es fuertemente ligada a la cultura indígena debido a que su estructura es conformada normalmente únicamente por un grupo familiar, es decir, las empresas grandes y medianas normalmente están conformadas por miembros de una sola familia como lo pueden ser tíos, hermanos, esposas e hijos. Este aspecto cultural les brinda mayor confianza a la hora de realizar el trabajo y una mayor organización; a estos núcleos familiares se les considera como capital social, no cuentan con ningún tipo de jerarquía sino que más bien se maneja a manera colectiva, destacándose únicamente los puestos como serían el comercial y el organizacional.

Se tiene que recalcar que las empresas indígenas han implementado dicho sistema como lo son los núcleos familiares enfatizando la innovación, el acceso a nuevas tecnologías y la mejora de sus materias primas y así obtener mayores ingresos aun costo reducido, dejando de lado el sistema capitalista el cual objetivo principal y único es únicamente realizar dinero sin ningún tipo escrúpulos y dejando la familia a un lado; se lo podría definir como una manera de acaparar el mercado ya no de una forma monopólica sino más bien desarrollando un sistema de estrategia gradual de capitalización de base familiar y artesanal.

Con respecto a la comercialización en mercados extranjeros, la práctica o elemento cultural de traer familiares para que puedan ayudar, fue una práctica muy común en los años 80 y 90, normalmente se traía a familiares pero existían excepciones en donde se buscaba gente directamente en Ecuador con la finalidad de aumentar los puestos en las ferias y generar mayores ventas. Este aspecto fue de cierta manera contraproducente debido a que varios trabajadores se independizaban de manera rápida y luego de un cierto tiempo traían a sus propios familiares para luego abrir su propio negocio con los conocimientos anteriormente

aprendidos; a raíz de este suceso fue aumentando la competencia y la presencia indígena a lo largo y ancho del mundo.

Un aspecto cultural que no es tomado en cuenta a la hora de realizar negocios internacionales es la religión, dentro de la cultura Kichwa Otavalo existen diferentes creencias religiosas como lo son la católica, cristiana y mormona. Cada una de estas religiones tiene una influencia muy grande dentro de la vida de los indígenas Otavalo, ellos son muy creyentes y basan su vida y su trabajo dentro de los parámetros religiosos que ellos practican. La religión que más favorece y produce menos trabas a la hora de realizar comercio y negocios internacionales es la religión católica la cual es practicada por la mayoría de los kichwas, esta religión al ser la menos invasiva favorece y le da una cierta ventaja a sus creyentes a la hora de trabajar y realizar sus actividades de comercio nacional o en ciertos casos internacionales. Las religiones, como lo son la cristiana y la mormona, son practicadas por un porcentaje menor de la población indígena; es importante mencionar que dichas religiones en algunos casos causan ciertas trabas o dificultades a la hora de trabajar y realizar comercio internacional. Un ejemplo de ello es el día de descanso dentro de la religión mormona, la cual imposibilita a sus practicantes de realizar ninguna actividad de trabajo los días domingos, esta traba causa que los indígenas mormones tengan una cierta desventaja a la hora de competir en el ámbito comercial y laborar con respecto a otras empresas productoras de artesanías en donde se les es permitido trabajar y producir mercancías los días domingo sin importar las restricciones o los días festivos.

Un aspecto el cual tiene una profunda importancia dentro del contexto comercial global es la manera en como las personas se expresan, es decir, el idioma hoy en día se lo puede considerar como un instrumento clave para poder realizar negociaciones y comercio internacional, las personas cada vez intentan conocer y aprender un nuevo idioma que no sea su lengua materna.

Otro elemento importante para poder entender e involucrarse en los negocios internacionales es el lenguaje no verbal, este tipo de lenguaje se lo aplicando normalmente en países de cultura tradicional, dichos países no están acostumbradas a transmitir sus mensajes de manera directa y clara como lo pueden ser la cultura japonesa; un estudio realizado ha

calculado que alrededor del 30 y 60% de los mensajes de intercambio en un negocio internacional se lo realiza a través de la comunicación no verbal. (Garcia, 2011)

1.17 Definiciones de negocios internacionales

Negocios internacionales se lo podría definir como aquel intercambio de bienes y servicios entre dos países distintos, sin importar su diferencia cultural o su distancia geográfica; entre las mercancías que se pueden comercializar normalmente se encuentran productos finales, intermedios y las materias primas agrícolas que un país ofrece a otro.

Dentro del contexto de los negocios internacionales se puede enfatizar en la característica que tiene un país para poder especializarse en la producción de un bien para de esta manera ser más eficiente y tener menores costos. El comercio y negocios internacionales hace que se potencie y dinamice la economía de los países que la están realizando y permitir el fortalecimiento de sus respectivas economías a través del intercambio de bienes. (Krugamn, 2001)

Al hablar de negocios internacionales se debe mencionar el reglamento y las normas que regulan el comercio entre países. En el Ecuador estas normas están establecidas y reguladas por el SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) dicha institución es la encargada de sancionar y vigilar que todas las exportaciones e importaciones de bienes se realicen de acorde a la norma establecida.

Para poder realizar esas transacciones es muy importante conocer el COPCI (código orgánico de la producción, comercio e inversiones), este es el reglamento que se tienen que basar los exportadores para conocer los diferentes procesos productivos y las diferentes leyes que se tienen aplicar al querer exportar hacia los mercados internacionales.

Autores como Czinkota, Ronkainen & Moffet define a los negocios internacionales como:

Negocios internacionales consisten en transacciones que se diseñan y se llevan a cabo a través de las fronteras nacionales para satisfacer los objetivos de individuos, empresas y organizaciones. Estas transacciones toman diversas formas, que a menudo están relacionadas entre sí. Los principales tipos de negocios

internacionales son el comercio de exportación e importación y la inversión extranjera directa. Otros tipos de negocios internacionales son licencias, franquicias y contratos de gestión.(Czinkota, Ronkainen, & Moffett, 2005)

Es importante mencionar también una de las definiciones más completas hechas por uno de los autores norteamericanos más reconocidos como lo es Carpenter & Sanjyot, ellos brindan su definición de negocios internacionales como:

Negocios internacionales abarcan una amplia gama de intercambios transfronterizos de bienes, servicios o recursos entre dos o más naciones. Estos intercambios pueden ir más allá de intercambio de dinero por bienes físicos para incluir transferencias internacionales de otros recursos, como personas, propiedad intelectual (por ejemplo, patentes, derechos de autor, marcas de registradas y datos) Y activos o pasivos contractuales. (Carpenter & Sanjyot, 2011)

Una definición de negocios internacionales hechas por autores latinoamericanos y entre los más destacables es aquella de Gloria García, ella menciona y la define como:

Los negocios internacionales son las diferentes formas de entrada que puede utilizar una empresa para desarrollar su actividad de negocio en mercados extranjeros. Pueden ser operaciones comerciales en destino como es el caso de la exportación, el desarrollo conjunto con un socio en país de destino, la inversión directa en el exterior para producir y/o comercializar en país destino mediante una sociedad mercantil o la realización de proyectos llave en mano en mercados exteriores. (Garcia G. , 2012)

Una última definición de negocios internacionales es aquella de Agustín Cue Mancera, él menciona que dichas operaciones son:

Son las transacciones de negocios que se llevan a cabo entre participantes que se localizan en más de un país. Son variados los ejemplos de este tipo de actividad: la adquisición de insumos en un país y su envío a otros para su procesamiento o embalaje; el envío de productos terminados para su venta al menudeo en otro país; la construcción de una planta en el exterior para aprovechar los menores costos de la mano de obra, entre otros. (Mancera, 2015)

1.18 La nueva teoría del comercio mundial aplicada a las artesanías en Otavalo

Para poder aplicar la nueva teoría del comercio mundial (NTC) con respecto a las artesanías de Otavalo, primero es necesario saber que es y cuales son los principios que esta teoría maneja para poder entender mejor su mecanismo y las diferencias entre el TCC (teoría convencional del comercio).

Los principios que establecen la TCC son distintos a los de la NTC, la primera se basa en establecer una estructura dentro del comercio internacional en donde la competencia es perfecta sin tomar en cuenta factores externos que pueden alterar su funcionamiento, mientras que la NTC se basa en un comercio que se rige por retornos crecientes de escala; dentro de este contexto nos da a entender que existen falla dentro del sistema comercial y por lo tienen que tener una intervención gubernamental para comprender mejor el contexto real del comercio internacional.

La nueva teoría del comercio mundial se enfoca en explicar en como las economías de escala dan origen al comercio internacional y como están ligadas los monopolios y oligopolios a nivel mundial, es decir, muchas empresas grandes utilizan una estructura en donde los costos medios son mayores a los costos marginales; esto genera una ventaja con respecto a las empresas más pequeñas que tiene que cerrar debido a que no pueden competir con los bajos costos que ofrece la competencia, dejando así que se genere un monopolio en donde las grandes empresas controlan el mercado y pueden alterar los precios a su conveniencia. Dentro de este contexto se tiene que tomar en cuenta que hoy en día dentro de los negocios internacionales ya no se puede hablar de una competencia perfecta, en la cual todas las empresas son iguales y con las mismas ventajas, a partir de esta problemática surge la teoría de establecer una intervención gubernamental para poder corregir este acontecimiento.

Otro concepto muy importante para poder comprender la NTC es el comercio intraindustrial, este se lo realiza cuando se comercializan dos tipos de manufacturas entre si, es decir, un comercio de dos vías; por otro lado, si se realiza un intercambio de productos entre manufacturas por alimentos se lo conoce como un comercio inter-industrial. (Jimenez & Lahura, 1997). Este tipo de comercio intraindustrial en la actualidad abarca una cuarta parte

del comercio global, de igual manera el comercio de servicios y mercancías ha ido creciendo en los últimos 30 años a un ritmo del 7% anual. (Mundial., 2013)

Esta nueva teoría del comercio internacional plantea una situación dentro del comercio global basada en una economía de escala en donde las empresas compiten de manera imperfecta, las empresas más grandes siempre van a tener una ventaja con respecto a las pequeñas y esto causa un contexto en donde los mercados están controlados por monopolios u oligopolios. (Mayorga & Martinez, 2008)

Para poder aplicar la nueva teoría del comercio internacional a las artesanías de Otavalo, es necesario comprender que dicha teoría busca satisfacer las necesidades del mercado como lo es ser más competitivos y tener una buena economía de escala para poder producir mucho más, con mejores costos y un menor precio y asegurar el futuro de la empresa a través de la aplicación del NTC, cuyos principios y estrategias fomentan que las pequeñas y medianas empresas como lo son los talleres artesanales en Otavalo puedan generar una mayor competencia dentro del mercado nacional e internacional a través de publicidad, ofertas en línea, diseños novedosos, productos ancestrales, entre otros, con lo cual poder competir de una mejor manera frente a países que tienen similares productos como lo son Perú y Bolivia. (Jimenez & Lahura, 1997).

El pueblo Kichwa Otavalo tiene una de las mayores ventajas dentro del contexto comercial mundial con respecto las empresas multinacionales; esta ventaja son la unión, empleo, dedicación y cadena de producción con los que realizan las diferentes artesanías del pueblo indígena Otavalo, estas características son esenciales para que dicha cadena de producción abastezca a los comerciantes indígenas en sus pedidos al por mayor, y así poder manejar una mayor oferta de sus productos pero manteniendo una calidad impecable con el objetivo de mejorar las exportaciones y transformar su empresa con una economía de escala sustentable. Otra importante estrategia que nos menciona la NTC es aquella de vender sus artesanías de manera directa al exterior para generar ingresos en su taller artesanal y posicionarse dentro del mercado internacional, manteniendo su esencia, pero impulsándola a convertirse en una economía de escala, de este manera poder cumplir con las exigencias del mercado y las constantes innovaciones que esta requiere; a raíz de este acontecimiento los talleres

indígenas podrían lograr un comercio intra industrial con el cual beneficiar a la sociedad indígena no solo para un pequeño grupo sino para un porcentaje mucho mayor de su población. (Mayorga & Martinez, 2008)

1.19 Beneficios y cambios obtenidos en la comunidad Kichwa debido a los negocios internacionales

Existen muchos cambios y beneficios que ha traído los negocios internacionales dentro de la comunidad Kichwa Otavalo, algunos cambios son relacionados con la migración que esta tuvo en sus años anteriores y que se sigue reflejando hoy en día dentro de su sociedad; mientras que otros cambios van ligados únicamente dentro del contexto de los negocios internacionales y como este ha ido dinamizando la economía del pueblo indígena.

Dentro de los beneficios que esta ha aportado es importante recalcar el bienestar económico que el pueblo indígena ha sabido aprovechar gracias al comercio transnacional de sus mercancías y su perseverancia, a partir de este beneficio, como lo es el económico se podría mencionar otros que van ligados únicamente a este aspecto, un ejemplo de ello es la reconquista de la ciudad de Otavalo a través de la compra de inmuebles a lo largo y ancho y de la ciudad; gracias al aumento de su economía muchos indígenas tuvieron la posibilidad de abrir negocios como lo son restaurantes, cafeterías, tiendas de ropa, las cuales serían impensables hace unos años dentro del contexto de discriminación que este pueblo vivía; pero gracias al comercio y negocios internacionales esto ha cambiado fomentando una cultura mucho más emprendedora y arriesgada que busca nuevas maneras de generar ingresos diversificando su economía pero sin dejar de lado su esencia indígena y las artesanías que en su día fueron la base de su prosperidad económica.

En la última década dentro de la ciudad de Otavalo se han visto varios cambios con respecto a los negocios y los productos que estos ofrecen, dichos cambios surgieron luego de que varios indígenas regresaron a su tierra natal después de vivir y comerciar varios años en el exterior, estas personas trajeron consigo nuevas ideas de negocios mucho más rentables y

con menores costos logísticos y de esfuerzo; Anteriormente en la ciudad de Otavalo los locales comerciales se enfocaban en su mayoría en vender artesanías u otros artefactos relacionados con su vida ancestral, como lo pueden ser los instrumentos musicales, pero esto ha ido cambiando con los años y se puede ver reflejado de una manera más visual en las calles del centro de la ciudad; muchos locales dejaron de vender estos productos debido a la baja rentabilidad y el gran esfuerzo que conlleva la producción de estos bienes enfocándose actualmente en abrir locales textiles en donde se ofrecen una gran variedad de productos provenientes de China. Estos locales en su mayoría son revendedores, es decir, muchos indígenas compran grandes cantidades de telas en ciudades como lo son Quito o Guayaquil a importadores originarios de China; la estrategia de comercio que se está utilizando dentro del pueblo Kichwa es aquella de ser intermediarios entre los indígenas artesanos y las grandes empresas textiles provenientes de China. Existen igualmente un pequeño grupo de Kichwas Otavalo que se dedican a la importación directa de sus productos provenientes de China sin pasar por ningún intermediario, estos emprendedores son aquellos que tienen un mayor capital y mucha mayor influencia dentro de la sociedad, para realizar estas transacciones es necesario un conocimiento de importación y de comercio internacional, en algunas ocasiones es necesario que los empresarios indígenas tengan que viajar a China para poder buscar nuevos productos y de esta manera mantener su innovación y competitividad con respecto a los empresarios chinos que radican en el Ecuador.

A partir de este ejemplo se puede ver la transformación que hubo a lo largo de los años gracias al comercio internacional, en donde se inició como artesanos y productores para convertirse en importadores y productores de telas provenientes de China; al igual que los comerciantes indígenas, los artesanos han optado por cambiar sus productos como lo eran las artesanías, con las que generaban un ingreso menor a un costo elevado de tiempo, cambiando este producto a otros realizados con textiles proveniente de China y transformarlos en pijamas, cobijas, gorras, ropa, guantes, entre otros. De aquí nace la ideología de que los indígenas Otavalo buscan siempre la manera de seguir innovando para poderse mantener competitivos dentro del comercio, sea nacional o internacional, aunque es importante reconocer que la decadencia de la producción y comercialización de las artesanías se debe a varios factores que contribuyeron a que los indígenas se desinteresen en producir dichos artículos y fomentándolos a cambiar de productos que generen mayores ganancias económicas con un menor esfuerzo físico.

Otro negocio que ha ido floreciendo y viendo un incremento sustancial dentro de la comunidad indígena, son las instituciones financieras, principalmente cooperativas de ahorro y crédito manejadas por indígenas y su capital; este tipo de negocio ha ido incrementando su presencia en Otavalo dentro de las dos últimas décadas. Las instituciones financieras recién creadas buscan principalmente ofrecer préstamos para que los indígenas puedan invertir en sus negocios o en comprar viviendas, generando un impulso económico y mayores facilidades de liquidez. Entre las instituciones financieras madre conocidas dentro del pueblo Kichwa están: Pilahuin Tio, Acción Imbaburapak, Coopertiva Chuchuqui.

Un cambio que se generó dentro del sistema cultural en el cual el pueblo indígena ha ido cambiando y adaptándose de acuerdo al contexto del comercio y negocios internacionales son aquellas ligadas al idioma, muchos años atrás las transacciones comerciales que este pueblo realizaba únicamente se desarrollaban en el idioma nativo el cual es el Kichwa y en su minoría se las desarrollaba también en el idioma castellano; gracias a los negocios internacionales el pueblo indígena tuvo que ir adaptándose y aprender los diferentes idiomas que se manejan dentro de este contexto globalizado como lo son el idioma inglés, francés, italiano, y últimamente el idioma chino a consecuencia de su influencia mucho mayor en el mundo y el comercio global. Estos cambios han posibilitado el acercamiento y acceso a nuevos mercados internacionales, que anteriormente debido a la barrera idiomática no se habían podido conocer y mucho menos entrar; esto ha cambiado gracias a los aprendizaje y el estudio que el pueblo indígena hay ido desarrollando para poder adaptarse y brindar un mejor servicio sus posibles compradores, el conocimiento de un idioma a la hora de realizar alguna negociación internacional refleja respeto hacia esa cultura. (Rodriguez, 2007)

1.20 Proyección del futuro con respecto al comercio y la sociedad Kichwa Otavaleña

Los Kichwas Otavalo has sido participantes de la economía global desde hace muchas décadas, convirtiéndola en una sociedad en constante evolución e innovación. Desde el auge y el boom económico que un grupo de indígenas supieron aprovechar, hasta en la actualidad con la crisis artesanal que se está viviendo dentro de la comunidad Otavalo; la población Kichwa es capaz de afrontar cualquier tipo de situación y salir adelante gracias a su fuerza de voluntad y los lazos sociales que los une entre miembros de su familia y sociedad que los rodea.

El contexto comercial y social que se vive al interior de la sociedad Otavaleña ha ido cambiando constantemente en el transcurso de los años; existe una problemática en temas como lo son las artesanías y el turismo, estos dos elementos han ido empeorando cada año sin mejorar de forma sustancial; a partir de este escenario gran parte de la comunidad ha criticado de manera constante a sus dirigentes y líderes a causa de la falta de iniciativas para frenar estos acontecimientos. La limpieza, seguridad y la promoción de actividades culturales para poder atraer a turistas son unos de los asuntos pendientes que las autoridades tienen que solucionar, se ha ido año tras año notando una decadencia con respecto a la actividad turística y eso a su vez ha llevado una crisis económica a los artesanos y pequeños comerciantes que viven de estas actividades; en los años 2000-2010 en la ciudad de Otavalo, específicamente en la plaza de Ponchos, se podía ver una gran cantidad de turistas provenientes de Estados Unidos y Europa los cuales iban a Ecuador y como una de sus paradas favoritas era conocer a la ciudad de los indígenas y también las famosas artesanías Kichwa, los productos que se realizaban en Otavalo tenían fama de tener una excelente calidad. Esto ha cambiado drásticamente en la actualidad, una minoría de turistas visita la ciudad de Otavalo y la famosa plaza de los Ponchos cuenta con una cantidad menor de turistas con respecto a los años anteriores, la calidad de los productos realizados por parte de la comunidad Kichwa ha ido decayendo y dejando en el pasado esos productos que eran reconocidos a nivel nacional e internacional.

Al tener claro el contexto al cual se enfrenta la sociedad Kichwa Otavalo, el futuro que se espera en el ámbito comercial y social están únicamente en control de la misma población, es decir, la misma sociedad tiene que buscar soluciones precisas sin esperar la intervención del estado o ayudas externas las cuales no tienen ninguna garantía de solucionar el problema.

Existen ayudas que provienen del estado como lo son las diferentes campañas de concientización, talleres para mejorar los procesos de producción y también ferias expositivas, que ayudaría a promover los diferentes productos y artesanías con las que cuentan; estas ayudas estatales sirven como un método de apoyo para que los indígenas Kichwas puedan aprovechar y volver a impulsar la venta y comercialización de sus artesanías a nivel nacional y transnacional.

La proyección que se tiene en el ámbito comercial luego de conocer sus antecedentes son muy alentadoras, esto debido a la crisis que ya ocurrió y el pueblo indígena ya afronto la decadencia de la producción y comercialización de sus artesanías a causa de factores que ya se mencionaron anteriormente; los Kichwas a lo largo de su historia se fueron innovando y adaptándose para poder seguir siendo competitivos en los diferentes mercados comerciales, esto a su vez nos da la predicción de que los artesanos van a innovarse y mejorar la calidad de sus productos a través de las nuevas técnicas de proceso y también gracias a la innovación con respecto a los diseños en sus productos para volver a llamar la atención en el público extranjero y nacional.

Se espera que gracias a los diferentes tratados que ha estado realizando el gobierno nacional, los indígenas Otavalo puedan aprovechar dichas relaciones comerciales con países como lo son Estados Unidos y Europa, a su favor y de consecuencia poder enviar los productos con mucha mayor facilidad y con menores trabas aduaneras. La saturación dentro de los mercados extranjeros ha ido disminuyendo con el pasar del tiempo, esto debido a que la venta masiva de artesanías ocurrió hace 20 años y en la actualidad los productos artesanales están volviendo a tomar la atención de los clientes extranjeros, el principal público objetivo que los Kichwas Otavalo buscan vender sus productos está entre los 20 y 60 años y dentro de este grupo las nuevas generaciones han crecido sin conocer los productos artesanales, debido a que la venta masiva ocurrió antes de que ellos nacieron y por ende no conocen las artesanías que realizan los indígenas Otavalo. Esto es muy alentador ya que se está abriendo una oportunidad para que los Mindalaes puedan volver a producir de manera masiva tus artesanías, pero para lograr esto primeramente tienen que lograr solucionar los problemas como lo son la calidad y la innovación, si se puede solucionar y buscar alternativas la situación comercial y económica irá mejorando progresivamente gracias a las nuevas tecnologías, un correcto uso de las redes sociales puede ayudar al impulso que los artesanos necesitan para poder vender sus productos de manera digital, al aplicar estas estrategias la promoción de sus productos va a ser mucho más masiva y con un costo mucho menor.

A su vez la proyección que se tiene con respecto a la sociedad Kichwa en los próximos años, esta seguirá desarrollando e implementando nuevas costumbres, estas nuevas influencias

proviene de los indígenas viajeros de Estados Unidos y Europa, pero aplicándolas a su manera. Desde siempre se ha catalogado a los Kichwas como un pueblo que tiene prosperidad económica, pero carente de estudios, esto se debe a que la mayoría de los comerciantes Otavalo viajaba a temprana edad y a causa de esto dejaban sus estudios para dedicarse en su totalidad a la venta y a la música; este pensamiento hoy en día ha ido cambiando progresivamente gracias a la prosperidad económica y a la nueva mentalidad, anteriormente se catalogaba a los estudios como una traba dentro del proceso de producción en los talleres artesanales, estas nuevas corrientes de pensamiento han impulsado una élite Kichwa intelectual que han estudiado a través de becas o igual manera a través del dinero de los padres que se encuentran en una buena posición económica, estas personas que se prepararon académicamente en la actualidad se encuentran dentro de la política o como personajes independientes que tienen mayor relevancia dentro del contexto social a través de sus ideas y pensamientos. Al implementar los estudios como una herramienta útil en vez de catalogarlo como una traba, los Kichwas Otavalo pueden mejorar la manera en como realizan los negocios, producción, agricultura, etc., cualquier tipo de actividad que se realizaba con conocimientos empíricos hoy en día se puede mejorar para optimizarlo y sacar un mejor provecho y utilizar menores recursos; las nuevas generación que se están preparando en un futuro ayudaran de manera exitosa a un desarrollo de la comunidad indígena Otavalo a través de sus conocimientos y nuevas ideas; esto sumado a la prosperidad económica que ya tienen los Kichwas proyecta un avance mucho mayor con respecto a otros grupos de indígenas en toda la sierra Ecuatoriana. (Muenala, 2007)

La mezcla de culturas en la ciudad de Otavalo se espera que se siga desarrollando para que cada vez sea mucho menor la diferencia y discriminación entre indígenas y mestizos, hoy en día todavía existen ciertas barreras entre estos dos grupos, de manera formal y en los puestos de trabajo ya no se puede visualizar ningún tipo de maltrato desde ambas partes y tampoco una discriminación agresiva, en el aspecto privado y de manera discreta todavía hay algunos elementos diarios con los cuales se diferencia a un Kichwa Otavalo y un mestizo que imposibilita una correcta fusión de culturas y un desarrollo sustentable.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Considerando el enfoque de esta investigación se utilizó una tipología cualitativa, estableciendo como objetivo principal obtener una visión general y como la población Kichwa se está viendo afectada en su entorno diario, por otro lado, es indispensable conocer todos los componentes dentro de la cultura indígena y como está siendo influenciada dentro del contexto de los negocios internacionales.

A raíz de la información que se recolectó, la metodología descriptiva identifica de una manera más específica las razones y las diferentes influencias externas que impactaron dentro de la sociedad Kichwa para que esta tenga que adaptarse y como sus productos tuvieron que modificarse para poder seguir compitiendo en los mercados nacionales e internacionales.

2.1 Tipo de investigación

2.1.1 Investigación Bibliográfica

La información recopilada para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue obtenida a través de fuentes bibliográficas como lo son libros, e-books, contenido audiovisual, entre otras fuentes. La investigación que se realizó cuenta con información verificada que sirve de base para realizar los respectivos estudios y análisis.

2.1.2 Investigación de campo

Para la obtención de la información se utilizó una recolección de campo dentro de la ciudad de Otavalo. Se utilizaron herramientas tecnológicas como Google Meet y Zoom, los personajes a los cuales se les aplicó la entrevista y encuesta fueron principalmente comerciantes y artesanos Kichwa, docentes de la Universidad de Otavalo y personas con relevancia dentro del contexto político y comercial en la ciudad de Otavalo (Alcalde, ingenieros y empresarios). La selección de las personas a ser entrevistadas se debe a su

conocimiento y la experiencia dentro del campo de la globalización y el comercio internacional aplicada a la cultura y sus influencias.

2.2 Métodos

2.2.1 Método Inductivo

La metodología inductiva se lo utilizó para poder llegar a una conclusión final a partir de la información obtenida a través de las diferentes encuestas y entrevistas realizadas a los expertos y personas involucradas en la investigación; la información obtenida ayuda a plantear nuevas ideas las cuales podrán servir de base para futuras investigaciones relacionadas con la cultura y el comercio internacional.

2.3 Técnicas

Para poder llegar a las conclusiones respectivas se utilizaron las siguientes técnicas que se detallaran a continuación de manera individual.

- Entrevistas: la técnica que se utilizó en este caso fue una entrevista dirigidas a personas conocedoras de la problemática actual como lo es la modificación de los productos artesanales y la globalización. (utilizando plataforma google meet).
- Encuesta: se la aplicó a través de una encuesta cerrada a artesanos/comerciantes Kichwa que realizan sus operaciones en la Plaza de Ponchos y los comerciantes residentes en el exterior, dicha información sirve para conocer la opinión que ellos tienen con respecto a la innovación y el uso de métodos para promocionar los productos artesanales indígenas. (Encuesta realizada en la Plaza de Ponchos)

2.3.1 Instrumentos

Los instrumentos que se aplicaron a cada técnica fueron:

- Cuestionario de entrevista: La tipología de las preguntas de la entrevista están enfocadas en temas culturales Kichwa y de comercio internacional, al realizar las

diferentes preguntas se busca conocer la opinión de los diferentes expertos con respecto a la trayectoria, evolución del comercio dentro de la cultura indígena a lo largo de los años y de esta manera darle respuesta al objetivo específico de identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo.

- Cuestionario de encuesta: Las preguntas utilizadas en el cuestionario están dirigidas a comerciantes y artesanos, la información recaudada ayuda a obtener un mejor enfoque con respecto a la opinión del comercio de artesanías en la actualidad y las causas y consecuencias de la aplicación de la cultura dentro del comercio indígena con el fin de responder al objetivo específico de analizar la influencia que tiene la globalización en la cultura Kichwa.

El cuestionario dirigido a los comerciantes residentes en el exterior utiliza preguntas relacionadas a la importancia de los elementos culturales a la hora de realizar operaciones comerciales en el exterior y como los productos ofertados han sufrido un cambio con el pasar de los años, dichas preguntas buscan responder a la incógnita del objetivo específico de analizar las causas del abandono de las artesanías por parte del pueblo Kichwa Otavalo en el exterior.

2.4 Población y muestra

La población al cual está dirigida la siguiente investigación es principalmente a artesanos Kichwa Otavalo, comerciantes indígenas y expertos en temas culturales y de globalización.

El rango de edad con el que se va a trabajar va a ser desde los 18 años en adelante, un gran porcentaje de las personas que se dedican a las operaciones de comercio y manufactura son mayores de edad y por ende no se contempla ningún registro de menores de edad.

2.4.1 Población

Se contemplan 3 poblaciones en el caso de estudio, dentro de la primera población se encuentran 8 expertos en diferentes aspectos culturales y comerciales que aportan información para su posterior análisis, el segundo grupo de población abarca a los

comerciantes ubicados en la plaza de ponchos a los cuales se les aplicó la fórmula estadística de acuerdo al número registrado de vendedores dentro del censo municipal, dentro de la tercera población se encuentran comerciantes residentes en Bélgica e Italia, a este último grupo no se le aplicó la fórmula estadística debido a la posibilidad y criterio del investigador.

2.4.1.1 Población 1

Entrevistas: Se seleccionaron a 8 expertos en el tema cultural y de negocios internacionales, entre las personas seleccionadas están el Alcalde de Otavalo, Docentes de la Universidad de Otavalo, Empresarios Kichwa, Ingenieros e integrantes del Cabildo Kichwa Otavalo.

2.4.1.2 Población 2

Encuesta 1: El censo realizado por el GAD de Otavalo indica que los comerciantes ubicados en la plaza de son 1467, este es el universo que se estableció para aplicar la fórmula de muestreo.

Fuentes: (Plan_de_Desarrollo_Otavalo, 2020)

2.4.1.3 Población 3

Encuesta 2: La aplicación de las preguntas están dirigidas a residentes en el extranjero, específicamente en Italia y Bélgica. Se aplicarán 89 instrumentos establecidos a criterios del investigador, sin que exista la necesidad de aplicar fórmula estadística.

2.4.2 Cálculo de la muestra

Para poder realizar el cálculo de la muestra para la población 2 se utilizó la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = 1467 artesanos y comerciantes Kichwa Otavalo

E = 5% (Límite aceptable de error de la muestra)

Z = 1.96 (Nivel de confianza 95%)

P = 50% probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = 50% probabilidad de fracaso

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 1467}{(0.05)^2 (1467 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n=1408.9068/4.6254$$

$$n=304.60$$

$$n=305$$

La muestra con la que se trabajará es de 305 comerciantes y artesanos Kichwa quienes se dedican al comercio de artesanías en el Ecuador.

Tabla 4

Tipología de la población a ser analizada por la entrevista

Nro.	Persona/Cargo	Cantidad	Descripción
1	Mario Conejo (Alcalde de Otavalo)	1	El conocimiento que tiene el actual Alcalde de Otavalo y sus 8 años de gobierno aportan información importante sobre la evolución cultural y económica dentro de la sociedad Kichwa.
2	Ing. Andrés Tabango (Gerente empresa textil Kichwa)	1	Gerente de la empresa textil Tabango S.A, sus conocimientos sobre los actuales procesos y materias primas

			usadas en las artesanías aportan información sobre la calidad actual de los productos Kichwa.
3	Rosa Albancando (Secretaria de jurisdicción Cabildo Kichwa Otavalo)	1	Integrante del Cabildo Kichwa Otavalo, sus conocimientos en temas culturales y políticos aportan información para la investigación
4	Ing. Roberto Conejo (Ex-Director EMAPAO)	1	Profesional Kichwa Otavalo conocedor de varios aspectos culturales y sociales en el área urbana de la ciudad.
5	Mgs. Felipe Males Lema (Fundador KISTH)	1	Economista y científico Kichwa Otavalo, experto en diferentes áreas de conocimientos como lo son la política, ciencias y cultura. Considerado como parte de la elite intelectual Otavalo en la actualidad, sus sugerencias y aportes ayudaran a establecer las conclusiones de la investigación.
6	Phd Daqui Lema (Docente Universidad de Otavalo)	1	Experto en derechos humanos y en temas socioculturales Kichwa, el conocimiento que tiene sobre estos temas ayudan a establecer una mejor visión de la sociedad actual en Otavalo
7	Mgs. Ariruma Kowii (Docente Universidad Andina)	1	Docente de letras y estudios culturales, los aportes obtenidos por este experto complementan el estudio de cultura y su influencia en los negocios internacionales
8	Tnlgo. Luis Matango Cachimuel	1	Empresario Kichwa Otavalo, experto en temas comerciales actuales e históricos. Los datos obtenidos de sus aportes son

(Empresario Kichwa
Otavalo)

importantes para conocer la trayectoria y
futuro del comercio indígena.

Elaborado por: Franklin Matango (2022)

Tabla 5

Tipología de la población a ser analizada por la encuesta

Tipo de Población	Rango de edad	Cantidad	Descripción
Artisanos/Comerciantes Kichwa en Ecuador Universo 2: 1467	18-70 Años	305	Artisanos y comerciantes los cuales conocen la actual situación económica y comercial con respecto a las artesanías que ellos producen y venden en Otavalo.
Comerciantes Kichwa Residentes en el extranjero Universo 3: A criterio del investigador	18-70 Años	80	Comerciantes Kichwa los cuales residen en el exterior (Italia, Bélgica) que comerciaron artesanías.

Elaborado por: Franklin Matango (2022)

2.5 Procedimiento

El proceso y la recolección de los datos obtenidos a través de las encuestas y entrevistas realizadas dentro del cantón Otavalo se desarrolló utilizando diferentes procesos; a continuación se enumerarán las distintas fases en la cual se dividió el trabajo.

Primera Fase

En este apartado se calculó la población y la muestra a través de fórmulas, a partir de los datos obtenidos y el número correcto de la muestra a ser analizada se puede establecer el tipo de instrumento óptimo a la hora de obtener los datos dentro del estudio de campo

Segunda Fase

En las encuestas y entrevistas realizadas a las personas involucradas en el caso de estudio se realizaron de manera virtual, es decir, video llamadas y entrevistas en línea fueron los instrumentos que se utilizaron debido a la distancia en la que se encuentran los involucrados. En el caso de las encuestas realizadas a comerciantes residentes en el exterior, se las realizaron de manera presencial en Italia y Bélgica.

Tercera Fase

Al finalizar la recolección de datos a través de los instrumentos se puede llegar al establecimiento de las conclusiones y las posibles soluciones a la problemática actual correspondiente a la cultura y su influencia dentro de los negocios internacionales.

3. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron a raíz de las entrevistas realizadas a personas expertas en temas culturales y comercio internacional, el análisis es resultado de la información de las entrevistas hechas entre el día 23 de diciembre del 2022 al 9 de enero del 2023, los resultados obtenidos son:

3.1 Entrevistas

DATOS PERSONALES:

Entrevista 1. (Ver anexo 5 ; pg. 127)

Nombre: Mario Conejo Maldonado

Cargo: Alcalde de Otavalo

El Alcalde de Otavalo, Mario Conejo Maldonado brinda sus conocimientos sobre cultura Kichwa Otavalo y su visión con respecto a la evolución social y económica Kichwa durante las últimas décadas, su experiencia en el cargo de servidor público y al ser el primer alcalde indígena de Otavalo aportan información fundamental para la investigación realizada

Las habilidades textiles y comerciales del pueblo Otavalo han sido su principal ventaja desde épocas pre incásicas, las relaciones comerciales existentes ayudaron a que los primeros Kichwas Otavalo se arriesgaran a salir más allá de sus comunidades y se adentraran en lugares desconocidos en ese entonces como lo es Colombia; esta expansión y ganas de superarse cada vez más han llevado a una globalización del pueblo Kichwa Otavalo en todos los rincones del mundo, al existir un gran número de indígenas en el exterior la economía local se ha beneficiado enormemente, la mayor parte de los recursos obtenidos por parte de la población Kichwa en el exterior se invierte en Otavalo y esto genera un dinamismo económico y mayores oportunidades.

La actividad musical en Otavalo es una de las ramas económicas con mayor auge y crecimiento en las últimas décadas, la creación de nuevas bandas musicales ha alimentado de manera significativa la economía local; con el aumento de capitales también se comenzó a diversificar las actividades y los emprendimientos que dirigen los indígenas, es decir, históricamente la economía indígena Otavaleña se basaba en artesanías, ganadería y agricultura, pero con el surgimiento de nuevas ideas y un mayor capital se está viendo una mayor creación de emprendimientos variados como lo son las ferreterías, cafeterías, restaurantes, etc.

Los comerciantes y artesanos desde siempre fueron considerados como personas exitosas y con mucho aprecio por parte de la sociedad indígena, las actividades comerciales y la manufactura de artesanías son un aspecto fundamental para poder tener cierto prestigio y respecto dentro de los Kichwas Otavalo.

La especialización e innovación siempre se ha encontrado presente dentro de la sociedad Kichwa, algunas familias se enfocan en realizar productos de calidad y con procesos mucho más elaborados para su venta en el exterior; estos productos de calidad e innovadores no se los pueden encontrar en la Plaza de Ponchos a causa del abarrotamiento y desorden que existe en ese lugar; la diversificación de los productos ofrecidos dentro de la Plaza de Ponchos provocan una mezcla entre productos artesanales y Chinos.

La identidad cultural del pueblo Kichwa Otavalo fue utilizada como una de las estrategias que trajo éxito dentro del contexto comercial, si bien hoy en día la vestimenta ha ido debilitándose como elemento cultural no significa que la identidad indígena se haya alterado, los rasgos y la fisionomía que poseen los indígenas los caracterizan donde sea se encuentre y sin importar la manera de vestir que utilice.

La innovación de las artesanías ha sido un tema controversial, el artesano Kichwa Otavalo se lo considera como una persona que se adapta a las exigencias del mercado y por ende existen productores que realizan manufacturas indígenas de buena calidad y con diseños innovadores, estos productos generalmente no salen o no se venden en el mercado local, ya que están dirigidas específicamente al mercado extranjero y son vendidos de manera directa a los comerciantes para su exportación.

Si bien la globalización en varias ocasiones se considera como una fuente negativa de influencia dentro de las culturas, en el caso de Otavalo esto no ha influenciado de manera negativa a la cultura indígena, los distintos valores aprendidos sirven para fortalecer la identidad cultural Otavalo sin olvidar las raíces y las tradiciones ancestrales; todos estos aspectos hacen que el indígena Otavaleño sea considerado como el pueblo más globalizado en todo el Ecuador.

El proceso de educación dentro de las nuevas generaciones ha ido aumentando en las últimas décadas, muchos de los padres de los nuevos profesionales Kichwa no lograron estudiar a causa del auge comercial que se vivió en los años 80 y 90, al tener mayor estabilidad

económica los padres desean que los hijos tengan la mejor educación y aprovechar los nuevos conocimientos en los negocios familiares ya establecidos.

Para mejorar las ventas y la producción de las artesanías Otavalo es necesario trabajar en la ética empresarial, es decir, las técnicas de engaño usadas con el fin de mejorar las ventas tiene que dejar de ser tan comunes dentro de las prácticas comerciales indígenas; al dañar el mercado con mentiras y productos de mala calidad se desprestigia la imagen de los artesanos Kichwa Otavalo.

Las experiencias obtenidas a partir de los viajes realizados por los comerciantes Kichwa ayudaron a una mejor visión y la creación de nuevos emprendimientos, muchos de estos inmigrantes que regresaron a Otavalo después de varios años en el exterior poco a poco han utilizado sus conocimientos empresariales para abrir restaurantes, hoteles y almacenes que operan con mano de obra indígena; la nueva generación de profesionales se espera que lideren un nuevo proceso de crecimiento económico, social y político en el futuro próximo.

Entrevista 2. (Ver anexo 6; pg. 130)

Nombre: Ing. Andrés Tabango

Cargo: Gerente Textilería Tabango S.A

El ingeniero Andrés Tabango gerente de la empresa Textil Tabango S.A comparte sus conocimientos sobre temas artesanales y textiles para entender la innovación y la relación entre artesanos y comerciantes dentro de la cadena de producción, estos procesos son un factor clave para darle el valor agregado cultural que se necesita a las manufacturas Kichwa Otavalo.

Históricamente, el pueblo indígena Otavalo se ha considerado como un grupo de emprendedores cuyo objetivo principal era la expansión alrededor del mundo para comercializar sus productos hechos a base de materiales como lo son la lana, acrílico y algodón; dichos productos siempre han tenido un valor agregado a los ojos de extranjeros gracias a la fama de su calidad y a los procesos ancestrales con los que se los asocia.

La visión que se tenía anteriormente con respecto a los comerciantes y artesanos Kichwa Otavalo hay ido debilitándose a consecuencia de la falta de innovación propia y él utilizó de productos chinos como principal medio de comercialización, los indígenas al ver su poder económico disminuir se tuvieron que adaptar a las exigencias del mercado dejando de lado el aspecto artesanal y convirtiéndose en importadores de productos chinos (telas, juguetes, prendas de ropa) o revendedores.

La producción de artículos hechos a base de materiales autóctonos de la región andina desde siempre ha tenido esa imagen de artesanías propias de un pueblo indígena, dándole el valor agregado correspondiente; a raíz de la falta de incentivos y la poca innovación de los diseños se ha visto en la actualidad una crisis de producción y en ciertos casos una crisis de identidad cultural que se puede ver reflejado en el cantón Otavalo. En el pasado la globalización ha ayudado la manera en como los indígenas realizaban comercio en países como Chile, Estados Unidos, Canadá, etc. La difusión de artesanías incentivaba un fortalecimiento cultural e industrial los cuales impulsaron la economía indígena.

Existen una grande cantidad de jóvenes que se están formando o que se encuentran ya profesionales dentro de la comunidad de Otavalo, muchos de estos jóvenes tiene la capacidad y los conocimientos para fortalecer la producción de artesanías, pero por el miedo y la incertidumbre de adentrarse en este campo prefieren buscar oportunidades en otros sectores laborales dejando de lado las raíces ancestrales que los caracteriza como jóvenes Kichwa Otavalo.

El mejoramiento de la calidad de las artesanías es la base para mejorar el porcentaje de ventas y exportaciones de los productos hacia los mercados internacionales, la materia prima es esencial para conseguir mejores acabados y por consiguiente una mejor calidad en general, esto acompañado de un correcto proceso va a generar un enorme valor agregado que ayude a que la mano de obra indígena sea reconocida a nivel mundial.

Uno de los principales logros que alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero es la dinamización de la economía, es decir, los comerciantes al comprar las artesanías directamente a los artesanos ayudan a que sus actividades sigan generando

ingresos y esto a su vez mueve la economía dentro de Otavalo ayudando a mejorar la calidad de vida y prosperidad dentro de la sociedad.

El futuro dentro del pueblo Otavalo va a ser guiado por las nuevas generaciones que se encuentran preparadas con estudios académicos, una mayor incidencia dentro de la política y la creación de nuevos emprendimientos va a ayudar a un desarrollo social, cultural y político; todas estas características tienen que ser guiadas por las personas mayores que tienen un conocimiento ancestral que fortalezca la identidad cultural del pueblo Kichwa.

Entrevista 3. (Ver anexo 7; pg. 132)

Nombre: Tnlga. Rosa Albancando

Cargo: Secretaria de jurisdicción Cabildo Kichwa

La Tnlga. Rosa Albancando es la secretaria de jurisdicción del Cabildo Kichwa, brinda sus conocimientos sobre temas culturales y empresariales que amplían la información en materia de trayectoria del mercado y la evolución del comercio Kichwa, aplicando sus conocimientos en su emprendimiento fundado a raíz de la experiencia en el extranjero como migrante Kichwa.

El inicio de la época de los comerciantes Kichwa se da desde el pre incásico, aunque es importante señalar que el boom se dio a inicio de los 90, estos primeros viajeros se lo denominaron mindalaes, los músicos se abrieron paso y siguieron como comerciantes de artesanías ancestrales. Si bien los productos indígenas supieron fusionarse con las nuevas cosas y las nuevas materias primas, no ha existido ese impulso que dinamice la economía en la actualidad, los productos Kichwa se quedaron estancados comparados con la competencia que lidera en los mercados internacionales, los cortes y las texturas son uno de los pocos detalles que se ha innovado en estos años.

A veces se generaliza al hablar de artesanos o comerciante Kichwa, no siempre el comerciante es artesano y viceversa, es necesario cumplir con ciertos requisitos de calidad para denominarse como artesano indígena y poder crear productos que sean comercializados a lo largo del mundo. Al procesar y realizar estos productos por manos artesanas indígenas

y utilizar los conocimientos ancestrales de diseño y manufactura, se tiene que transmitir una imagen de nuestra cultura para que tenga ese valor agregado significativo.

La razón principal de la falta de dinamismo e innovación se debe a una carencia política por parte del gobierno central, no existen propuestas o talleres que ayuden a una mejora con respecto a la elaboración y calidad, se ha dejado de lado a la capacitación de los artesanos indígenas que cada día se ven forzados a competir más duramente con los productos provenientes de China.

Los procesos de globalización y el comercio internacional son fundamentales para que la economía y la producción de artesanías pueda crecer, se puede mejorar la calidad de los productos y mejorar los procesos industriales, pero si no existe una red de mercado internacional no van a existir potenciales clientes a quienes le interese comprar los productos hechos con la mano de obra indígena Otavalo.

Las políticas gubernamentales, tales como los incentivos, capacitación, convenios entre empresas de maquila, ayudarían a una mejoría de las ventas de artesanías Kichwa; el uso de tecnología impulsaría la producción y facilitaría los trabajos de los artesanos que hasta el día de hoy siguen usando viejas técnicas poco viables para la expansión en masa comercial y el crecimiento económico que se busca.

Los estudios superiores se convirtieron en algo común para los jóvenes Kichwa Otavalo, los padres de estos jóvenes al haber abandonado los estudios a temprana edad para dedicarse al comercio, aspiran a que sus hijos alcancen mayores logros académicos que ellos, al tener una mayor formación estos jóvenes tienen ventaja con respecto a la sociedad y ayudan a promover más ideas y conocimientos aplicables en sus negocios familiares.

En un futuro se aspira a que esta nueva generación de profesionales indígenas Otavaleños ayude a seguir promoviendo la cultura, los conocimientos académicos y los ancestrales son una pieza clave para la conservación cultural y su desarrollo a largo plazo, por otro lado, las políticas gubernamentales ayudaran a promocionar y mejorar las artesanías ya existentes alrededor del mundo y también a nivel nacional.

Entrevista 4. (Ver anexo 8; pg. 135)

Nombre: Ing. Roberto Conejo

Cargo: Exdirector Emapao Otavalo

El Ingeniero Roberto conejo es un profesional que se desarrolló en distintas áreas de proyectos agrícolas, turísticos, ambientales y culturales dentro de la sociedad Otavaleña; aporta a la investigación sus conocimientos y visión sobre la trayectoria de los comerciantes Kichwa y la influencia que tiene la cultura dentro de los negocios internacionales en el Ecuador y también en el exterior.

La relación entre los mestizos e indígenas fue históricamente muy controversial, si bien en los años 80 la mayor parte de las exportaciones provenía de artesanías realizadas por mano de obra indígena, las agencias exportadoras u otros negocios relacionados estaban dirigidas por personas mestizas; la discriminación existente en aquella época impidió que el pueblo Otavalo crezca económicamente dentro del Ecuador y de consecuencia tuvieron que recurrir a dirigirse en el exterior para poder encontrar oportunidades para desarrollarse y conseguir prosperidad económica. Este acontecimiento forzó a las antiguas generaciones de Kichwas en incursionar de cierta manera dentro del comercio, al obtener prosperidad económica también la relación entre mestizos indígenas se vio cada vez más igualada y generó una mayor confianza dentro de la sociedad indígena.

Las distintas épocas de opresión, como lo es la colonia, atrasaron los procesos de evolución del comercio los cuales ya existían desde la época incaica con la comercialización de semillas, coca, textiles. Factores como la competencia desleal provocaron que los comerciantes indígenas tuvieran que adaptarse y vender productos provenientes de China u otro país ajeno, las prácticas desleales también fueron causantes de este cambio de productos, anteriormente se engañaba a los compradores con técnicas desleales y fraudulentas con el único fin de vender más y aún costó mucho más elevado. A consecuencia de estas malas prácticas, el mercado ha dejado de interesarse por los productos artesanales y prefirió adquirir productos desechables y de un bajo costo.

Hoy en día ser un artesano o un comerciante indígena no es tan relevante como lo era anteriormente, se necesita un nuevo proceso de industrialización que fomente una producción en masa para poder cubrir las exigencias que el mercado tiene y generar mayores oportunidades adentro de Otavalo para que los jóvenes profesionales no se dirijan a diferentes lugares.

Los artesanos y comerciantes Kichwa Otavalo han sabido explotar esa imagen cultural que tienen, la venta de productos relacionados con los lazos culturales que ellos tienen crearon una bonanza económica que se transmitió en la ciudad Otavalo y a los productores de las artesanías en el Ecuador. Este proceso de comercialización e innovación se está viendo frenado por prácticas como lo es la venta de la pobreza, muchos dirigentes indígenas prefieren generar ingresos causando lástima a los turistas extranjeros sin la necesidad de innovar o crear productos que sean de mayor provecho y con una mayor retribución económica; esta problemática es reflejo de la mentalidad que existe hoy en día en las comunidades Kichwa en donde se prefiere generar ingresos sin la necesidad de esforzarse o arriesgarse hacia nuevos negocios que les ayude a desarrollarse como sociedad y como personas.

Durante los años 70, 80 y 90 existió una gran decadencia con respecto a la población Kichwa que se encontraba realizando estudios, muchos jóvenes de la época preferían obtener fortunas económicas al formarse profesionalmente, en la actualidad esta visión es completamente diferente debido al apoyo que los padres dan a sus hijos y las ganas de crecer intelectualmente para poder incursionar en lo social y político. Esta nueva generación de jóvenes profesionales tiene que aprovechar la globalización y el comercio internacional para poder dinamizar la economía indígena a través de sus nuevas ideas y la obtención de redes comerciales que aprecien la mano de obra artesanal y le den un precio justo dentro del mercado.

Las estrategias para crecer en el aspecto comercial y exportador de las artesanías están relacionadas con la investigación, organización, educación y la necesidad de dejar el individualismo; la sociedad Kichwa Otavalo es reconocida por tener un gran sentido de individualismo y no querer compartir con nadie sus conocimientos o sus logros, es por eso

que el proceso de crecimiento se ve frenado al no existir una cooperación entre los distintos grupos y personas. Una mejoría de los procesos y de calidad es esencial para que los productos artesanales sean revalorizados dentro de los mercados internacionales y vuelvan a tener esa alta demanda que existía muchos años atrás.

La prosperidad económica obtenida a partir de la presencia de los Otavalos en el extranjero ha generado una mayor confianza entre los indígenas para poder incursionar en nuevos temas como lo es lo político y lo social, al tener la posibilidad económica de comprar bienes adentro de la ciudad de Otavalo los Kichwa los han aprovechado para reconquistar la ciudad y convivir de cierta manera pacíficamente con los mestizos.

Las nuevas generaciones para poder desarrollarse en lo social tienen que conocer su pasado, es decir, al no sentirse discriminados en la actualidad muchos jóvenes Kichwa pasan a segundo plano el tema cultural y dejan de reivindicar lo indígena, si no se preserva este aspecto cultural también lo económico va a ir decayendo hasta llegar en un punto de no retorno. Es necesario encontrar esos motivos para seguir luchando culturalmente y dejar de un lado el individualismo que ha caracterizado tanto al indígena a lo largo de su trayectoria como comerciante y artesano.

Entrevista 5. (Ver anexo 9; pg. 138)

Nombre: Dr. Felipe Males

Cargo: Fundador KISTH y economista

El economista Felipe Males se desarrolló en diferentes cargos gubernamentales como la secretaria de pueblos y nacionalidades, ministerio de economía y finanzas de la dirección de GAD y como consultor para el fondo de población de las naciones unidas (UNFA); aporta a la investigación sus conocimientos desde una perspectiva profesional y económica para poder comprender como la cultura influye dentro de los negocios internacionales en el Ecuador.

La historia de los Kichwa Otavalo dentro del comercio inicia desde la época del Incanato, al formarse como excelentes tejedores se convirtieron en un grupo privilegiado dentro de esa

sociedad prehispánica, al tener privilegios tales como libertad de movimiento y la posibilidad de comerciar entre las distintas culturas que existían en esa época rápidamente se adentraron más y más en el comercio dando origen a los mindalaes. A lo largo de los años el grupo indígena Otavalo fue expandiéndose poco a poco hasta llegar a los confines más remotos del mundo, utilizando la música y las artesanías para darse a conocer como una cultura rica en conocimientos ancestrales y tradiciones.

La evolución del comercio del pueblo indígena se vio fortalecida gracias a las diferentes revoluciones industriales que desarrollaron una industria que en sus inicios estaba controlada únicamente por personas mestizas, pero poco a poco se vio reemplazada por personas Kichwa que tenían el capital para poder comprar las maquinarias e implementarlas en sus actividades artesanales, al aplicar estas nuevas tecnologías se pudo aumentar la productividad y el comercio de manera nacional e internacional; desde siempre el pueblo indígena tuvo la conexión con el mundo entero y esto es la principal característica que los diferencia de los otros grupos étnicos en todo el Ecuador, es importante saber que el comercio funcionará siempre y cuando existan esas conexiones con el mundo exterior que ayuden a la prosperidad económica y comercial.

Las diferentes influencias externas como lo es la tecnología y la geopolítica han causado una crisis dentro de la sociedad Otavaleña, a consecuencia de sus resultados se puede notar una menor relevancia económica y social dentro de los mercados internacionales; varias décadas atrás la mano de obra indígena era muy codiciada a causa de su excelente calidad y su originalidad, esto acompañado por la competencia de productos chinos a ralentizado el proceso de innovación y expansión de las artesanías que realizan las personas Kichwa.

En la actualidad los productos realizados por los diferentes artesanos están siendo modificados con patrones que no son originarios de la cultura Kichwa Otavalo, estos nuevos patrones son provenientes de los indígenas de Estados Unidos. Desde siempre el Otavaleño es reconocido por su manera de innovar y mantenerse relevante dentro de los mercados en los que se encuentra, esta evolución está causada en gran medida por el mercado y sus exigencias de consumo.

El aporte de la cultura para darle un valor agregado a los productos elaborados tiene un límite, es decir, la innovación tiene que estar acompañada por nuevas ideas provenientes de jóvenes profesionales que se están formando en diferentes ámbitos como lo es el diseño de modas, ingeniería textil, marketing, etc. Al aplicar estos conocimientos se va a fortalecer las técnicas de producción y diseño, todo esto apoyado de una correcta intervención gubernamental ayudaría el repunte y liderazgo de las artesanías dentro de los mercados internacionales.

La falta de innovación que se encuentra en la actualidad es causada por una falta de capacitación y el poco o nulo apoyo que las entidades gubernamentales han brindado a la población indígena Otavalo, esta poca estimulación ha hecho que el proceso de innovación sea mucho más lento y en algunos casos perjudique los procesos comerciales nacionales e internacionales

Desde siempre la globalización ha jugado un papel importante dentro de la cultura indígena Otavalo marcando la diferencia entre los demás grupos étnicos en todo el territorio nacional, la migración hacia países extranjeros ayudo a un desarrollo económico de la región a través del intercambio de bienes; si no se toman en cuenta los factores como el comercio internacional se va a afectar directamente a la economía y producción artesanal.

Es importante recalcar que muchas veces un mayor número de personas preparadas con estudios de nivel superior no es una garantía de prosperidad económica, en todo el Ecuador el grupo étnico indígena con mayor cantidad de graduados son los Purua de la provincia del Chimborazo, pero al mismo tiempo son una de las comunidades indígenas más pobres en toda la sierra ecuatoriana, si se toma en cuenta la cantidad de población con los graduados y jóvenes estudiantes en preparación el pueblo Kichwa Otavalo se encuentra en primer lugar en ese aspecto, al tener una mayor prosperidad económica con respecto a las demás etnias indígenas los Otavalos se encuentran con una gran ventaja en todos los aspectos, pero aún faltan ciertos matices como lo es la falta de incidencia gubernamental y el posicionamiento de personas en cargos dentro de la política y del gobierno.

Una sugerencia para mejorar las ventas con respecto a las artesanías es aquella relacionada con el precio y la calidad, muchos compradores prefieren obtener buena calidad dejando el precio en un segundo plano, pero tomando en cuenta su origen y el proceso artesanal con el que se ha producido dicho producto; es necesario encontrar y fortalecer eso que hoy en día se llama calidad artesanal para de esta manera llamar la atención de los clientes y mejorar las ventas en el aspecto económico.

Al difundir la cultura Kichwa Otavalo alrededor del mundo se pudo dar a conocer ciertas características culturales y resaltar el nombre del Ecuador, el grupo mestizo al carecer estas características tuvo que acoplarse a las tradiciones indígenas para poder tener una mayor presencia en el extranjero; de una manera indirecta el grupo Otavalo se fue formando hasta convertirse en los embajadores del Ecuador en el Exterior.

En los próximos años los indígenas que se encuentran en el exterior van a tener una ventaja con respecto a aquellos que se encuentra residiendo en el Ecuador, esto se debe al tener mayores oportunidades en el exterior y una mejor economía en sus países de residencia, mientras que en el Ecuador la crisis económica no ayuda a crear oportunidades y trabajos aptos a las nuevas generaciones de jóvenes profesionales; con respecto al aspecto político este será desarrollando un poco más gracias al interés colectivo de los jóvenes Kichwa profesionales en obtener reconocimiento sin dejar de lado su espíritu empresarial. Si bien los Otavaleños tienen que aumentar su presencia en las organizaciones políticas indígenas, este proceso va a verse obstruido por el gran distanciamiento y la falta de aceptación por parte de los demás grupos técnicos al conocer la realidad económica que se vive dentro de la ciudad Otavalo y su espíritu emprendedor en adentrarse en los negocios internacionales.

Entrevista 6. (Ver anexo 10; pg. 143)

Nombre: Dr. Daqui Lema

Cargo: Docente Universidad de Otavalo

El Dr. Daqui Lema es un experto en aspectos culturales y derechos humanos, docente de la Universidad de Otavalo en el área de derecho, brinda sus conocimientos sobre estos temas relacionados con la identidad cultural y el desarrollo comercial de los Otavalos desde un

punto de vista profesional y con los conocimientos adquiridos a lo largo de su trayectoria como estudiante en el extranjero.

La cordillera andina históricamente ha sido un territorio en donde existía un gran tráfico comercial de productos como conchas, semillas, cacao y el maíz, estos productos venían comercializados por distintas culturas al tratarse de un continente tan amplio y con grandes diferencias étnicas dentro de su territorio, el pueblo Kichwa Otavalo es considerado como uno de los primeros comerciantes a nivel internacional en el continente americano confiriéndole el nombre de Mindalae.

Las antiguas redes comerciales utilizadas en la época precolombina sirvieron de base para comercio dentro de la época colonial, la creación del sistema de obrajes impulso una semi industrialización de la zona que aprovechó la mano de obra indígena y sus conocimientos textiles para fabricar productos de calidad, a partir del año 1800 estos obrajes deja de existir a causa de no poder seguir el ritmo de innovación y producción que exige el mercado internacional; los restos y maquinarias utilizadas durante el sistema de obrajes vienen adquiridos por los indígenas Otavalo que pasan de un sistema rudimentario a utilizar procesos un poco más industrializados impulsando de esta manera el comercio de sus artesanías en el mercado internacional.

Desde el 2008 existe una crisis que hasta el día de hoy ha afectado a los artesanos de indígenas, la exportación de artesanías se vio sustituida por productos chinos de bajo costo, causando una ruptura dentro de la cadena de producción local y la comercialización de estos bienes hacia los distintos países extranjeros; a raíz de esa problemática surgen una generación de jóvenes profesionales que se encuentra formándose para crear nuevas oportunidades de innovación acompañadas de estrategias de mercado que ayuden a un desarrollo comercial dentro de la sociedad Otavaleña.

Siempre se debe de considerar a la cultura como un valor agregado importante en todas las sociedades, es decir, las artesanías realizadas son producto de los conocimientos y técnicas culturales que se han ido transmitiendo de generación en generación; no siempre se tiene que identificar a los indígenas, artesanos ya que en la actualidad las nuevas generaciones se

están adentrando en otros tipos de negocios, pero sin dejar el componente de identificación y cultura que los caracteriza como indígenas Kichwa.

El sistema crediticio que se tiene en el Ecuador ha frenado de cierta manera la innovación que requieren las artesanías producidas por los indígenas Otavaleños, al no existir una forma accesible de crédito y unas tasas elevadas de intereses hacen que el incentivo para crear nuevas cosas sea muy bajo o casi nulo; la falta de capacitación y conocimientos limita la visión en el ámbito comercial y empresarial para generar nuevas propuestas.

Para poder impulsar un mayor crecimiento económico relacionado con la venta de artesanías es necesario una intervención gubernamental que ayude a tutelar las prácticas desleales de competencia y ayude a promocionar los productos locales en los mercados internacionales, el posicionamiento en el mercado y el uso de instrumentos adecuados ayudará a que las artesanías Kichwa tengan la relevancia que poseían muchos años atrás.

Si bien hoy en día existen jóvenes en formación o ya graduados de instituciones universitarias, no es correcto generalizar y garantizar que el derecho a la educación está siendo direccionado hacia toda la sociedad indígena Otavalo, el porcentaje de jóvenes estudiantes es muy bajo si se lo compara con el grupo mestizo o blanco mestizo y por ende es necesario crear mayores incentivos para que este porcentaje que vaya creciendo y ayude a un desarrollo social dentro del grupo étnico.

El establecimiento de criterios de calidad tales como la ISO y un mejor manejo de los procesos fomentaría un crecimiento exponencial con respecto a la comercialización y exportación de productos artesanales hacia los mercados internacionales para su difusión en masa. El uso de las redes de relaciones económicas ya existentes son importantes para poder conservar la autonomía en el aspecto cultural y laboral en la sociedad Kichwa Otavalo.

Para que el pueblo indígena se pueda desarrollar de manera económica, social y política es necesario elaborar propuestas para la conservación del idioma Kichwa, este elemento es la base de toda cultura debido a su gran importancia para poder establecer nuevas ideas y la correcta comunicación; éste es el reto que tiene que afrontar las futuras generaciones para

poder seguir conservando su cultura y transmitirlas desde una cosmovisión y pensamiento ancestral.

Entrevista 7. (Ver anexo 11; pg. 146)

Nombre: Mgs. Ariruma Kowii

Cargo: Docente Universidad Andina Simón Bolívar

El magíster Ariruma Kowii docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, comparte sus conocimientos sobre la identidad cultural y la interculturalidad en el pueblo Kichwa Otavalo, los relatos sobre como ha ido incursionando el pueblo indígena dentro del comercio aportan información con respecto al análisis de la influencia de la cultura dentro los negocios internacionales en el Ecuador.

La entrevista demuestra que históricamente el pueblo Kichwa ha estado presente dentro de las transacciones comerciales desde la época del incario hasta el presente dentro de la republica, los primeros comerciantes se hacían denominar mindalaes, una de las principales características de estos primeros aventureros fue el esfuerzo mostrado para vencer la opresión dentro del sistema político en donde vivían y explotar sus tradiciones y cultura a través del intercambio de bienes volviéndose poco a poco unos emprendedores y comerciantes a nivel internacional, su objetivo nunca fue conseguir trabajo, más bien crear empresas y volverse independientes.

La primera generación de comerciantes viajeros eran personas muy gestionarias y diplomáticos, utilizaban la prensa como principal medio para planear sus viajes a través del estudio y análisis de oportunidad, es decir, un indígena Kichwa para emigrar hacia otro país tomaba en cuenta diferentes factores como la estabilidad política y económica, el poder adquisitivo de las personas y la fortaleza de la moneda local con respecto al sucre. Una característica que utilizaban a su favor eran las relaciones sociales, la amistad entre personas e instituciones de los países extranjeros era esencial para poderse abrir paso como comerciantes y conseguir los permisos pertinentes para vender con tranquilidad, la evolución comercial los hizo adaptarse a las nuevas exigencias del mercado, pasaron de ser músicos y

vendedores abusivos a conseguir mayores oportunidades y encontrar nuevas estrategias de comercio.

Los aprendizajes obtenidos a partir de las vivencias en Europa y Estados Unidos han ayudado a que el pueblo Kichwa tenga una mayor confianza en ellos mismos y también en abrirse paso en nuevos negocios con el fin de generar mayores ganancias y precios justo con relación a sus productos, se ha logrado un gran avance con respecto a lo político y cultural al superar esas antiguas ideologías gracias a las vivencias de los mindalaes Kichwa Otavalo.

Desde siempre el indígena Otavalo ha buscado aquella actividad que le haga generar más dinero, eso acompañado de una transformación de los productos artesanales a productos chinos ha impulsado un crecimiento económico; existen nuevas generaciones de jóvenes Kichwa que se encuentran estudiando nuevas habilidades en instituciones superiores, estos nuevos conocimientos tienen que fusionarse con la adaptación de lo antiguo y lo nuevo, es decir, lo universal con el diseño andino que los caracteriza. Estos nuevos profesionales Kichwa son fruto de la nueva ideología de los padres comerciantes que obtuvieron prosperidad económica dejando de lado los estudios, al superar las dificultades económicas las nuevas generaciones aspiran a crecer de manera intelectual y aplicar estos nuevos conocimientos en los negocios de sus padres.

En la Plaza de Ponchos los artesanos y comerciantes manejan una ideología de producto chatarra, es decir, la calidad de los productos está diseñada para ser desechada a los pocos uso, sacrificando el prestigio de las artesanías Otavaleñas que las caracterizaba desde siempre con el fin de conseguir mayores ganancias económicas a un precio bajo. Las nuevas generaciones van a tener que cambiar esta ideología para desarrollar estrategias aplicables a la sociedad de consumo moderno.

La población indígena Otavalo fue muy hábil el aprovechar el sistema en donde se desenvolvía, la obtención de los productos artesanales a un bajo costo han ayudado a la prosperidad económica y compra de bienes dentro de la ciudad de Otavalo, la globalización y el comercio internacional son algo fundamental para provecho de los indígenas y sus ganas de seguir creciendo en el aspecto económico y social.

Es de conocimiento general que las artesanías están en un mal momento, la comercialización y producción se ha estancado comparado a las décadas anteriores, para salir de este problema es necesario una originalidad e innovación aplicada a los productos elaborados con la ayuda de los jóvenes que tienen que aplicar sus conocimientos e inspirarse a los diseños de los Andes, se tiene que innovar los productos y procesos, pero sin dejar la identidad que ha siempre caracterizado al pueblo Kichwa Otavalo.

El proceso de comercio en el extranjero y la simple presencia de los indígenas ha contribuido a que el nombre de Ecuador sea reconocido a nivel mundial, la cultura Otavaleña se expandió a cada continente gracias a la perseverancia de su gente, los logros económicos ayudó a una mayor confianza, pero de igual manera se generó mucha arrogancia y vanidad, el espíritu comunitario de ayudarse y apoyarse se debilitó mucho en esta época.

Para poder desarrollarse como sociedad en los diferentes aspectos como lo es el político, económico y social es necesario que se rescate el idioma Kichwa perdiendo el miedo y la vergüenza de hablarlo, este aspecto es la base para reafirmar la cultura Otavalo y de consecuencia esta siga manteniéndose y transmitiéndose de generación en generación.

Entrevista 8. (Ver anexo 12; pg. 149)

Nombre: Tnlgo. Luis Matango

Cargo: Empresario Kichwa

El tecnólogo y empresario Otavaleño Luis Matango brida sus conocimientos sobre la evolución comercial y como gestionar la innovación artesanal a través de su experiencia en empresas de comercio, transportes y logística; al conocer de primera mano la evolución que experimento el pueblo Kichwa Otavalo durante las diferentes décadas da una visión diferente y un análisis empresarial.

El Pueblo Kichwa Otavalo ha ido involucrándose dentro del aspecto comercial a través de los viajes en el exterior, los primeros viajeros exponían y daban a conocer las artesanías y cultura indígena; estos acontecimientos han formado una mentalidad más empresarial y más arriesgada al adentrarse en nuevos negocios trayendo prosperidad económica, la sociedad a

raíz de este crecimiento mira con buenos ojos y mucho respeto las actitudes empresariales y estratégicas que caracterizan a los indígenas Otavalo.

Existe un cambio claro con respecto a los productos que se venden, la importación de productos artesanales ya no es rentable si se quiere generar grandes cantidades de dinero, es claro que existen crítica sobre este, cambio pero aun así no se debería ver con malos ojos debido a los logros que se alcanzaron de manera económica y social. Si bien la cultura es una fortaleza de valor agregado, no es imprescindible si se quiere alcanzar ganancias en ventas, muchos compradores principalmente se fijan más en un buen precio y que la calidad sea normal o buena.

La falta de innovación y la generación de nuevas ideas no es causada por poco interés por parte de los artesanos Kichwa en el Ecuador, más bien esta se deriva por la falta de tecnología y economía, estos dos elementos impiden que los pequeños artesanos tengan la posibilidad de innovarse y puedan mejorar los procesos de producción necesarios para diversificar los productos artesanales.

La globalización y el comercio internacional propone mayores oportunidades para los emprendedores Otavaleños, la importación de nuevas tecnologías y la generación de nuevas ideas provenientes del extranjero, ayuda a que los productos artesanales mejoren de calidad y generen mayor rentabilidad; los acuerdo comerciales son importantes para ayudar a que las artesanías encuentren cabida dentro del mercado internacional. Una estrategia aplicable para mejorar las ventas de productos Kichwa es aquella de la producción en escala, es decir, es aconsejable adquirir nuevas tecnologías que faciliten los procesos de producción y aumenten los volúmenes de productos, al generar más mercancía se puede bajar un poco la rentabilidad esperada, pero esto se compensa con el volumen de producto vendido.

En un futuro la sociedad Kichwa se vera beneficiada por los nuevos profesionales indígenas que se están preparando, las nuevas ideas beneficiaran en el aspecto político, social y económico; el comercio internacional y los nuevos procesos aplicables ayudaran enormemente la exportación de artesanías y la importación de nuevas tecnologías.

3.2 Resultados de las encuestas a los Kichwa Otavalo artesanos /comerciantes

Objetivo: Analizar la influencia que tiene la globalización en la cultura Kichwa Otavalo

Tabla 6

1.- *Sexo*

Masculino	102	33,442%
Femenino	203	66,558%
Total	305	100%

Resultados:

Las encuestas realizadas en la Plaza de Ponchos a comerciantes y artesanos que se encuentran vendiendo sus productos, indican que la mayor parte son mujeres (66,56%) mientras que los hombres representan una minoría con un 33,44%.

Tabla 7

2.- *Edad*

18-29 Años	108	35,409%
30-39 Años	25	8.198%
40 años o más	172	56.393%
Total	305	100%

Resultados:

Entre los comerciantes y artesanos encuestados se nota un mayor porcentajes de personas de 40 o más años que representa un 56,39%, en segundo lugar se pueden notar las personas jóvenes entre 18-19 años con un 35,40% de representatividad y como último grupo en términos numéricos se encuentran las personas de 30-39 años con un 8.19.

Tabla 8

3.- *Grado de importancia de la cultura Kichwa.*

No es importante	0	0%
Poco Importante	17	5.56%
Algo importante	23	7.56%
Importante	82	26.885%
Muy importante	183	60%
Total	305	100%

Resultados:

La mayor parte de los encuestados (60%) está de acuerdo en considerar a la cultura como un elemento “muy importante” , otro grupo un poco más minoritario (26.88%) lo considera como “importante” y por último los menores porcentajes 5.55% y 7.56% son aquellos que no lo consideran como algo importante en su negocio.

Tabla 9

4.- Aspectos Culturales que se han debilitado

	1	2	3	4	5	Total
Vestimenta	---	105 (34.43%)	---	---	---	105
Idioma	152 (49.84%)	---	---	---	---	152
Gastronomía	---	---	25 (8.20%)	---	---	25
Festividades	---	---	---	15 (4.92%)	---	15
Música	---	---	---	---	8 (2.61%)	8
Total	152	105	25	15	8	305

Resultados:

El aspecto que más ha debilitado es el idioma (49.84%) y de igual manera la vestimenta (34.43%), entre los aspectos que menos han perdido como identidad están la gastronomía (8.20%), festividades (4.92%) y la música andina (2.61%)

Tabla 10

5.- Factores causantes del cambio cultural

	1	2	3	4	Total
Migración	210 (68.85%)	---	---	---	210
Avances tecnológicos	---	---	27 (8.85%)	---	27
Globalización	---	---	---	13 (4.27%)	13
Economía	---	55 (18.03%)	---	---	55
Total	210	55	27	13	305

Resultados:

Para muchos artesanos y comerciantes la principal causa del cambio cultural que se vivió en los últimos años dentro de la población Kichwa es la migración (68,85%), como segundo elementos de mayor influencia la economía (18.03%) y los últimos elementos son los avances tecnológicos (8.85%) y la globalización (4.27%)

Tabla 11

6.- Principales artículos vendidos históricamente

	1	2	3	4	Total
Artesanías	240 (78.7%)	---	---	---	240
Bisutería	---	---	15(4.92%)	---	39
Textiles	---	39(12.78%)	---	---	15
Otros	---	---	---	11 (3.60%)	11
Total	240	39	15	11	305

Resultados:

La mayor parte de los comerciantes Kichwa un los primeros años comercializaron las artesanías (78.7%), otro de los productos que tenía gran relevancia en los negocios indígenas era los textiles (12.78%), los artículos menos vendidos eran la bisutería y otros productos.

Tabla 12

7.-Calidad de las manufacturas Kichwa Otavalo

Pésima	6	1.967%
Mala	15	4.918%
Normal	121	39.672%
Buena	118	38.688%
Excelente	45	14.754%
Total	305	100%

Resultados:

Un gran porcentaje de los artesanos y comerciantes reconoce que los productos realizados en la actualidad son en su mayor de normal (39.67%) y de buena (38.68%) calidad, existe un cierto porcentaje minoritario que a su vez las consideran de mala calidad (4,91%) y de pésima calidad (1.96%).

Tabla 13

8.- Estrategias para repunte de las ventas artesanales

	1	2	3	4	5	Total
Crear productos innovadores	136 (44.60%)	---	---	---	---	136
Adaptar las antiguas artesanías a las necesidades actuales del mercado y la moda	---	72 (23.60%)	---	---	---	72
Campañas publicitarias	---	---	---	23 (7.54%)	---	23
Programas del gobierno y talleres	---	---	---	---	9 (2.95%)	9
Estrategias de marketing digital y un mejor proceso	---	---	65 (21.31%)	---	---	65
Total	136	72	65	23	9	305

Resultados:

Una de las estrategias más aceptadas es aquella de crear productos innovadores (44.60%), la segunda estrategia con más apoyo es la adaptación de las antiguas artesanías de acuerdo a las necesidades del mercado (23.60%) acompañada de la estrategia de marketing digital y una mejoría en los procesos de fabricación (21.31%), la estrategia que menos apoyo tienen son las campañas publicitarias (7.54%) y los programas gubernamentales (2.95%).

Tabla 14

9.- Modificación o alteración de las manufacturas indígenas

Totalmente en desacuerdo	20	6.557%
En desacuerdo	152	49.838%
Me es indiferente	57	18.688%
De acuerdo	51	16.721%
Totalmente de acuerdo	25	8.196%
Total	305	100%

Resultados:

Un gran porcentaje de los entrevistados esta en desacuerdo (49.83%) en considerar que la alteración de los productos indígenas es una forma de pérdida cultural, la contraparte está totalmente de acuerdo (8.19%) en reconocer una decadencia cultural al realizar estas prácticas comerciales.

Tabla 15

10.- Talleres y conferencias para dinamizar ventas de productos artesanales

Si	236	77.377%
No	69	22.623%
Total	305	100%

Resultados:

La implementación de programas gubernamentales para dinamizar el comercio artesanal tienen un gran apoyo dentro de los comerciantes indígenas Otavalo (77.37%), muy pocos artesanos no están dispuestos a participar (22.62%) por causas externar y falta de tiempo.

Tabla 16

11.- Regularidad con las que se modifican los productos

Nunca	32	10.491%
Casi Nunca	16	5.245%
Ocasionalmente	162	53.114%
Una vez al mes	61	20.003%
Una vez al año	34	11.147%
Total	305	100%

Resultados:

Los encuestados informan que ocasionalmente (53.11%) reciben pedidos de productos con cambio en diseños y alteración, otro porcentaje numeroso informa que únicamente reciben pedidos de mercancía con modificaciones una vez al mes (20%), entre los porcentajes minoritarios se encuentran aquellos comerciantes que casi nunca (5.24%) reciben pedidos que manipulen los diseños andinos por otros y aquellos que directamente nunca (10.49%) tuvieron este tipo de peticiones por parte de un comprador.

3.3 Resultados de las encuestas a los Kichwa Otavalo comerciantes en el exterior

Objetivo específico: Analizar las causas del abandono de las artesanías por parte del pueblo Kichwa Otavalo en el exterior

Tabla 17

1.- Sexo

Masculino	43	53.75%
Femenino	37	46.25%
Total	80	100%

Resultados:

Al analizar los resultados obtenidos con respecto a los comerciantes residentes en el exterior (Italia y Bélgica) se identifica que el porcentaje del género masculino (53.75%) y femenino (46.25%) son muy igualados entre ellos.

Tabla 18

2.- Edad

18-29 Años	11	13.75%
30-39 Años	27	33.75%
40 años o más	42	52.50%
Total	80	100%

Resultados:

La mayor parte de los comerciantes Kichwa en el exterior tiene entre 40 o más años (52.50%), el segundo grupo más numeroso son aquellos entre 30-39 años (33.75%) y el grupo minoritario, pero en crecimiento hoy en día son los de 18-29 años (13.75%).

Tabla 19

3.- Año inicio de las actividades comerciales

Años 70	1	1.25%
Años 80	13	16.25%
Años 90	20	25%
Años 2000 en adelante	46	57.5%
Total	80	100%

Resultados:

Los años 90 y los 2000 son la época en donde la mayor parte de los comerciantes Otavalo se iniciaron en su práctica comercial con un porcentaje de 25% y 57.5% respectivamente. Existe únicamente 1 persona (1.25%) que inicio su profesión de comerciante en los años 70.

Tabla 20

4.- Obstáculos de los primeros Kichwas en el exterior

	1	2	3	4	5	6	Total
Discriminación	---	---	9	---	---	---	9
			(11.25%)				
Poca solvencia económica	---	---	---	---	5	---	5
					(6.25%)		
Adaptación cultural	---	---	---	7	---	---	7
				(8.75%)			
Regulación de documentos/visas	---	22	---	---	---	---	22
		(27.5%)					
Barreras lingüísticas	32	---	---	---	---	---	32
	(40%)						
Falta de empleo	---	---	---	---	---	5	5
						(6.25%)	
Total	32	22	9	7	5	5	80

Resultados:

Los obstáculos más grandes que la mayor parte de los comerciantes enfrento en los inicios de su trayectoria son las barreras lingüísticas (40%), regulación de documentos (27.5%) y la discriminación (11.25%) mientras los obstáculos más sencillos fueron la adaptación cultural (8.75%), poca solvencia económica (6.25%) y la falta de empleo (6.25%)

Tabla 21

5.-Pérdida de aspectos culturales Kichwa Otavalo para integrarse en la sociedad

Nunca	23	28.75%
Muy poco	41	51.25%
Poco	14	17.5%
En varias ocasiones	2	2.5%
Totalmente	0	0%
Total	80	100%

Resultados:

Dentro de la cultura Kichwa Otavalo no se nota ninguna pérdida cultural causada por la integración en países extranjeros, la mayor parte de los comerciantes manifiesta que muy

poco (51.25%) les influyo la integración a su cultura indígena, el porcentaje de personas que han cambiado es casi nulo (2.5%).

Tabla 22

6.- *Importancia de la cultura en los negocios internacionales para los comerciantes residentes en el extranjero*

No es importante	43	53.75%
Poco importante	18	22.5%
Neutral	1	1.25%
Importante	8	10%
Muy importante	10	12.5%
Total	80	100%

Resultados:

Una mayoría de las personas encuestadas (53.75%) considera que no es importante la cultura dentro de los negocios internacionales, estos resultados se contrastan con la pregunta anterior. Los comerciantes que consideran como importante (10%) y muy importante (12.5%) son una minoría.

Tabla 23

7.- *Causas del abandono de las artesanías por parte de los comerciantes Kichwa*

	1	2	3	4	5	Total
Aumento de costos de importación	---	---	---	3	---	3
				(3.75%)		
Mayor trabas aduaneras en el país de destino	---	---	6	---	---	6
			(7.5%)			
Menor calidad de los productos hechos en Otavalo	---	---	---	---	2	2
					(2.5%)	

Competencia por parte de productos chinos	39 (48.75%)	---	---	---	---	39
Falta de interés por parte de los clientes	---	30 (37.5%)	---	---	---	30
Total	39	30	6	3	2	80

Resultados:

El elemento que más ha influido para que los comerciantes Kichwa dejen de comercializar sus productos artesanales es la competencia por parte de los productos chinos (48.75%) seguido por la falta de interés de los clientes (37.5%), los elementos que menos han influido son las trabas aduaneras (7.5%), mayor costo importación (3.75%) y la menor calidad de los productos.

Tabla 24

8.- Consecuencias después de dejar las artesanías

Mejores ventas	54	67.5%
Una pérdida de identidad en su familia	0	0%
Discriminación por partes de otros indígenas	0	0%
Una disminución en los ingresos	5	6.25%
Mayor aceptación por parte de la sociedad en la que se encuentra	21	26.25%
Total	80	100%

Resultados:

Muchos de los encuestados Kichwa manifiestan que después de abandonar la venta de productos típicos, las ventas mejoraron significativamente (67.5%), también notaron una

mayor aceptación por parte de la sociedad extranjera (26.25%). Únicamente una minoría experimento una disminución en los ingresos (6.25%).

Tabla 25

9.- Importancia de la vestimenta indígena

No es importa	53	66.25%
Poco importante	14	17.5%
Algo importante	8	10%
Importante	2	2.5%
Muy importante	3	3.75%
Total	80	100%

Resultados:

Los comerciantes residentes en el exterior en su mayoría (66.25%) no consideran importante el uso de la vestimenta típica Otavaleña durante las operaciones comerciales, el siguiente grupo más numeroso manifiesta que es poco importante (17.5%) y únicamente un 2.5% y 3.75% lo consideran como importante o muy importante respectivamente.

Tabla 26

10.- Principales objetivos de los comerciantes Kichwas en el exterior

	1	2	3	4	5	Total
Obtener reconocimiento dentro de la sociedad Kichwa	---	---	---	--	--	0
Prosperar de manera económica	70 (87.5%)	---	---	--	--	70
Dar a conocer la cultura Otavalo en el exterior	---	---	---	--	--	0
Viajar y conocer nuevos mercados	---	5 (6.25%)	---	--	--	5
Ayudar a sus familiares en el Ecuador	---	---	5 (6.25%)	--	--	5

Total	70	5	5	0	0	80
-------	----	---	---	---	---	----

Resultados:

El principal propósito de los comerciantes Otavalo en el exterior es prosperar de manera económica (87.5%), los otros dos propósitos principales son viajar al conocer nuevos mercados (6.25%) y ayudar a sus familiares en el Ecuador (6.25%).

4. DISCUSIÓN

La discusión de esta investigación esta basada en analizar la influencia que tiene la cultura Kichwa Otavalo dentro de los negocios internacionales, tomando en cuenta los aspectos culturales y los diferentes mercados extranjeros en los que se desenvuelven. Los instrumentos utilizados en la investigación aportaron resultados e información relevante que permite realizar un análisis y una idea más amplia sobre como el pueblo indígena Otavalo se ha visto influenciado por la globalización, comercio internacional y las nuevas corrientes ideológicas.

De acuerdo a los datos obtenidos, es importante diferenciar dos tipos de contextos, los artesanos/ comerciantes que realizan todas sus operaciones en el Ecuador y aquellos que se encuentran en otros países realizando sus operaciones de comercio; existe una diferencia con respecto a estos dos grupos como lo es el género, edad y los aspectos culturales que de una manera u otra están siendo influenciados cada vez más.

El grupo indígena que realiza las operaciones de comercio dentro de la Plaza de Ponchos en su mayoría son mujeres, esto se debe al hecho que la mayor parte de los hombres se dedica a la fabricación de las artesanías en sus hogares, este proceso es un poco más complejo y necesita de técnicas que en su mayoría es dominada por los hombres; otro dato resaltante es el rango de edad de las personas que se dedica a este tipo de actividad, es decir, las personas de 40 años o más son el grupo dominante debido a su historia y la importancia que existía en ser artesanos u comerciante en su época, es claro que después de esta generación hubo un pequeño declive, pero en la actualidad las nuevas generaciones de 18 hasta los 29 años están retomando esta actividad al ver que existen buenas ganancias y verlo como una nueva manera de progresar económicamente.

A través de la investigación realizada se obtuvieron resultados con respecto a los aspectos culturales que más han ido debilitándose en las últimas décadas, según los propios artesanos y comerciantes Kichwa Otavalo el aspecto que más está siendo afectado es el idioma, muchos jóvenes en la actualidad no hablan este idioma ancestral, muy pocos entienden pero no hablan, esto se debe a una falta de enseñanza por parte de los padres y los pocos incentivos que se han dado por parte de las instituciones educativas que priorizan únicamente en castellano y en ciertos casos el inglés, pero dejando olvidado por completo el idioma Kichwa. Otro aspecto que de igual manera ha ido en decadencia es la vestimenta tradicional, las personas mayores conservan y utilizan a diario la vestimenta tradicional indígena, pero los jóvenes ya no lo hacen o en ciertos casos únicamente lo utilizan en eventos importantes, el uso de vestimenta mestiza o proveniente de otros países ha ido expandiéndose a causa de la globalización y las diferentes influencias que traen los comerciantes Kichwas que viajan al exterior. A raíz de la investigación realizada, se determinó que los factores causantes del cambio cultural dentro del pueblo Kichwa Otavalo son principalmente la migración, economía y los avances tecnológicos; los primeros dos factores tienen una relación directa entre ellas, es decir, históricamente el pueblo Kichwa Otavalo ha sido un grupo indígena que se ha especializado en comerciar y buscar nuevos mercados más allá de sus fronteras priorizando el aspecto económico y aprovechando su legado cultural como una ventaja competitiva frente a los demás comerciantes; la migración ha traído grandes aportes como lo son nuevas ideas de negocios, dinamización de la economía, confianza en la población indígena, entre otras cosas, pero igualmente estas influencias externas han cambiado o alterado la cultura indígena Otavaleña como se supo mencionar anteriormente; a través de la migración también se ha ido desarrollando lo económico, al tener mayores posibilidades económicas las personas Kichwas poco a poco han ido alterando la manera en como vivían y sus costumbres culturales para adaptarse a un estilo de vida más cómodo y globalizado.

En las últimas décadas ha existido un debate sobre la calidad de las artesanías y los procesos que realizan los artesanos para realizar sus manufacturas, las personas encuestadas manifiestan que la calidad de los productos ya no es como aquella que se vendían anteriormente, esto causado por el aumento del costo de la materia prima y la falta de tecnología pertinente para mejorar los productos, pero se siguen manteniendo entre una

calidad normal y buena; estos productos de menor calidad están dirigidos principalmente al mercado local mientras que existen productores que manejan diferentes procesos de fabricación y con una calidad excelente, pero estas mercancías están destinadas principalmente para su exportación y la venta directa con el comerciante localizado en el exterior.

Entre las estrategias propuestas para dinamizar y mejorar el porcentaje de las ventas de productos artesanales, los artesanos toman con mayor interés la creación de productos innovadores, es decir, realizar productos totalmente nuevos sin perder la autenticidad y la esencia que caracteriza a la cultura Kichwa Otavalo; esto se logra a través del uso de tecnología como lo es la impresión 3D o la fabricación digital para crear piezas únicas y personalizadas, pero también se puede lograr a través de la aplicación de nuevas técnicas y materiales con la finalidad de respetar y preservar las técnicas originales, pero adaptándolas a las nuevas exigencias del mercado. Otra de las estrategias con mayor apoyo por parte de los artesanos y comerciantes es aquella de la implementación del marketing digital, existen diferentes maneras en las que el marketing digital puede ser aplicado a las artesanías indígenas como: el uso de redes sociales para mostrar las manufacturas indígenas y al mismo tiempo interactuar con los posibles compradores, la implementación de publicidad en línea para poder llegar a un público más amplio y atraer a nuevos clientes, implementación del e-commerce para vender las artesanías producidas directamente con los clientes y de igual manera conseguir una mayor eficiencia en las ventas al haber menos intermediarios, estas estrategias de marketing buscan expandir el mercado y por consiguiente aumentar las ventas a través de la eficiencia y la correcta distribución de productos.

Los obstáculos que enfrentaron las primeras generaciones de mindalaes son muy distintas a aquellas que enfrentaron sus hijos, un ejemplo de ellos es la barrera lingüística, las primeras generaciones tuvieron que enfrentar como uno de los obstáculos más difíciles el aprendizaje del idioma, ya que ciertos países a los que emigraban tenían un idioma totalmente desconocido para ellos, este no es el caso de sus hijos puesto que al haber crecido en ese entorno su idioma principal va a ser el inglés, francés, alemán, etc. Otro gran obstáculo que se les presentó a los primeros viajeros Kichwa Otavalo fue la regulación de sus documentos, durante los años 80 y 90 los controles fronterizos en Europa eran menos estrictos y por ende

los indígenas Otavaleños tenían la posibilidad de movilizarse, pero a partir de los 2000 se implementaron fuertes revisiones de migración las cuales impulsaron a que muchos Kichwas Otavalo residentes en otros países europeos se movilizaran a España debido a que en ese país la regulación y la obtención de la ciudadanía era mucho más fácil comparado a los demás países, a raíz de este acontecimiento la población Indígena Otavalo se fue expandiendo mucho más alrededor del mundo gracias a sus conocimientos de comercio y a su mejor posicionamiento económico.

Es importante recalcar que para muchos comerciantes Kichwas residentes en el exterior no es importante la cultura dentro de los negocios internacionales, esto se debe a que dentro de la cultura Kichwa el objetivo principal de todo comerciante es generar la mayor cantidad de dinero posible, en ciertos casos dejando de comercializar artesanías propias de su cultura para enfocarse en revender productos chinos que les generen mayor rentabilidad; dentro de las principales razones y motivaciones que impulsaron al abandono de la venta de las artesanías se encuentran: mayor competencia por parte de los productos Chinos, falta de interés por parte de los clientes y mayores trabas aduaneras; estos elementos han influenciado a que los comerciantes Kichwa se desmotiven en importar mercancía directamente de Ecuador a causa de su baja rentabilidad económica y la fuerte competencia de otros productos provenientes de otras partes del mundo.

El comercio internacional y la globalización han tenido un impacto significativo dentro de la cultura Kichwa Otavalo. Históricamente, se reconoce a los indígenas Otavalos como hábiles tejedores y comerciantes que supieron aprovechar estas cualidades para abrirse al mundo y convertirse en el grupo indígena con mayor prosperidad económica en el Ecuador; el impacto que los negocios internacionales en la cultura Kichwa ha sido doble: por un lado ha mejorado de manera radical la economía de la comunidad, pero por otro lado, ha creado una crisis de identidad y alteración de las artesanías ancestrales para que estas puedan seguir compitiendo dentro de la economía global.

Tomándolo desde una perspectiva positiva, el pueblo Otavalo ha experimentado una mejora en su economía gracias a la comercialización de sus textiles y artesanías, pero también a la obtención de nuevas ideas provenientes de sus viajes en el exterior. Esto ha permitido que

los Kichwas Otavalo se arriesguen en incursionar en nuevos negocios como lo son las cafeterías, restaurantes, ferreterías, discotecas, entre otros, todos estos nuevos emprendimientos hace décadas atrás eran impensables para los indígenas a causa de su tradición ganadera y artesanal, la mayoría de estos negocios eran dirigidas por mestizos. Otro aspecto que se fue desarrollando a partir del desarrollo económico fue el aumento de jóvenes Kichwas presentes en los centros de estudio superiores, si bien aún no es correcto garantizar que todos los indígenas se encuentran estudiando cursos de educación superior, es importante resaltar el desarrollo y mejora que ha existido en estos años; muchos de estos nuevos profesionales Kichwa Otavalo se especializaron en negocios, arquitectura, diplomáticas, entre otras carreras que pueden ser de gran aporte para un correcto desarrollo de la sociedad indígena Otavalo tanto en el aspecto económico, pero también en lo social y político.

Además, el comercio internacional ha promovido el intercambio cultural entre la cultura Kichwa y otras culturas del mundo. Esto ha llevado a una mayor comprensión y apreciación de la cultura Kichwa, así como a una mayor tolerancia y aceptación hacia otras culturas.

Sin embargo, se debe señalar los efectos negativos que los negocios internacionales y la globalización han aportado a la cultura Kichwa Otavalo. La homogeneización cultural es una de las mayores preocupaciones, ya que la presión para adherirse a ciertos estándares internacionales puede llevar a la pérdida de la identidad tradicional de la cultura Kichwa. Además, el comercio internacional puede ser perjudicial para los artesanos Kichwa que trabajan en pequeña escala, puesto que enfrentan una competencia desleal por parte de grandes empresas que producen artículos similares a bajo costo. Otra gran problemática es la alteración de los productos artesanales, los diseños Andinos se han ido remplazando por diseños de otras culturas como la Cherokee, Navajo, etc. Esta práctica se ha vuelto común dentro de los artesanos Kichwas a causa de la fuerte demanda que tienen proveniente del extranjero, pero también por la necesidad de adaptarse para seguir siendo competitivos dentro de un entorno más globalizado y que demanda con mayor rapidez nuevos productos a un coste más barato.

Para concluir, el comercio internacional y la globalización forman parte esencial del actual desarrollo de la sociedad Kichwa Otavalo, el proceso de dinamismo económico y la creación de nuevos negocios no hubiese podido ocurrir sin la ayuda de influencias externas y los lazos comerciales en los mercados internacionales. Es imprescindible para el pueblo Otavalo saber adaptarse a las nuevas necesidades del mercado, pero sin dejar de lado la esencia indígena y la cultura milenaria que tienen; con la ayuda de la tecnología y un mejor proceso de elaboración de productos se va a poder llegar a un correcto equilibrio entre lo cultural y lo comercial, consiguiendo un correcto desarrollo de la cultura Kichwa Otavalo que pueda seguir perdurando en el tiempo apoyándose de las nuevas influencias externas como algo positivo.

4.1 Consolidado de los resultados obtenidos

En esta sección se consolidaron los resultados obtenidos correspondientes a cada objetivo específico de la investigación, la información obtenida proviene de las fuentes primarias y secundarias de la investigación.

Tabla 27

Consolidado de resultados

La globalización y su influencia en la cultura Kichwa Otavalo	Causas del abandono de las artesanías por parte del pueblo Kichwa en el exterior.	Estrategias para promocionar los productos Kichwa Otavalo
Objetivo específico 1:	Objetivo específico 2:	Objetivo específico 3:
<ul style="list-style-type: none"> Analizar la influencia que tiene la globalización en la cultura Kichwa Otavalo 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar las causas del abandono de las artesanías por parte del pueblo Kichwa Otavalo en el exterior 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo
La globalización ha influenciado de gran medida a la cultura Otavalo, entre los aspectos más afectados se encuentran el idioma con un 49,84% y la vestimenta con el 34,43% , estos dos elementos se han visto alterados a causa	Existen diferentes causas relacionadas con el abandono de las artesanías Otavalo por parte de los indígenas residentes en el exterior, la principal razón es aquella de la competencia de productos provenientes de China con un	Entre las principales estrategias para promocionar y mejorar las exportaciones de las artesanías alrededor del mundo se encuentran:

<p>de las influencias externas que provienen de los migrantes Kichwas retornados, pero también a causa del cambio económico que se vive dentro de la sociedad indígena Otavaleña; al tener mayores posibilidades económicas muchos de los indígenas dejan de lado ciertos aspectos culturales que los identifican para poder vivir de cierta manera mucho más cómodos en su nuevo entorno y su nueva realidad.</p> <p>Entre las influencias que ha traído la globalización están la modificación o alteración de las artesanías ancestrales Otavalo, estos cambios son provocados por la fuerte demanda y las nuevas modas que influyen a que los artesanos tengan que sacrificar la calidad de sus productos para poder producir mayor cantidad de manufacturas que el mercado demanda, en muchos casos se puede notar el uso de</p>	<p>porcentaje de 48,75% , estos productos al ser de menor costo y tener una mayor rentabilidad han impulsado el abandono de las artesanías tradicionales. Otra de las principales razones son los cambios de gustos y tendencias por parte de los consumidores, a medida que los consumidores adoptan nuevos estilos y modas (37,5%), también la demanda de las manufacturas Kichwas fue disminuyendo con el paso del tiempo.</p> <p>A consecuencia del cambio de mercancías y el abandono de las artesanías, la mayor parte de los comerciantes indígenas obtuvieron mayores ingresos económicos y una mayor aceptación por parte de la sociedad en la que vivían.</p> <p>Es importante recalcar que el propósito principal de cada comerciante Kichwa en el mundo es aquel de prosperar económicamente, independientemente del</p>	<p>-Mejora de la calidad: Asegurarse de que los productos sean de alta calidad y cumplan con los estándares internacionales puede ser un factor clave en aumentar la demanda de las artesanías Kichwa Otavalo en el exterior.</p> <p>- Marketing y promoción: Una estrategia de marketing efectiva y una presencia sólida en las redes sociales y los medios digitales pueden ayudar a aumentar la visibilidad y la demanda de las artesanías Kichwa Otavalo en el mercado global, esta estrategia tiene un apoyo del 21,32% dentro de los comerciantes Kichwa.</p> <p>- Capacitación y formación: Proporcionar capacitación y formación a los artesanos en temas como diseño, marketing y exportación puede ayudarles a mejorar la calidad de sus productos y a aumentar sus oportunidades de exportación.</p>
---	--	---

<p>diseños provenientes de otras culturas con el fin de poder vender más dentro de un mercado mucho más competitivo y globalizado.</p>	<p>cambio cultural y las influencias del extranjero.</p>	<p>- Innovación y diversificación de productos: La innovación y la diversificación de productos pueden ayudar a atraer a nuevos clientes y a aumentar la demanda de las artesanías Kichwa Otavalo en el mercado global, el porcentaje de artesanos que apoya esta estrategia se basa en 44,60%.</p> <p>Todas estas estrategias contribuirán a una mejora y un repunte con respecto a las exportaciones de los productos artesanales hechos por el pueblo Kichwa Otavalo si se los aplica de una manera correcta.</p>
--	--	--

5. CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos a partir de la investigación realizada indican que la cultura Kichwa Otavalo tiene un impacto significativo en los negocios internacionales en el Ecuador, específicamente en el sector artesanal y textiles; la base del éxito de los negocios de las artesanías Otavalo se fundamenta en la identidad indígena y su esencia ancestral
- A través de la investigación realizada se pudo establecer que la cultura Kichwa Otavalo desde siempre se ha diferenciado de los demás grupos indígenas por su valentías y habilidad de realizar negocios como comerciantes, es decir, la historia de los mindalaes Otavalo inició muchos años atrás y esta se supo adaptar a los cambios históricos tanto en el aspecto social y económico.
- La globalización ha influido de gran manera a la cultura Otavalo, en ciertos aspectos ha ayudado a que la cultura Kichwa tenga una mayor visibilidad en el mundo y un mayor reconocimiento, este elemento acompañado por la conexiones comerciales han impulsado un crecimiento económico nunca antes visto en una comunidad indígena en el Ecuador y a nivel Sudamericano. Existen aspectos negativos ligadas a la globalización, un ejemplo de ellos es el debilitación de ciertos aspectos culturales como lo son el idioma y la vestimenta, pero también es importante señalar la modificación de las manufacturas Otavalo en cuanto a diseños para poderlas adaptar al mercado internacional y sus exigencias.
- A través de la investigación realizada se pudo definir que el mejor canal para la promoción de las artesanías es el marketing digital y el uso de productos innovadores tanto en diseños, materiales y técnicas textiles; las redes sociales puede ser una herramienta para poder llegar a más clientes y de una manera económica sin la necesidad de utilizar muchos recursos, la innovación y el desarrollo de las artesanías es la base para que esta pueda tener el impulso para su exportación y reconocimiento dentro de los mercados internacionales.
- El abandono de la comercialización de los productos artesanales por parte de los comerciantes Kichwa en el exterior es causado por una combinación de factores, entre una de las principales causantes se encuentra la competencia desleal por parte

de productos chinos, este factor de cierta manera enfatizo las demás causales como la baja rentabilidad económica de la venta de artesanías, tramites burocráticos y las trabas aduaneras en las exportaciones. Estos aspectos provocaron una diversificación de los productos comercializados por parte de los Kichwa en el exterior que en ciertos casos se lo ha considerado como perdida cultural y abandono de las tradiciones ancestrales.

- Basándose en los testimonios de los expertos, el futuro de la cultura Kichwa tiene que ir dirigida por las nuevas generaciones preparadas, es decir, las elites intelectuales Kichwas acompañadas por el capital que lograron conseguir los mindalaes pueden lograr nuevas ideas de negocios y prosperar de mejor manera económicamente y socialmente.

6. RECOMENDACIONES

- El pueblo Kichwa Otavalo debería aprovechar de mejor manera los aspectos artesanales y textiles que poseen, estos dos elementos acompañados por su cultura ancestral y su destreza con el comercio deberían ser explotados para conseguir una mayor relevancia dentro de los negocios internacionales y destacar esas características para diferenciarse de su competencia tales como las artesanías peruanas, bolivianas, etc.
- Si bien el pueblo Otavalo ha alcanzado el éxito económico gracias a su historia como comerciantes y mindalaes, es imprescindible que en la actualidad se busque desarrollar una mayor integración entre los demás pueblos indígenas en Ecuador, el crecimiento económico ha opacado la necesidad de crear relaciones con los demás grupos étnicos y causan un aislamiento dentro de la comunidad indígena ecuatoriana.
- Para poder reducir las carencias y deterioro de los aspectos culturales como el idioma Kichwa y la vestimenta es necesario planes gubernamentales que promuevan estos elementos, los principales lugares a los que se debería dirigir estas políticas son las escuelas y colegios, esto debido a que si se enseña desde temprana edad a valorar el idioma y vestimenta indígena en un futuro va a ser más común ver a personas hablar y vestir de la manera tradicional dentro del Cantón Otavalo.
- El implemento de talleres que ayuden a que los comerciantes y artesanos Kichwa aprender a utilizar la tecnología digital para promocionar sus productos es uno de

los aspectos principales para lograr la expansión y comercialización de las artesanías a nivel nacional e internacional, la creación de estos talleres buscarían la finalidad de enseñar y familiar el uso de las redes sociales para la promoción de los productos a los indígenas Kichwa sin importar su edad.

- Para poder retomar la venta de las artesanías es necesario una completa innovación de los productos artesanales, es decir, al aplicar los métodos anteriormente mencionados tales como el marketing digital y el uso de nuevas técnicas de fabricación se puede llegar a crear productos innovadores que puedan competir con los productos Chinos, es importante priorizar la calidad de las artesanías para que puedan obtener reconocimiento dentro de los mercados internacionales y reducir las trabas burocráticas en el Ecuador con respecto a las exportaciones.
- A través de los nuevos conocimientos obtenidos por los jóvenes Kichwa en la universidad y demás centros de estudios, acompañadas de la buena economía del pueblo Kichwa, se busca conseguir un crecimiento basándose en nuevas ideas de negocios y también lograr un desarrollo social, este último aspecto tiene que ir mejorando debido a que en la actualidad aun existen fuertes diferencias entre el pueblo indígena y el mestizo.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carpenter, M., & Sanjot, D. (2011). *International Business*. Toledo: Flat World Knowledge.
- Conejo, M. (2003). Los Quichua-Otavalo: Economía e identidad. In *Doce experiencias de desarrollo indígena en América Latina*. Quito: Abya-Yala.
- Cultural., I. N. (2014). *Patrimonio Cultural*. Loja.
- Czinkota, Ronkainen, & Moffett. (2005). *International Business*. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall.

- Excelencia, E. E. (2020, Agosto 28). *Escuela Europa de Excelencia*. Tratto da <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2015/08/que-es-el-liderazgo-aspectos-relevantes/>
- FLACSO, L. d. (2016, Febrero 2). *CARE Ecuador*. Tratto da <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2016/02/Modulo-2.pdf>
- Flores, M. P. (2019). *Casa de las culturas*. Tratto da <https://casadelacultura.gob.ec/postnoticias/obra-del-dia-la-chicha-del-yamor/>
- Garcia, O. (2011). *La Influencia de la cultura en los negocios internacionales*. ICE.
- Guerri, M. (2017, enero 8). *Psicoactiva*. Tratto da <https://www.psicoactiva.com/blog/caracteristicas-antilider/>
- Guio, D. (2018). *Socialethic*. Tratto da <https://www.socialethic.com/que-es-y-quien-no-es-un-buen-lider-¿el-gran-ejemplo.html>
- Herrera, S. (2012). Celebración día de los difuntos en las comunidades indígenas salasaca y otavalo. In *Ecuador Oculito* (p. 1-9). Quito: KALPANA.
- Jimenez, F., & Lahura, E. (1997). *La nueva teoria del comercio internacional*. Lima: Pontificia Universidad Catolica del Peru.
- Krugamn, P. (2001). *Economía Internacional Teoría y Política*. Pearson.
- Lafourcade, M. (2022). *Enciclopedia Auñamendi*. Tratto da <https://aunamendi.eusko-ikaskuntza.eus/es/costumbres/ar-150120/>
- Maldonado, G. (2002). *Pasado y presente de los mindalaes y emigrantes otavalos*. Quito: FLACSO.
- Malinowski, B. (1999). *Hombre y Cultura*. Ciudad de Mexico: Siglo XXI Editores.
- Marroquin, A. (2020, febrero 20). *Linkedin*. Tratto da La importancia de la cultura para los tratados en los Negocios Internacionales: <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-cultura-para-los-tratados-en-aaron-marroquin>

- Mayorga, & Martinez, C. (2008). *Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional*. Tratto da Universidad Libre: [file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-PaulKrugmanYEINuevoComercioInternacional-4547087%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-PaulKrugmanYEINuevoComercioInternacional-4547087%20(1).pdf)
- Meyers, A. (1976). *Los Incas en el Ecuador. Análisis de los restos materiales. Die Inka in Ekuador. Untersuchungen anhand ihrer materiellen Hinterlassenschaft*. Bonn: Estudios Americanistas de Bonn.
- Morales, O. (2010, Agosto 31). *América economía*. Tratto da La importancia de la cultura en los negocios mundiales: <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/la-importancia-de-la-cultura-en-los-negocios-internacionales>
- Muenala, Z. S. (2007). *El proceso de constitución de las élites indígenas en la ciudad de Otavalo*. Quito: FLACSO.
- Mundial., O. d. (2013). *Informe sobre el comercio mundial*. Tratto da https://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/wtr13_brochure_s.pdf
- Navarro, J. (2020, marzo 8). *Laboratorio de idiomas Universidad de Buenos Aires*. Tratto da <http://www.idiomas.filo.uba.ar/es/sabias-que-del-quechua>
- Ordoñez, A. (2008). Migración transnacional de los Kichwa Otavalo y las fiestas del Pawkar Raymi. In *Al filo de la identidad: la migración indígena en América latina* (p. 69-89). Quito: FLACSO.
- Otavalo, A. (2016). *Alcaldia Otavalo.gob*. Tratto da <http://www.otavalo.gob.ec/otavalo/historia-de-otavalo.html>
- Otavalo, G. A. (2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura. Otavalo.
- Pedraza, L. L. (2013). *¿POR QUÉ ES CLAVE LA CULTURA EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES?* Bogota: Universidad Militar Nueva Granada.

- Raymi, G. (2019). *Goraymi.com*. Tratto da <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo/culturas-nacionalidades/pueblo-indigena-otavalo-ai340428d>
- Rodriguez, A. (2007). *Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México*. Monterrey.
- Ruiz, T. M. (2015). Redes de comercio artesanal de los kichwa Otavalos. In *Revista artesanías de america No. 74* (p. 100). Cuenca: CIDAP.
- Sanborn, M. (2020, Enero 5). *Entrepreneur*. Tratto da <https://www.entrepreneur.com/article/266254>
- Sobczyk, R., & Soriano Miras, R. (2016). El indígena tiene que estar siempre innovando»: transformaciones de la etnicidad de la diáspora comercial de Otavalo. Granada.
- Torres, A. (2004). El espejismo de la igualdad: comunidad, clase y etnia en la migración de los Kichwa Otavalo. In *La migración ecuatoriana: transnacionalismo, redes e identidades* (p. 443-447). Quito: FLACSO.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology Philosophy*. Londres.
- UNIR, F. (2010). *ATLAS DE LA DIVERSIDAD*. La Paz.

8. CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO

Ibarra, 18 abril 2023

Para: Mgs. Esteban Garrido
Titulación Carrera de Comercio Internacional

De: Ing. Marcela Coronel Msc
DOCENTE A TIEMPO COMPLETO

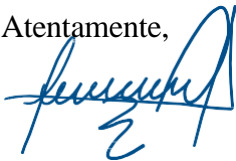
Asunto: *En el texto*

Por medio de la presente me permito informar que dentro del sistema TURNITIN el proyecto de nombre **ANÁLISIS SOBRE LA INFLUENCIA DE LA CULTURA OTAVALO EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN EL ECUADOR**, desarrollado por el estudiante **FRANKLIN MATANGO**, previo a la obtención del título como **LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** , presente un porcentaje del 9% de plagio.

Adjunto imagen de ponderación.

Por la atención dada a la presente le agradezco. –

Atentamente,



Ing. Marcela Coronel
DOCENTE A TIEMPO COMPLETO ENCI

https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&lang=es&u=1105221758&o=2068311396

feedback studio Franklin Matango Proyecto Kichwa Otavalo Globalización /null

Resumen de coincidencias

9 %

1	dspace.pucesi.edu.ec	1 %
2	www.coursehero.com	<1 %
3	repositorio.utn.edu.ec	<1 %
4	library.co	<1 %
5	sites.google.com	<1 %
6	repositorio.ute.edu.ec	<1 %
7	es.scribd.com	<1 %
8	issuu.com	<1 %

Proyecto Kichwa Otavalo Globalización

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.pucesi.edu.ec Fuente de Internet	1 %
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
3	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

9. ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto

Pontificia Universidad
Católica del Ecuador



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**ANÁLISIS SOBRE LA INFLUENCIA DE LA CULTURA OTAVALO EN
LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES EN EL ECUADOR**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**ANÁLISIS MACRO, MESO Y MICRO ECONÓMICAS A NIVEL NACIONAL E
INTERNACIONAL**

AUTOR: FRANKLIN MATANGO

IBARRA, ENERO – 2022

INDICE

Planteamiento problema.....	107
Justificación.....	107
Estado del arte	108
Marco Conceptual	109
Marco Teórico.....	111
Marco Legal	114
Hipótesis.....	114
Metodología y delimitación espacial.....	114
Redacción de componentes: Recursos, relevancia socioeconómica y referencias bibliográficas	116
Bibliografía.....	119

1.-Planteamiento problema

Dentro de nuestro análisis con respecto a la influencia de la cultura en los negocios internacionales dentro de la región geográfica en cuál es el Ecuador hay una gran discrepancia con respecto a los conocimientos de las diferentes culturas y su forma de actuar a la hora de querer realizar negociaciones internacionales o algún otro tipo de negocio que implique la exportación o importación de productos.

Este tema es muy importante debido a que existen muchas falencias a la hora de querer realizar una negociación con un grupo específico el cual tiene diferente cultura a las nuestra y por ende las decisiones a tomar se verán influenciadas por como el negociador transmite la idea de su producto hacia ellos tomando en cuenta su cultura y sin realizar algún acto que pueda ser tomado como una ofensa hacia ellos; este análisis servirá para que las personas puedan tomar en cuenta las influencias que existen para de esta manera poderlo tomar como referencia a la hora de realizar sus negociaciones en los negocios internacionales dentro del Ecuador.

2.-Justificación

Esta investigación hace un estudio a fondo sobre la influencia que tiene la cultura Otavalo dentro de los negocios internacionales; esta cultura refleja ciertos comportamientos, cultura, costumbres, religiones, arraigadas a una historia de miles de años, la misma que causa cierta adaptación con el resto de culturas y que en el ámbito de los negocios es de suma importancia.

La cultura Otavalo es una comunidad la cual desde décadas y hace muchos años manifiesta a través del folklor sus prendas tradicionales, mayormente están elaboradas por ellos mismos y cuentan con diseños variados y tradiciones ancestrales. La cultura Otavalo como se mencionó anteriormente, es un pueblo indígena ubicado en la región de Imbabura que se dedica mayormente a la comercialización de artesanías hechas por ellos mismo como lo son los tapices de lana, Atrapa sueños, y otros productos textiles los cuales van mayormente direccionados hacia la venta al exterior y aquellas de menor calidad hacia el comercio nacional.

El pueblo Otavalo tiene una estrecha relación entre la armonía del universo, la tierra y el hombre; es por esta razón que el pueblo Otavalo mantiene una estrecha relación con la naturaleza como lo son los cerros, montañas y los lagos; una de sus principales costumbres que tienen es aquella de celebrar las fiestas del Yamor, dicha festividad consiste en festejar las

cosechas de maíz y dar gracias a la naturaleza, otra importante costumbre que poseen es aquella del día de muertos la cual consiste en visitar en el cementerio indígena a sus familiares muertos y acompañarlos en una comida encima o cerca de sus tumbas para poder pasar tiempo con ellos y rezar tomando champús y con las famosas guaguas de pan. (GoRaimy, 2017)

Como se lo pudo mencionar anteriormente la cultura Otavalo dentro de los negocios internacionales se desenvuelve de una manera muy diferente al resto, la mayor parte de sus artesanías va dirigida hacia los mercados de extranjeros como lo son el norteamericano y el europeo ya que estas son hechas de mejor calidad y con una precisión mucho mayor, mientras que sus productos que tienen algún fallo o son hechos de una calidad un poco inferior van dirigidas hacia el mercado nacional específicamente en la plaza de Ponchos en donde se realiza la venta de todas sus artesanías para los turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar.

Esta investigación intenta analizar ciertas falencias con respecto a la adaptación de su cultura dentro de los negocios y como esta se ve afectada debido a algunas costumbres que tiene pueblo Otavalo, ciertas tradiciones no encajan dentro del contexto internacional y esto a su vez produce que varias veces las negociaciones o los productos que ellos crean no tengan el éxito esperado en el mercado extranjero y sus clientes.

La importancia de esta investigación es facilitar la comunicación para que de esta manera puedan solucionar las falencias y errores que el pueblo indígena Otavalo tiene a la hora de realizar negociaciones internacionales, ventas y exportaciones destinadas hacia mercados extranjeros; al solucionar esta problemática se mejorarían sus ingresos económicos y por ende su estilo de vida manteniendo sus costumbres y tradiciones intactas.

3.-Estado del arte

3.1 Antecedentes

Los orígenes de la cultura Otavalo se remontan durante los años cuando un cierto grupo de seres humanos migraron desde el norte y se asentaron en las áreas que hoy comprende las comunidades de Huaycopungo, Tocagón y Caluquí, al sur-oriente y a orillas del lago San Pablo. El asentamiento más importante se estableció a las orillas del lago San Pablo, se especializaron en aprender con respecto a la astronomía, agricultura, medicina y otras áreas importantes de la ciencia que servirían como base fundamental para poder fundar su propia cosmovisión con respecto de la vida y su entorno. (Lema., 2015)

Los avances tecnológicos y los conocimientos se vieron interrumpidos en los años anteriormente mencionados debido a los ataques incas y a las diferentes confrontaciones que hubo entre estas dos poblaciones indígenas; la conclusión de este acontecimiento resultó es una victoria para los incas y una gran derrota para el pueblo Kichwa.

Los historiadores concluyeron que luego de la derrota contra el pueblo Inca su estructura organizacional no volvió a ser la misma hasta la llegada de los españoles los cuales conquistaron y colonizaron la zona actual del valle del amanecer situado en la región de inmadura, luego de algunos años se creó y fundó por parte de Sebastián de Benalcázar en 1535 a un corregimiento, luego se lo nombró como Villa y el día 31 de octubre de 1829 se la fundó oficialmente como ciudad por parte del libertador Simón Bolívar y se la designó como un referente desarrollo histórico, social, cultural y económico en el norte del país. Por ello en la actualidad la región inaugura y específicamente a la ciudad de Otavalo se le considera como una de las regiones más importantes del país debido a su importancia cultural y a su que trabaja de manera ardua las artesanías, manteniendo intactas su cultura y su identidad preservando la de generación en generación. (Viajandox, 2017)

Marco Conceptual

En este punto de la investigación es importante definir algunas palabras claves las cuales abordaremos a continuación:

Uno de los conceptos más importantes a definir es aquella de la cultura, se la define como “educación, formación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre; y en su reflejo objetivo cultura es el mundo propio del hombre, en oposición al mundo natural, que existiría igualmente aún sin el hombre” (Megale, 2001)

Al momento de abordar los temas de la investigación de igual manera es importante conocer la definición de interculturalidad, esta se entiende como “el contacto e intercambio entre culturas en términos equitativos; en condiciones de igualdad.” (Prado, 2009)

Luego de haber entendido las definiciones de cultura e interculturalidad podemos comenzar a abordar específicamente qué es la cultura Otavalo, esta se la define como “El pueblo Kichwa Otavalo es una cultura de tradición mindalae, su territorio ancestral se encuentra en la sierra

norte del Ecuador en lo que en la actualidad es el cantón Otavalo, provincia de Imbabura” (Mantilla, 2015)

Al tener tantos pueblos indígenas en la región, estos han desarrollado una gran riqueza cultural con una gran diversidad de bienes tangibles e intangibles que constituyen el saber, tradiciones, costumbres, los modos de vida que caracterizan a una sociedad que se ha venido desarrollando a lo largo de siglos de historia. (Significados.com, 2014)

En relación con la identidad cultural de los pueblos indígenas Otavalo es “una serie de tradiciones, valores y costumbres que conforman la idiosincrasia de una determinada comunidad en específico. A través de la identidad cultural, las personas pueden construir el sentido de pertenencia, que es fundamental para preservar las peculiaridades de cada nación.” (Rodríguez, 2019)

La principal actividad económica que realizan estos pueblos indígenas es la elaboración de artesanías, esta se la define “objeto que se constituye como una actividad cuya cadena de valor contiene hitos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial y material, relacionados simbólicamente con el territorio y la construcción de identidad de la comunidad en la que se insertan” (Artes., 2008)

La mayor parte de las artesanías que estas comunidades realizan se van comercializadas hacia otros países gracias a la globalización, esta se la conoce como “La globalización es un fenómeno basado en el aumento continuo de la interconexión entre las diferentes naciones del mundo en el plano económico, político, social y tecnológico” (Quiroa, 2015)

Es importante mencionar que no todas las artesanías fabricadas van dirigidas hacia los mercados internacionales, sino que algunas se quedan para ser vendidas dentro del turismo local, se lo define como “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (RIET, 2008)

La herramienta que utiliza para poder comercializar estos productos es gracias a los negocios internacionales, su definición es “Los negocios internacionales son las transacciones (exportaciones, importaciones, inversiones, financiaciones) privadas y

gubernamentales que involucran a dos o más países; es decir, la relación existente entre una organización y su mundo exterior” (Mondragon, 2015)

Dentro de los procedimientos anteriormente mencionados, la exportación es “el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente” (Ecuador, 2017)

Dentro de todo este contexto, los diferentes pueblos indígenas buscan mantener vivas sus tradiciones, tales como las “costumbres, ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, históricamente formados y que se transmiten de generación a generación; elementos del legado sociocultural que durante largo tiempo se mantienen en la sociedad o en distintos grupos sociales” (Reyes, 2010)

Para muchos indígenas la negociación es una forma de realizar los intercambios y negocios, este procedimiento es: “Negociar es hacer negocio, es decir, intercambiar y regatear. Ello supone que cada uno desea lo que posee el otro, al menor precio posible. Supone, además, una satisfacción (obtener lo que se desea) y una insatisfacción (dar lo que se posee)” (Desaunay., 1984)

-Marco Teórico

Dentro del marco teórico con respecto a la investigación se analizará cómo las actividades realizadas por los artesanos y el pueblo Kichwa aporta a la economía del país y de la región; de igual manera se analizará la historia a profundidad con respecto a sus orígenes y tradiciones más destacadas; las actividades económicas que desenvuelven el pueblo quichua es muy variada ya que va desde la comercialización y creación de artesanías hasta la confección y el arte de la música.

En la actualidad dentro de los últimos cinco años la importancia y la influencia de la cultura y también Otavalo dentro de los negocios internacionales se ha visto afectada de cierta manera debido a los cambios y a la modernización que esta ha sufrido a través de los años; dicha cultura se encuentra en la región de Imbabura, esta región es considerada como una de los sectores turísticos más importantes en el Ecuador debido a su cultura y a los diferentes productos que

se venden a través de sus ciudades, una de estas es la famosa “plaza de ponchos”, que es considerada como el más grande mercado de artesanías a nivel regional ya que en ellas los artesanos exhiben todos sus productos como: bisutería, suéteres de lana, tapices, hamacas, artículos de cestería, artículos de madera, sombreros, etc.

Todos estos productos se remontan a las épocas coloniales debido a que los artesanos de Otavalo los producen desde épocas y a través de generaciones y generaciones la fabricación de dichos productos se va transmitiendo, según un censo realizado en el país de Ecuador el 63.5% de artesanos se ubican en la región sierra de los cuales el 45.9 está ubicado en la provincia de Imbabura. La localidad de Otavalo fue una de las principales y pioneras en la industria textil ya que fundaron fábricas como el obraje de Peguche, en este se encargaban de la elaboración de productos de lana a través de maquinarias provenientes de Europa, dicha fábrica cerró en el año 1975, pero de igual manera en la actualidad existe la fábrica San Pedro, esta fábrica está especializada en la realización y producción de tejidos de lana y algodón. Se cree que la cultura Otavalo se especializó en la producción y elaboración de productos textiles mucho antes de la llegada y la conquista española ya que consideraban que estos productos tenían cierta importancia ancestral dentro de su comunidad y cultura. (Mena, 2019)

Los comerciantes Otavaleños se han visto obligados a buscar nuevos mercados para poder vender sus artesanías debido a la limitada o a veces nula visita de turistas, estas personas son los principales sujetos que compran sus productos, es importante mencionar que en la actualidad la mayoría de productos y artesanías que se venden dentro de los mercados artesanales no son verdaderas y tradicionales artesanías indígenas sino que los artesanos se han visto obligados a modificar de alguna manera la forma y diseños de sus productos para que se puedan acoplar a la demanda y gustos de los turistas, es por ende que se podría decir que la artesanía de Otavalo no es una artesanía tradicional sino más bien definirla como artesanía comercial o una industria de suvenires. (Lema., 2015)

La venta de artesanías en los últimos años se vio afectada debido a que ya no es como antes y los diferentes artesanos vieron como la producción de artesanías se fue disminuyendo debido a la baja demanda que estas tuvieron a través de los años, los primeros artesanos y mindalaes se consideran como los primeros embajadores de la cultura Otavaleña alrededor del mundo, ellos fueron aquellos que supieron vender al mundo los diferentes productos y supieron cómo venderlos obteniendo buenas ganancias, en la actualidad surge el problema de que los

artesanos y las personas que compran dichos productos para poder exportarlos hacia los países como Estados Unidos y Europa explotan o buscan conseguir los artículos a un precio mucho menor a al precio real y por ende los márgenes de ganancia son muy por debajo de los deseados y los artesanos para no perder la venta o simplemente para poder comer deben aceptar los precios y de esta manera generar o ser explotados de una manera de que no consiguen un alto margen de ganancia, sino que es simplemente una mínima parte de lo que costaría la artesanía.

A consecuencia de lo anteriormente mencionado la ciudad Otavalo se vio envuelta en un crecimiento exponencial, ya que las personas y artesanos que salieron a vender sus artesanías en las diferentes partes del mundo supieron aprovechar el nuevo mercado y la alta demanda que tenían las artesanías provenientes de Latinoamérica y de esta manera pudieron progresar económicamente comprando casas en el centro de Otavalo que anteriormente eran habitadas por mestizos, de igual manera la compra de carros y casas lujosas se vio como algo común dentro de la cultura Otavaleña, ya que esto es símbolo de prosperidad y riqueza. (Lema., 2015)

La manera más común que utilizan los artesanos Otavaleños para poder enviar sus productos hacia el exterior es aquella que se la realiza de manera informal, es decir, se la realiza a través del equipaje de mano de los diferentes viajeros para de esta manera no someterse a los diferentes controles y procedimientos legales de administración de cada país, de esta manera buscan ahorrarse realizar los diferentes procedimientos aduaneros y de esta manera ingresar sus artesanías de una manera informal.

A través de los años como se pudo mencionar y constatar anteriormente la venta de productos auténticos y artesanales se vio reducida debido a la baja demanda y la competencia desleal que tienen a realizar dentro de la cultura Otavalo debido a que siempre buscan disminuir sus precios para poder vender y si la persona o la competencia no baja de precio termina saliendo del mercado debido a la competencia desleal que se realiza; es por eso que en los últimos cinco años en la región de Otavalo se vio influenciada por la llegada de telas y diferentes productos provenientes de China, estos nuevos productos están siendo comercializados por los artesanos y de esta manera crean nuevos productos a base de materiales chinos con el fin de innovarse y seguir vendiéndolos como artesanías auténticas de la cultura Otavaleña.

Según la información obtenida el principal destino de las artesanías y los diferentes productos artesanales va dirigido hacia el mercado de Estados Unidos, este mercado representa la mayor

parte de las ventas que ellos realizan, otros países que van dirigidas las artesanías son España, Alemania, Italia, entre otros países de la Unión Europea; de esta manera sus productos van dirigidos mayormente al mercado estadounidense por lo tanto buscan adaptar sus diseños hacia la preferencia de sus clientes utilizando modelos y diseños parecidos o idénticos a aquellos de las culturas indígenas de Norteamérica, de esta manera poco a poco se va perdiendo la identidad cultural originaria de pueblo Otavalo y creando una mezcla.

Marco Legal

Son todas las organizaciones competentes que se involucran en el tema y controla, vigilan o rigen las diferentes actividades relacionadas.

En este apartado se describirá los organismos competentes que se alineen al estudio como son: Ministerio de cultura, Instituto Otavaleño de antropología. Ley COPCI

4.-Objetivos

4.1-Objetivo General

Analizar la influencia de la cultura Otavalo dentro de los negocios internacionales en el Ecuador

4.2-Objetivos Específicos

- Analizar la influencia que tiene la globalización en la cultura Kichwa Otavalo
- Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo
- Analizar las causas del abandono de las artesanías por parte del pueblo Kichwa Otavalo en exterior.

6.-Metodología y delimitación espacial

Métodos generales

Para poder realizar el estudio y el análisis de cómo la cultura Otavalo se vio influenciada por los negocios internacionales se utilizaron diferentes métodos, tales como:

Método Inductivo:

La aplicación de este método para poder utilizarlo en el análisis se basa en poder realizar generalizaciones amplias apoyándonos en observaciones específicas, es decir, es un método flexible en donde se va a poder analizar todo lo de requerimientos y diferentes procesos que influyen en la cultura Otavalo con respecto a los negocios internacionales.

Técnicas

Encuesta

Esta herramienta va dirigida principalmente hacia los artesanos y comerciantes Kichwa, a través de la aplicación de esta técnica se va a poder dar respuestas amplias y establecer una idea con respecto a cómo está la situación de la cultura Otavalo relacionada con los negocios internacionales y esta manera poder entender de mejor manera el problema y buscar las soluciones.

Entrevista

La técnica de la entrevista va a poder ser utilizada y aplicada hacia expertos en el tema de cultura y negocios internacionales, ellos van a poder responder a varias preguntas de manera directa y obtener respuestas específicas con respecto a las dudas que se tengan al realizar la investigación y análisis de los resultados.

Observación de campo

Por último, las observaciones de campo van a ser necesarias para poder analizar de primera línea como es la situación de los indígenas Otavalo y como ellos están adaptándose a las nuevas condiciones que el mercado internacional; es por eso que las observaciones de campo va a ser una herramienta esencial para poder obtener información verdadera y de primera línea

Delimitación espacial

El desarrollo del proyecto con respecto a la investigación se llevará a cabo en la provincia de Imbabura específicamente en la ciudad Otavalo, de esta manera se busca justificar el problema del análisis con respecto a la cultura Otavalo y su influencia en los negocios internacionales.

7.-Redacción de componentes: Recursos, relevancia socioeconómica y referencias bibliográficas

7.1-Recursos

a) Humanos

Tabla: Recursos Humano y materiales

ENCUESTADOS	\$ 0,00
SUBTOTAL	\$ 0,00

b) Materiales

Internet	\$125
Impresiones	\$20
Copias	\$10
Empastado	\$20
Materiales de oficina	\$5
Anillado	\$15
Subtotal	\$195

c) Otros

-Viatico y Movilización	\$50
-Refrigerio	\$10
Subtotal	\$60

d) Tabla SUBTOTALES

Subtotal Recursos	\$0
Subtotal Materiales	\$195
Subtotal Otros	\$60
TOTAL	\$255

7.2-Financiamiento

El total de los recursos que se van a utilizar para financiar esta investigación va a ser la cantidad de \$255 dólares americanos, estos recursos serán costeados enteramente por el autor.

8.-Relevancia

El presente proyecto de investigación, está direccionado principalmente en poder contribuir de cierta manera a que las personas pertenecientes a la cultura Kichwa en la provincia de Imbabura, para que ellos puedan obtener capacitación y ciertos conocimientos con respecto a cómo poder relacionarse en los negocios internacionales y de esta manera contribuir a mejorar su estilo de vida y mantener la cultura intacta a través de las diferentes artesanías o productos que ellos realizan a lo largo de los años.

Las diferentes oportunidades que existen gracias a los negocios internacionales hacen que los pobladores de la cultura Kichwa Otavalo tengan que adaptarse a estas nuevas realidades para poder explotar de la mejor manera posible sus productos hacia los mercados internacionales y ser más competitivos.

La finalidad de la presente investigación es aquella de poder aportar con el conocimiento y las diferentes técnicas que podrían aplicar los artesanos Kichwa Otavalo y de esta manera poder elevar su nivel de vida al poder generar mejores ingresos económicos a través de la venta de sus productos. Al obtener esos conocimientos se busca que ellos apliquen estas mejoras para aumentar la calidad de sus productos y adaptarlos a los negocios internacionales.

9.-Planificación temporal

Actividades Académicas	MES 1			MES 2			MES 3			MES 4			MES 5		
1.- ESTADO DEL ARTE															
- Recopilación de información	x														
- Análisis y selección de la información		x													
- Redacción del estado del arte				x											
2.- MATERIALES Y METODOS															
- Métodos generales					x										
- Población o muestra						x									
- Instrumentos						x									
- Procedimiento										x					
3.- RESULTADO Y DISCUSION															
- Análisis de los resultados											x				
- Presentación de los resultados												x			
- Discusión													x		
4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES															x
5.- PROPUESTA															x
- Desarrollo de la estructura básica de la guía						x									
- Objetivos							x								
- Requisitos previos								x							
- contenidos											x				

- Prado, C. (2009). *Saberes y Conocimientos de las 36 Naciones del Estado Plurinacional*. La Paz, Bolivia: UMSA.
- Quiroa, M. (2015). *Globalización*.
- Reyes, R. M. (2010). *EL TRABAJO SOCIOCULTURAL COMUNITARIO. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS, METODOLÓGICOS Y PRÁCTICOS PARA SU REALIZACIÓN*. Universidad de Las Tunas.
- RIET. (2008).
- Rodriguez, D. (16 de mayo de 2019). Identidad cultural: características, elementos, formación, pérdida.
- Rouland. (1999). *Derecho de Minorías y de Pueblos Autóctonos*. Mexico.
- Significados.com. (11 de Septiembre de 2014). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/riqueza/>
- Viajandox. (2017). *Viajandox.com*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/otavalo/historia-de-otavalo-PVC210>

Anexo 2. Encuesta a los Artesanos o comerciantes

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra
Escuela de Negocios y Comercio Internacional
ENCI
Carrera de Comercio Internacional
INSTRUMENTO PARA ENCUESTA A LOS KICHWA OTAVALO ARTESANOS O
COMERCIANTES

Objetivo: Analizar la influencia que tiene la globalización en la cultura Kichwa Otavalo

1.- Sexo

Masculino ()

Femenino ()

2.- Edad

18-29 Años ()

30-39 Años ()

40 años o más ()

3.- ¿Considera usted a su cultura Kichwa como un aspecto importante dentro de su negocio comercial?

No es importante ()

Poco Importante ()

Algo importante ()

Importante ()

Muy importante ()

4.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos culturales según usted se han ido debilitando a lo largo de los años? Enumere en una escala del 1 al 5, en el cual 1 es el aspecto que más se ha ido debilitando y 5 el que menos se ha ido debilitando.

Vestimenta ()

Idioma ()

Gastronomía ()

Festividades ()

Música ()

5.- ¿Qué tipo de influencias o factores usted cree que son las causantes del cambio cultural dentro de la población Kichwa? Enumere en una escala del 1 al 4, en el cual 1 es el factor más influyente y 4 el menos influyente.

Migración ()

Avances tecnológicos ()

Globalización ()

Economía ()

6.- ¿Cuáles fueron los principales artículos que usted vendió en los primeros años como comerciante? Enumere en una escala del 1 al 4, en el cual 1 es el artículo con más importancia y 4 el artículo que menos relevancia tenía dentro de su negocio.

Artesanías () Bisutería () Textiles () Otros()

7.- ¿Según su criterio, como es la calidad de las manufacturas realizadas por la población Kichwa Otavalo en la actualidad?

Pésima ()

Mala ()

Normal ()

Buena ()

Excelente ()

8.- ¿Cuál de las siguientes estrategias según usted es más apta para el repunte de la venta de artesanías Kichwa a nivel internacional? Indique en una escala del 1 al 5, en la cual 1 es la opción más apta y 5 la menos apta.

Crear productos innovadores ()

Adaptar las antiguas artesanías a las necesidades actuales del mercado y la moda ()

Campañas publicitarias ()

Programas del gobierno y talleres ()

Estrategias de marketing digital y un mejor proceso ()

9.- ¿Modificar o alterar los diseños originales de las manufacturas indígenas con el fin de llamar la atención de los compradores, es considerado como una pérdida de cultura?

Totalmente en desacuerdo ()

En desacuerdo ()

Me es indiferente ()

De acuerdo ()

Totalmente de acuerdo ()

10.- ¿Estaría dispuesto a participar a talleres y conferencias en los cuales se presenten propuestas y estrategias para dinamizar la venta de productos artesanales?

Si () No ()

11.- ¿Con qué frecuencia usted tiene pedidos en los cuales tiene que alterar los diseños artesanales al gusto del comprador?

Nunca ()

Casi Nunca ()

Ocasionalmente ()

Cada al mes ()

Una vez al año ()

Anexo 3. Encuesta comerciantes Kichwa en el exterior

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

INSTRUMENTO PARA ENCUESTA A LOS KICHWA OTAVALO

COMERCIANTE EN EL EXTERIOR

Objetivo: Analizar la influencia que tiene la cultura Kichwa en el comercio internacional

1.- Sexo

Masculino ()

Femenino ()

2.- Edad

18-29 Años ()

30-39 Años ()

40 años o mas ()

3.- ¿En qué año usted inició su trayectoria como comerciante en el exterior?

Años 70 ()

Años 80 ()

Años 90 ()

Años 2000 en adelante ()

4.- ¿Qué obstáculos usted enfrentó en los primeros años como comerciante Kichwa en el extranjero? Utilice una escala del 1 al 6, en el cual 1 es el obstáculo más duro que enfrentó y 6 el obstáculo más fácil que se le presentó.

Discriminación ()

Poca solvencia económica ()

Adaptación cultural ()

Regulación de documentos/visas ()

Barreras lingüísticas ()

Falta de empleo ()

5.-¿A usted dejado de lado algunos aspectos culturales Kichwa para poderse integrar en la sociedad en donde vive?

Nunca ()

Muy poco ()

Poco ()

En varias ocasiones ()

Totalmente ()

6.- ¿Qué tan importante considera usted a la cultura dentro de los negocios internacionales?

No es importante ()

Poco importante ()

Neutral ()

Importante ()

Muy importante ()

7.-¿Qué elementos han influido o influirían para que usted deje de comercializar productos artesanales Kichwa? Utilice una escala del 1 al 5, en el cual 1 es el aspecto que más ha influido y 5 el aspecto que menos relevancia de influencia tiene.

Aumento de costos de importación ()

Mayor trabas aduaneras en el país de destino ()

Menor calidad de los productos producidos en Otavalo ()

Competencia por parte de productos chinos ()

Falta de interés por parte de los clientes ()

8.- ¿Cuáles han sido las consecuencias dentro de su entorno después de abandonar la venta de productos artesanales Kichwa? Seleccione una o más opciones.

Mejores ventas ()

Una pérdida de identidad en su familia ()

Discriminación por partes de otros indígenas ()

Una disminución en los ingresos ()

Mayor aceptación por parte de la sociedad en la que se encuentra ()

9.-¿Considera usted importante utilizar vestimenta indígena durante las operaciones comerciales y de venta?

No es importante ()

Poco importante ()

Algo importante ()

Importante ()

Muy importante ()

10.- ¿Cuál es el propósito principal de ser un comerciante Kichwa en el exterior? Utilice una escala del 1 al 5, en el cual 1 es el aspecto con mayor importancia y 5 es el aspecto que menor importancia tiene.

Obtener reconocimiento dentro de la sociedad Kichwa ()

Prosperar de manera económica ()

Dar a conocer la cultura Otavalo en el exterior ()

Viajar y conocer nuevos mercados ()

Ayudar a sus familiares en el Ecuador ()

Anexo 4. Entrevista a expertos

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

**INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL
COMERCIO EN LOS PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE.
GLOBALIZACIÓN**

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado:

Empresa o institución a la que pertenece:

- 1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?
- 2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?
- 3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población kichwa?
- 4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto tiene dentro de la sociedad Kichwa?
- 5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?
- 6.- ¿Considera usted a la cultura indígena como una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados?
- 7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?
- 8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón?
- 9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes kichwa con título universitario en lo último años?

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional?

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo kichwa con su presencia en el extranjero?

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

Anexo 5. Entrevista Mario Conejo

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Mario Conejo Maldonado

Empresa o institución a la que pertenece: Alcalde de Otavalo

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Bueno, en realidad los últimos 20 años he estado dedicado a la función pública, cumpliendo la labor de administrar el municipio de Otavalo.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

Según lo que nos dicen los historiadores y antropólogos, nuestro pueblo ha sabido aprovechar al máximo unas de sus tradiciones culturales como lo es el tejido y comercio, así que a través de este talento y habilidades que ha tenido nuestro pueblo, siempre se han caracterizado por ser excelentes tejedores y comerciantes, que a mediados del siglo pasado deciden salir más allá de sus fronteras y asentarse en los países vecinos como Colombia, esas familias que se expandieron al país vecino de alguna manera generan una ampliación del mercado, es decir, van explorando mercado y se van instalando al producir en distintos talleres, pero en la medida de la demanda estas familias comienzan a especializarse en actividades, y el productor producto se ve limitado por el aumento de la demanda y surgen los primeros comerciantes. Comunidades como Agato y Compañía comienzan a involucrarse en estas actividades y se especializan como comerciantes, las otras familias que ya se encuentran radicadas en Colombia continúan viviendo y tienen sus talleres donde producen y venden sus productos, a la medida que se van involucrando los comerciantes aumenta su presencia en el extranjero. Un rubro importa de la economía Otavaleña tiene mucho que ver con la presencia de familias residentes en países

Europeos, Norte América, etc., inicialmente los primeros viajeros venían con importantes recursos que se invertían en Otavalo, luego el negocio de las artesanías a decaído en el mundo, hay mas indígenas que viajan en la actualidad con respecto a los años anteriores, si al comienzo del proceso había 30-50 familias que viajaban en este momento no debe de haber menos de 20.000 de indígenas que están presente por el mundo entero, esos 20.000 están alimentando la economía de Otavalo así sea a 100 \$ mensuales, esto genera un recurso que en la economía nuestra es importante y a su vez dinamiza y genera nuevas oportunidades; una cualidad que hay que rescatar en el Otavaleño indígena es un protagonista en la economía local porque todo lo que logra generar con el comercio lo invierte en la economía de Otavalo.

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

Ese ha sido un proceso muy rico que termina generado otros, en sí la actividad cultural en nuestro medio ha sido muy importante porque la economía del pueblo indígena Kichwa Otavalo está basada en su propia cultura y tradiciones (tejido, comercio, música), usted puede ver que existen no menos de 150 o más grupos de música que viajan por el mundo y la economía de Otavalo se alimenta también de los recursos que genera esta actividad artística como es la música, esta economía también comienza una diversificación al tener gente con capital suficiente para poder invertir en nuevas actividades y emprendimientos, digamos que hasta los años 80 la economía indígena estaba basada básicamente en temas de artesanías, agricultura, pastoreo y el comercio; en la actualidad en la medida que este proceso se ha ido fortaleciendo, y consolidando hoy el Otavaleño compite con todas las instancias, espacios y niveles de la economía local, es decir, antes no se vayan indígenas involucrados en el negocio de las ferreterías, hoy creo que el negocio de este tipo está siendo dominado por familias indígenas; este tipo de prácticas se está expandiendo en diferentes ciudades como Tulcán, Ibarra, Cayambe, etc. y diversificando la economía, también es evidente la presencia de un sector importante de profesionales que también están compitiendo con la otra sociedad, esto es fundamental en función de mejorar las relaciones entre indios y mestizos, en la medida que somos capaces de soportarnos en todos los espacios y niveles, eso ayuda a que la sociedad madure, aprenda a conocerse y respetarse mutuamente

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto tiene dentro de la sociedad Kichwa?

La actividad de comerciantes siempre ha sido muy apreciada por nuestra gente, de hecho entre los valores que han tenido nuestras familias es que ser comerciante da prestigio social, de hecho se espera que el Otavaleño siga siendo comerciante y siga viajando alrededor del mundo, el Otavaleño siempre va a encontrar la necesidad de viajar y la manera de realizar negocios en cada travesía que hagan.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

Creo que permanentemente ha habido en Otavalo innovación y gente que se ha especializado, igual hay gente con más iniciativa que a optado por una línea de producción de mas calidad, de hecho estos productos y nuevas innovaciones no se los puede notar en la Plaza de Ponchos debido al abarrotamiento de los productos muy mal exhibidos, hay familias que han desarrollado una estrategia para poder ofrecer sus productos poniendo por delante la calidad y su presentación; también es evidente que cada vez más la Plaza de Ponchos se va diversificando con la presencia de productos chinos, los almacenes que había en Otavalo de productos artesanales ahora se han

transformado en almacenes de telas y productos chinos. En todo caso, esto no me preocupa mucho en la medida que ofrezcamos productos con identidad, en la medida en que hagamos esto siempre va a existir un mercado. El Otavaleño siempre va a comercializar lo que se pueda, en eso no hay pecado y es una cuestión de aprovechar las oportunidades que se presenten.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena como una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados?

Está a sido parte de la estrategia del éxito económico de los Otavaleños, mantenerse con identidad. El tema de la identidad no necesariamente está relacionado con el tema de la vestimenta, sería bueno que usemos el traje típico Kichwa Otavalo, pero aun utilizando Blue Jeans todos nos van a identificar como indígenas de Otavalo, es muy difícil que nos confundan con otras etnias, tenemos una fisionomía que nos caracteriza. Si creo que hay que motivar a que fortalezcamos nuestra identidad cultural, valores, tradiciones y nuestras costumbre; esto es lo que no ha tenido vigentes y lo que no a dado oportunidades para desarrollar una economía que transforme a Otavalo.

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

Si creo que hay innovación, el Otavaleño es muy perspicaz y muy atento a como está el mercado, toman en cuenta los diferentes eventos que están en su entorno y aprovecharlos al máximo. El indígena tiene ese olfato de identificar oportunidades en el mercado, existen productores que poseen una buena línea de calidad y no alcanzan a abastecer todos los pedidos que les llegan desde los diferentes países del mundo, estos productos que tienen buena calidad e innovación no salen al mercado y simplemente se los vende de manera directa para su exportación

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón?

La comunidad indígena Otavalo es el pueblo más globalizado en todo el Ecuador, nuestra gente está en el mundo entero y demuestran nuestra fortaleza de identidad, es un pueblo que recibe influencias de todo el mundo, pero que sabe aprovechar de esos valores de otras partes para fortalecer su propia identidad, es decir, se alimentan permanentemente de valores de otras culturas sin perder su propia identidad. Un ejemplo de ellos es el sombrero que utilizamos, es de origen europeo, pero los Kichwas lo adaptaron como un elemento propio de su cultura y se sienten muy orgulloso de ello. Como digo tenemos un molde que por más adoptemos cualquier costumbre y valores de otras culturas, no vamos a dejar de ser Otavaleños.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en lo último años?

Es un tema muy importante que da gusto ver que en los últimos 10 años ha existido un proceso bastante rico en lo que nuestros jóvenes están adoptando los estudios superiores de tercer y cuarto nivel; los jóvenes de mi época dejaron de estudiar porque era el momento de generar dinero y muy pocos quedaron aquí en Otavalo a seguir estudiando, estas generaciones que regresaron están preocupados en educar a sus hijos de la mejor manera y eso le da otra perspectiva a mediano y largo plazo de lo que va a pasar en nuestro pueblo.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional?

Creo que falta trabajar en lo que llaman ética empresarial, es decir, nosotros somos muy mentirosos y somos capaces de vender un producto 100% acrílico y convencerle al cliente que es 100% lana o alpaca, esto es lo que nos desprestigia, otro ejemplo es cuando vemos a un turista confundido y le cobramos más por un producto con un valor mucho menor. A veces no somos conscientes del daño que generamos y trabajamos con una técnica más empresarial, el mundo entero está abierto y si vamos con calidad, respondiendo a las necesidades y expectativas del mercado mundial, nuestro futuro va a ser óptimo para los Otavaleños.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Todo lo que acabamos de decir, la gente nuestra comenzó a viajar y generó un desarrollo económico muy importante con el cual poder comprar la ciudad de Otavalo y seguir dominando el mercado local a través de la diversificación. A mi manera de ver los cambios culturales y sociales han ido para bien, Otavalo antiguamente era una ciudad racista y dividida entre indios y mestizo, pero hoy podemos ver una ciudad en la que las personas de diferentes etnias se miran de frente. Creo que la economía nuestra ha provocado un cambio radical y profundo en todos los aspectos.

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

Muchos compañeros nuestros así no haber estudiado por el hecho de haber viajado por el mundo y vivir muchas experiencias nos hace ver el futuro y nuestro trabajo con otra visión. Me da mucho gusto ver cada vez más emprendimientos como los hoteles, restaurantes y almacenes que son propiedades de indígenas que han regresado después de vivir muchos años en el extranjero. La economía nuestra tiene mucho potencial y con los nuevos profesionales se espera, si nuestros antepasados analfabetos y monolingües fueron capaces de abrirnos las puertas del mundo, con la ayuda de nuestros profesionales el futuro va a ser muy provisorio.

Tenemos una gran cantidad de profesionales que nos pueden liderar para dar salto más importantes, cualitativamente hablando para construir un futuro mejor para nuestra gente.

Anexo 6. Entrevista Ing. Andrés Tabango

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

**INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS
PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN**

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Ing. Andrés Tabango

Empresa o institución a la que pertenece: Textilera Tabango S.A

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Yo empecé a trabajar a los 12 años en una fábrica textil que se llamaba “San Miguel”, entonces fue una escuela muy práctica para mi vida, después empecé a estudiar y me gradué de ingeniería textil y eso me llevo a ser un emprendedor en hilaturas de lana que se utilizan en las artesanías actuales en Otavalo.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

Dentro del pueblo Kichwa siempre ha habido emprendedores que siempre viajaban dentro del país y luego de manera internacional, pero fueron artesanos que ellos producían sus productos artesanales, especialmente con la materia como la lana, acrílico y algodón.

3.- ¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

En el mundo artesanal siempre se ha apreciado de mejor manera a los productos hechos con fibras naturales como son la lana y el algodón; a eso muchos negociantes y artesanos dentro de la provincia y cantón se enfocaron en realizar estos productos.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto tiene dentro de la sociedad Kichwa?

El ingreso de los productos chinos ha distorsionado la manera de como nuestros artesanos producían sus artesanías y de consecuencia su poder económico y su relevancia dentro de su entorno ha disminuido significativamente

5.- ¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

Realmente hay dos fundamentos; el producto nacional que históricamente se lo clasifica como las artesanías propias de los indígenas Otavalo, en donde varios artesanos lo siguen manteniendo y realizando con las vivencias propias de nuestra tierra; pero ahí otras personas que al no estar bien en ese medio cambian de producto y los comienzan a importar de china. De la misma manera comienzan a traer diferentes productos como lo son telas, juguetes y prendas de ropa, convirtiéndose en importadores y dejando de lado el lado artesanal.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena como una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados?

Por su puesto, el valor agregado que se transmite es gracias a las tradiciones y costumbres al realizar productos hechos con fibras y materiales que son propios de nuestra naturaleza.

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

Creo que no lo realizan debido a que buscan mantener los diseños y también debido a la falta de incentivos que se proponen; debería existir una mejoría en ese aspecto, pero sin dejar de lado el aspecto cultural y fortaleciendo los productos artesanales en nuestro cantón.

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? Por qué razón?

El fortalecimiento de los productos hechos por nuestros artesanos es por lo general impulsado gracias al envío hacia otros países como lo son Chile, Estados Unidos, Canadá, etc. Los comerciantes que allá trabajan y exportan los productos han fortalecido la industria nacional Otavaleña y conjuntamente con la globalización impulsan la economía indígena en la actualidad.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los últimos años?

La influencia del conocimiento de los jóvenes profesionales Kichwa es importante, hay una gran cantidad de jóvenes que se están formando, pero casi nadie se arriesga en el campo artesanal, buscan otros tipos de oportunidades y en otros campos laborales dejando de lado los productos ancestrales.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional? Primeramente, se debería mejorar la calidad de la materia prima para uso artesanal, un ejemplo de ellos son los hilos que vienen utilizados en tejidos, al mejorar esta materia prima también los productos elaborados van a tener un mejor acabado. Al mejorar la calidad se debería igual mantener los antiguos procesos para darle ese valor agregado que busca el extranjero al comprar artesanías provenientes de manos indígenas Otavaleñas.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Los comerciantes al vender sus productos en el exterior ayudan de manera económica a los artesanos que realizan sus actividades en el Ecuador, es decir, una cadena de negocios. Si a los comerciantes en el exterior le va bien de igual manera dentro de Ecuador será moviendo la economía mejorando la calidad de vida y la prosperidad económica de los indígenas Kichwa.

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

Al tener una gran cantidad de jóvenes que se están preparando, en un futuro se va a tener una mayor incidencia en el campo político, de igual manera al tener diferentes tipos de profesionales especializados en diferentes áreas será aprovechando para abrir negocios y esto a su vez dinamizar la economía Otavaleña abriéndose paso en diferentes mercados y productos.

Anexo 7. Entrevista Rosa Albancando

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

**INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS
PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN**

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Rosa Albacando

Empresa o institución a la que pertenece: Secretaria de jurisdicción Cabildo Kichwa Otavalo

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Actualmente, tenemos un emprendimiento justo con mi esposo, desarrollando lo que hemos aprendido en nuestra época de migrantes. Profesionalmente, tengo una tecnología en marketing y también estoy en formación en la facultad de derecho, ocupo el cargo dentro de la secretaria de jurisdicción dentro del CKO.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

El origen se da desde la época pre incásica misma, sin embargo, donde más hay el auge del comercio es en los años 90 cuando comienzan a salir los mindalaes y todos nuestros familiares; ellos son los que salen, unos con música y otros ya con los productos elaborados en Otavalo.

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

Yo pude observar el cambio a consecuencia de las salidas que han tenido nuestros comerciantes, al salir pudieron observar nuevas cosas y las fusionaron con las materias primas que aquí se encuentran, sin embargo, no ha evolucionado al nivel de otros países cómo se puede ver, las artesanías de otros países se siguen vendiendo con mucho valor agregado, en cambio, lo nuestro se ha quedado por qué no han innovado nuestros comerciantes con la producción.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto importante dentro de la sociedad Kichwa?

Se debería separar el término comerciante del artesano por qué no todos los artesanos son comerciantes, sin embargo, el hecho de ser comerciante le da la ventaja de aprovechar los contactos que se tiene Y poder llevar los productos de los artesanos hacia diferentes partes del mundo. Calificarse como artesano es cumplir con ciertos requisitos que se beneficia a la calidad de ser artesano en Otavalo.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

Sinceramente, no hay mucho cambio, hemos podido ver que son más de 20 años que los mismos comerciantes o artesanos siguen con los mismos productos Y no han mejorado o evolucionado. Yo considero qué los productos se han quedado ahí y no ha habido muchos cambios, únicamente pequeños detalles como los cortes, prendas, pero en si el producto en general no ha innovado según mi punto de vista

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena es una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados?

Así debería ser, con los conocimientos y la herencia que tenemos de lo aprendido, la influencia que tenemos de la cultura al realizar nuestros diseños, si se transfiere esa imagen que se quiere proyectar. Hay que encontrar el

modo de aprovechar esos conocimientos para poderlos transformar en materiales y obras o prendas que puedan transmitir esa parte de nuestra cultura que le da un valor agregado a nuestros productos

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

No considero que se rehúsan o se nieguen a mejorar los productos, pero hay mucha falta de interés por parte de las entidades del gobierno que tienen la capacidad de enseñar ese valor agregado que estamos buscando, que las prendas tengan un corte más refinado y que se puede aprovechar de mejor manera con la tecnología Y no dejarnos ganar por los productos importados de la China. Yo considero que no se rehúsan, sino que no hay las políticas desde el gobierno central, en este caso del municipio, que tienen en sus manos el poder y pudieran realizar alianzas o convenios para capacitar a la gente. Lo que hace falta a nuestros artesanos es capacitación y por eso no saben cómo elaborar o mejorar la calidad de los productos.

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón?

Considero que la globalización por supuesto ayuda al desarrollo, vivimos en una era globalizada en donde nadie puede estar solo, todos tenemos que interactuar y si queremos desarrollarnos económicamente tenemos que ampliar nuestra cobertura hacia quienes queremos vender o posibles compradores, si bien aquí mejoramos la calidad y los procesos si no existe una globalización no va a ver clientes a quienes vender.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los últimos años?

En mi conocimiento, en el medio en que vivimos hay muchos indígenas que se están formando o que ya tienen un título universitario, considero que hay dos razones fundamentales; la primera es debido a que los padres al no haber alcanzado una formación académica aspiran a que los hijos lo logren Y la segunda razón es por una mayor oportunidad laboral con una formación académica, al no tener ningún estudio realizado los indígenas están en desventaja; en mi opinión son esas las dos razones importantes que han impulsado la formación de jóvenes quichua en estudios superiores

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado nacional e internacional?

Yo considero que la capacitación está en primer lugar para poder mejorar, las políticas que desde las autoridades locales se puedan dar, incentivos y junto a la capacitación como convenios con empresas de otros países que realizan maquila y tecnología que se pueda adquirir que simplifican las tareas que se hacían antes. Capacitación, incentivos y maquinarias son cosas fundamentales para mejorar la producción y, por lo tanto, las ventas del pueblo Kichwa a nivel internacional y nacional.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Solo con la presencia y los rasgos culturales que caracterizan el pueblo quichua se han dado a conocer alrededor del mundo y con respecto al comercio, se ha logrado exportar las artesanías realizadas por el pueblo Otavalo alrededor del mundo y darlas a conocer, y poder dar a conocer a Otavalo como el centro artesanal y patrimonial

para el mundo entero. Esto acompañado con la nueva generación de Kichwas profesionales va a seguir impulsando el nombre de Otavalo alrededor del mundo para darse conocer aún más

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

Eso va a depender mucho de la influencia que tiene el gobierno dentro de la sociedad, dependemos de las políticas del gobierno central, sin embargo, considero que gracias a la formación académica que tienen los jóvenes y el conocimiento ancestral la cultura seguirá preservando y poco a poco irá mejorando aquellos aspectos que han ido debilitándose a lo largo de los años como lo es el idioma y la vestimenta

Anexo 8. Entrevista Ing. Roberto Conejo

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Ing. Roberto Conejo

Empresa o institución a la que pertenece: Exdirector Emapao Otavalo

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Yo soy ingeniero agrónomo y empecé con proyectos de Agricultura adentro de las comunidades indígenas, estos proyectos estaban dirigidos a la capacitación en aspecto agrícola y también en varios aspectos culturales. Con respecto a la formación yo creo que estoy dentro de la primera generación de indígenas Kichwa que realizaron estudios superiores y en el caso de ingeniería agrónoma se podría decir que soy el primero dentro del pueblo Otavalo.

En mi vida profesional me ha tocado desarrollarme en diferentes aspectos, por ejemplo en lo ambiental, fomentando el aspecto agrícola y trabajando para cuidar los recursos naturales como lo es el agua y el ambiente; pero también en el aspecto turístico al desarrollar el parque acuático Araque con la ayuda de un arquitecto impulsando el atractivo del lugar y adaptándolo con elementos de la cultura Kichwa.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

Es importante señalar que en los años 80 el pueblo indígena realizaba y enviaba varios productos alrededor del mundo, pero no existía en todo el cantón una sola agencia exportadora 100% indígena, es decir, todos los dueños de exportadoras eran mestizos, igualmente los negocios de víveres eran únicamente dirigidas por dueños mestizos. Creo que la autoestima que se tenía en esa época era muy baja y por ende la mayor parte de indígenas vivía en las

comunidades, ese era el ordenamiento que impuso la colonia, anteriormente en los centros poblados más grandes únicamente vivía mestizos y existe una hipótesis de porque la ciudad de Ibarra se llama la ciudad blanca, se menciona que Ibarra estaba destinada principalmente a ser habitada por gente blanca o mestiza dejando de lado a los indígenas en el campo o en otras ciudades aledañas. A partir del boom del comercio los indígenas en los años 80 comienzan a comprar viviendas dentro de Otavalo, esto provoco de que se genere y nos fuerce a convivir indígenas y mestizo; se impulsó una mayor relación económica y social beneficiando a ambos lados. Para mi forma de ver este fenómeno de crecimiento económico y vivir dentro de las ciudades ayudo a un desarrollo comercial dentro del pueblo Otavalo. El tema de incursionar en el comercio tiene que ver con romper el sistema político-económico que nos impuso la colonia luego la República, en el caso de Otavalo es particular, nosotros ya comercializábamos mucho antes de la llegada de los españoles en diferentes regiones como lo es Perú y Bolivia, con los que hoy conocemos como Mindalae, estos primeros comerciantes al tener la ventaja de poder viajar y superar sus fronteras, llevaban información y traían nuevos conocimientos; actualmente el Otavalo es conocido por eso, si el indígena Kichwa durante sus viajes conoce algo nuevo busca entender cómo se realiza para poder replicarlo en Otavalo.

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

La época colonial fue un hueco que atrasó el proceso de evolución comercial dentro del pueblo Kichwa, como mencioné anteriormente nosotros ya comercializábamos en la época incaica con productos como la coca, semillas, etc. Se dice que los Otavaleños somos los primeros globalizadores de la economía global, porque nosotros nos metemos a todo lado; hubo un boom en los años 80 y 90 con la música, pero lamentablemente por falta de capacitación el mismo indígena destruyo el mercado, esto provoco que se vaya evolucionando hasta llegar a vender productos de la india, Pakistán, china, menos los nuestro; parece que poco a poco se está volviendo a recuperar ese aspecto.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto tiene dentro de la sociedad Kichwa?

Creo que está en sus pasos iniciales en la revalorización de lo artesanal, siempre hemos sido artesanos, pero no es bien pagado mientras que el comerciante quienes es el intermediario saca más provecho. Es una cuestión cultural, el que es artesano busca producir para comer, pero para poder llegar a nivel empresarial es necesario llegar a una industrialización; un ejemplo de ello es a la hora de la producción en donde los emprendedores realizaban pedidos de 10000 o más camisas y resultaba que nuestro artesano producía 100 o 50 camisas al mes obligándolos a buscar más productor, el problema de realizar esta práctica era que cada uno tenía diferente tela, colores y dificultaba ponerles de acuerdo con respecto a la calidad.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

El indígena Otavaleño siempre ha buscado la manera de adaptarse al mercado independientemente del producto que se comercializaba, en este caso las artesanías fueron reemplazadas por artículos chinos o provenientes de la India que tenían una mayor rentabilidad y una cierta facilidad en el tema de importación y mayor aceptación cultural. Otro aspecto importante a tomar en cuenta es que los indígenas han dañado el mercado a través de estrategias fraudulentas donde vive esa criolla, un ejemplo de ellos son los sacos hechos en acrílico que venían

vendidos de mercados europeos como hecho 100% en lana y con tintes naturales, estos artículos al ser de una baja calidad se estropeaban con mucha facilidad y esto al comprador extranjero le parecía una completa estafa; de igual manera en el tema de la música antiguamente los primeros músicos vendían Cds vacíos y esto poco a poco ha dañado de manera irreparable el mercado. Estas son algunas de las razones de porque el mercado ha dejado de interesarse en productos indígenas a raíz de las estrategias fraudulentas que ciertos indígenas han implementado durante su trayectoria como músicos y comerciantes.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena como una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados?

Por supuesto, cada cultura al realizar sus productos le da ese toque especial como valor agregado en donde los compradores aprecian los procesos antiguos y le dan un mayor valor económico. En el caso de Otavalo desde siempre se ha utilizado y explotado esa imagen que tiene el indígena artesano para poder vender sus productos de una manera más audaz y aprovechando esos lazos culturales que nos caracterizan como pueblo comerciante y artesano.

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

Una de las principales razones es debido a la mentalidad de vender a la pobreza, un ejemplo de ello son los tours en donde se realizan visitas con los turistas para poder ver a niños sucios, porque a los turistas le gusta ver eso; u otro ejemplo de ellos es generar ingresos por realizar fotos en lugares pobres y esto causa que las personas que habitan allí se conformen con el dinero que les dan dejando de lado cualquier idea para producir o generar nuevas ideas. Existen dirigentes que les gusta vender la pobreza y no permiten dar ese salto empresarial como lo hicieron países como China o Japón, en nuestro caso hay un espíritu individualista causado por la desconfianza y la poca preparación. Las nuevas generaciones tienen que analizar esos aspectos para poder realizar ese salto importante hacia una correcta innovación empresarial y llevar a un nuevo auge dentro de las ventas de artesanías en el pueblo Kichwa Otavalo

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón?

Creo que estos dos conceptos son la base para dinamizar la economía indígena acompañada por los nuevos jóvenes profesionales que puedan aportar ideas frescas para un correcto manejo de los procesos y avances dentro de los mercados internacionales. En segundo lugar, la globalización es la base para encontrar redes comerciales en países en donde es posible vender nuestros productos con el correcto valor agregado y un precio justo para el artesano indígena en el Ecuador.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los últimos años?

En los años 70, 80 y 90 hubo un decrecimiento de los jóvenes estudiantes en niveles superiores, bastaba con un instrumento y salir a vender para poder obtener fortunas económicas, el principal objetivo en esa época era la recaudación de capital. Actualmente, hay un crecimiento de estudiantes Kichwa impulsado por las políticas del gobierno y también por parte de los comerciantes que realizaron fortunas que apoyan a que sus hijos se preparen y tengan mejores oportunidades a nivel intelectual. Estas antiguas generaciones se dieron cuenta qué después de

obtener sus riquezas, lo económico no era suficiente y entonces las nuevas generaciones ven necesario el estudio para poder incursionar en lo social o político.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional? Se debe reconstruir la identidad, eso se hace con investigación antropológica de la cultura Kichwa Otavalo ligado a sus tradiciones y artesanías. En segundo lugar, se deben mejorar los procesos para poder revalorizar nuestros productos y como último punto se debería romper el individualismo, es sabido que los Otavaleños se enfoca únicamente en sus negocios dejando de lado al resto de su comunidad. La otra es el tema de los jóvenes, es necesario capacitarse, organizarse y unirse por sectores de producción y empezar a producir de manera eficiente. Tenemos que trabajar para construir identidad y de esta manera dejar un legado, si no lo hacemos vamos a avanzar muy lentamente o en peor de los casos desaparecer como cultura.

En resumen, es necesario trabajar en el tema de investigación, organización, educación y dejar de ser una cultura individualista.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Al ser comerciantes a nivel internacional, los Kichwa Otavalo alcanzaron a acumular muchas riquezas y poco a poco abriendo paso adentro de la ciudad Otavalo, comprando bienes como son las casas, automóviles y estableciendo negocios. Hoy en día se podría decir que el 60% de la ciudad de Otavalo es ocupada por indígenas, mientras que el 40% sigue siendo mestizo, específicamente las zonas del sur del parque Bolívar son en su mayoría propiedades de indígenas, mientras que la parte norte tiene mayor porcentaje de mestizos como también las zonas de la ciudad de las que sean habitadas en su mayoría por personas mestizas.

Todavía existen generaciones antiguas que siguen heredando esas costumbres racistas, pero a través de la educación las nuevas generaciones van absorbiendo esas costumbres y tachando las como inapropiadas dentro de su día a día; es ahí en donde el indígena ha logrado tener mayor seguridad consigo mismo para poder emprender y abrir negocios que históricamente estaban destinados a personas mestizas

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

Hay esta nueva generación que se está preparándose, pero no es la misma generación como las anteriores, la juventud actual ya no sabe como vivían nuestros antepasados y la discriminación que existía y por ende el tema cultural está pasando a segundo plano, al no sentirse discriminados ya no tienen causas que les motive a reivindicar lo indígena, hay que buscar esas causas y motivos para seguir siendo indígena. En el aspecto económico vamos a desarrollarnos si rescatamos nuestra identidad, si no encontramos estos motivos lo cultural va a quedar en segundo plano. Las nuevas generaciones tienen que encontrar estos motivos y dejar de ser individualistas para no ir perdiendo esa característica que nos define como indígenas Kichwa Otavalo.

Anexo 9. Entrevista Dr. Felipe Males

Sede Ibarra
Escuela de Negocios y Comercio Internacional
ENCI
Carrera de Comercio Internacional
INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS
PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Dr. Felipe Males

Empresa o institución a la que pertenece: Fundación KISTH

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Realicé mis estudios profesionales en la escuela politécnica nacional en el programa de economía y finanzas, luego interesado en saber por qué ciertos países son prósperos y saber su mecanismo para llegar a ser exitosos, tuve la oportunidad de estudiar en Singapur, ya que es uno de los países ejemplo en temas de desarrollo, de ser un país pesquero hacer uno de los países más ricos del mundo, ese fue el motivo de mi viaje para conocer experiencias. En el lado laboral, realicé proyectos en los cuales pude conocer la realidad de miles de ecuatorianos, en ese caso indígenas, que viven debajo del umbral de los ingresos económicos, luego de eso empecé a trabajar en el Ministerio de Economía y Finanzas en la dirección nacional de GADs, mi función era hacer los análisis de los montos a ser transferidos a cada una de las parroquias, municipios, entidades provinciales. Posterior a ello pude trabajar en la Secretaría de pueblos y nacionalidades, pude trabajar como director de cooperación nacional y trabaje como consultor para el fondo de población de las naciones unidad (UNFA).

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

Creo que la historia del pueblo Kichwa Otavalo con respecto al comercio no es reciente, creo que es una peculiaridad de la cultura Otavaleña, ya que desde mucho tiempo atrás éramos considerados como un grupo diferente a nivel gubernamental, varios historiadores apuntan a que los Otavaleños provienen de un grupo que eran los tejedores del Incanato, al tener esas características dentro del imperio inca nos trataban con cierto privilegio, y al tener ese privilegio selló la posibilidad de trasladarnos de un lugar a otro dando origen a los mindalae. Entonces la historia de los mindalae no es nada reciente, sino que viene desde mucho tiempo atrás, incluso mucho más antes del siglo XX. A partir de los años 40 inicia una migración internacional, lo que caracteriza el pueblo Otavalo del resto de poblaciones indígenas. Una migración más comercial se vio a partir de los años 50 y 60, en los cuales los indígenas comienzan a extenderse a países como lo son Colombia, Venezuela y en los años 60 se trasladan a Europa a través de la música.

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

Creo que la evolución no está tan desapegado de las experiencias internacionales, diría que el comercio en Otavalo se fortalece a través de las revoluciones industriales, si vemos cómo Otavalo se pudo industrializar vamos a ver que una de las propuestas que tienen ciertos países para alcanzar el desarrollo es transferir el conocimiento; entonces los indígenas Otavaleños que eran buenos tejedores en los telares de madera tuvieron la oportunidad de

aprender y ser tejedores en las industrias que eran propiedad de los mestizos, eso permitió que los indígenas Otavaleños aprendan a saber como utilizar una máquina eléctrica y a la hora de dejar esos talleres pudieran adquirir también esas maquinarias eléctricas y con eso empezar a industrializarse, dejaron lo manual por lo eléctrico y el hecho de tener algo eléctrico ya significaba que tenían mayor productividad, entonces esa evolución del comercio radica también en que aprendió a adaptarse y utilizar las innovaciones de las revoluciones industriales, en este caso de un telar eléctrico. Al utilizar estos inventos aumento su productividad y también a incrementar su comercio de manera nacional e internacional, por otro lado, también vemos que Otavalo tuvo esa conexión con el mundo, lo que vamos a ver que no sucede con los otros pueblos indígenas en el Ecuador, si nosotros vemos una especie de network a nivel mundial vamos a ver que desde los 70 los Otavaleños estaban conectados con todas partes del mundo mientras que los otros indígenas estaban recién trasladándose a Quito y Guayaquil, y si nosotros vemos que el comercio funciona siempre y cuando tengas nexos internacionales vamos a entender como los Otavaleños pudieron crecer.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto importante dentro de la sociedad Kichwa?

El impacto que tiene de algún modo es tratar de mantener ciertas peculiaridades de nuestra cultura a través de los diseños, manera de tejer, etc. Sin embargo, vemos que cada vez la incidencia de los avances tecnológicos y de la geopolítica ha hecho de que el Otavaleño ya no tenga la misma incidencia que antes, en el sentido de influencia cultural, porque también vemos la plaza de ponchos que ya es un resultado de cómo el mercado chino y de otros países pueden influenciar también a nuestras artesanías si es que no se le da un tratamiento adecuado. En el lado económico pienso que los artesanos como tal ya no tenemos tanta relevancia económica, en el sentido de ya no generar tantos ingresos como antes, eso se debe también a que el mundo ha cambiado, en los años 70 y 80 el mercado Otavaleño era muy codiciado Y la calidad de la mano de obra era muy apreciada, durante esos años bastantes ingleses vinieron a Otavalo, porque en ese entonces el auge de los tejidos proveniente de Irlanda y acompañado de la mano de obra Otavaleña incentivo a que los ingleses se trasladen.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

El Otavaleño involuntariamente o empíricamente trata de innovar sobre todo al sentido de lo que el mercado provee, lo que quiero decir es que los Otavaleños si bien tenemos unas raíces ancestrales, considerables y evidenciadas en nuestros patrones y nuestra manera de tejer, etc. Sin embargo, también nos ligamos a lo que el mercado consume, en los últimos años vamos a ver de qué nuestros textiles o los patrones textiles que mantenemos ya no son los patrones indígenas ecuatorianos, sino que mantienen los patrones de los indígenas del Norte, específicamente de los Estados Unidos de América, si vemos las chompas que se realizan actualmente en Otavalo los patrones que utiliza no son originarios de nuestro pueblo Kichwa. Hemos visto una evaluación de lo que hacemos y se debe a lo que el mercado está consumiendo.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena es una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados? Sí, pero igualmente llega hasta un cierto límite, para escalar en el tema de la innovación creo que es muy importante que los Otavaleños empiece a generar este tipo de productos a través de la academia, empíricamente

ha funcionado por algún momento, pero es momento de que si queremos innovar es momento de prepararnos en el sentido de tener profesionales, diseñadores de moda, personas que conozcan de materiales, hay un que conozca de estrategias del mercado incluso; sin embargo, ese salto no ha sido tan posible debido a que no existen tantos profesionales que pueda fortalecer técnicamente nuestros diseños y por otro lado no habido un apoyo gubernamental.

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

Como lo supe mencionar anteriormente, no creo que los artesanos se rehúsen a innovar, más bien la falta de capacitación y el poco apoyo por las entidades gubernamentales hacen que este proceso sea mucho más lento y esto a su vez causa un deterioro a nivel comercial y cultural dentro de nuestra población.

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón?

En este caso, como te había dicho, si nosotros no hubiésemos estado conectados al mundo, nosotros no hubiésemos podido desarrollar una diferencia ante el resto de indígenas, le debemos muchísimo a ese impacto que tuvo los migrantes que, por un lado, se llevaban mercancía y por otro lado venían extranjeros a adquirir nuestra mercadería. Si nosotros dejamos de lado el tema internacional nos va a afectar, en este caso es importante pensar en las nuevas dinámicas comerciales, si por un lado funcionó nuestra economía y nuestro comercio en una economía tangible, es momento también de pensar en una economía de los bienes intangibles, es decir, los bienes que no se pueden ver, pero pueden ser exportables a nivel internacional.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los últimos años?

No podría decir específicamente si han aumentado los profesionales Otavaleños, por qué a nivel nacional es muy difícil encontrar la data desagregada, es decir, saber con exactitud cuántos Otavaleños y Chibuleos están graduados; lo único que se puede saber es cuántos graduados indígenas existen y esto es un problema que el Estado tiene de que estadísticamente el indígena lo de una sola masa, cuando en realidad hay muchos grupos étnicos. Pero sí podría afirmar que estadísticamente los Otavaleños no son los que más graduados tiene, sino que son los Purua de la provincia del Chimborazo, seguido de los Shuar y en tercer lugar se encuentran los Otavaleños. Esto tiene que ver con una relación directa con la cantidad de población existente, vamos a ver quién tiene la población indígena más numerosa están claramente los Purua y por ende claramente van a haber más graduados, por otro lado, los shuar también es otro grupo numeroso en la Amazonía; pero si vemos los graduados con relación a su población los Otavaleños si ocuparían el primer lugar, pero algo lamentable que podríamos decir no necesariamente mientras mayor cantidad de graduados tampoco significa que va a haber mayor crecimiento económico, en el caso de los Purua son donde existe mayor cantidad de graduados ,pero uno de los pueblos más pobres que existen, entonces no se podría decir que existe una relación entre la educación y los ingresos a nivel indígena. El Otavaleño, por otro lado, está bien posicionado, sin embargo, falta tener incidencia gubernamental, por un lado, el Otavaleño ha tenido crecimiento económico y académico, pero su ADN, que es el ADN comercial, ha limitado a que no estemos en espacios gubernamentales, eso es muy notorio y esto se debe a que nuestros padres han hecho todo por su cuenta, en cambio, en otros pueblos indígenas no ocurre eso, ellos dependen más de las organizaciones y las luchas. Por esta razón nosotros no hemos podido incidir en el tema gubernamental, pero a nivel de profesionales si estamos muy posicionado.

También tenemos una ventaja más que es el inglés, al ser más internacionales se ha visto que la mayor cantidad de aplicantes a becas son los indígenas Otavaleños, ya dominan mucho el inglés, no todos obviamente, pero ya existen hoy en día una mayor cantidad de Otavaleños con respecto a los demás grupos indígenas, lo único que se necesita es tener una mayor inclinación en el ámbito gubernamental y dejar el individualismo.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado nacional e internacional?

Una debería verse con respecto al precio, uno de los factores que más influye en el precio, pero también la calidad; entonces creo que es un momento en el cual deberíamos también repensar la manera de producir nuestras artesanías. Pienso que hay dos criterios muy fuertes dentro de los extranjeros, por un lado, mientras que nosotros vamos al exterior no nos vamos a fijar tanto en precio y en calidad, pero a nivel interno creo que hay un valor adicional. Hablando de los extranjeros, ellos lo que quieren es ver artesanías netamente hechas a mano y con el valor cultural que teníamos, esas dinámicas son las que se deberían ir jugando. Por el lado comercial se tiene que ser más competitivos con los otros mercados y a nivel nuestro, se debería fortalecer el grupo y haya eso que se llama producto 100% Otavaleño, con esto sería llamando más la atención de los extranjeros y aumentando las ventas económicas.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Que conozcan más del Ecuador, pienso que el Otavaleño con su presencia en el mundo ha hecho conocer lo que es Ecuador, incluso varios mestizos, el hecho de no tener una cultura como la nuestra han tenido que acoplarse a nuestras tradiciones para que puedan tener mayor presencia en el exterior. Pienso que uno de los trabajos que ha hecho la cultura Otavaleña en el mundo ha sido mostrar esa riqueza cultural que tenemos, esa valentía laboral y esa manera de acoplarnos a los diferentes sistemas. Creo que de manera indirecta o de una manera no oficial se han considerado los Otavaleños como los embajadores del Ecuador.

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

En el ámbito económico pienso que quienes están en el exterior tienen mayor ventaja de crecer dependiendo el crecimiento de los países en los que residen; por el lado de los indígenas que se encuentran en Otavalo, creo que van a estar en una economía cada vez más competitiva y difícil de poder acceder a oportunidades tanto económicas y laborales, ya que el mercado ecuatoriano va a sufrir diferentes consecuencias al no poder adaptarse y generar propuestas correctas para el desarrollo. Sin embargo, en el aspecto político es muy difícil encontrar indígenas Otavaleños en las organizaciones grandes que tiene el Ecuador y en cargos de relevancia, existen pocos, pero se debe más a que nuestro ADN es más empresarial, y es por eso que si nos comparamos a otras culturas como los Cayambis, ellos tienen figuras como Tránsito Amaguaña y su historia es diferente y esto les obliga a qué creen organizaciones; nosotros teníamos una historia diferente, una libertad de irnos a vender a diferentes partes del mundo; esto causó que internamente nosotros no seamos tan organizados. Los Otavaleños por esta razón no creen en las organizaciones como tal, un ejemplo de ello es en el caso de las manifestaciones en donde se ve una gran cantidad de ponchos rojos y personas amazónicas mientras que los ponchos azules que caracterizan al pueblo Kichwa Otavalo no se encuentran presentes en este tipo eventos; yo pienso que deberíamos ir formando parte a

pesar de qué no vamos a ser aceptados por otros grupos indígenas del norte, sierra y oriente a causa de conocer las condiciones económicas que tenemos, saben que los Otavaleños se encuentran en mejor posición y esto causa ese distanciamiento dentro del círculo comunitario indígena Ecuatoriano.

Anexo 10. Entrevista Dr. Daqui Lema

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Dr. Daqui Lema

Empresa o institución a la que pertenece: Universidad de Otavalo

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Hoy en día soy docente en la Universidad de Otavalo en el área de los Derechos Humanos y pluralismo jurídico, me forme con una maestría en derechos humanos en la Universidad de Padova en Italia.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

Nosotros podemos tener una visión muy amplia, desde la época pre colonial la cordillera Andina ha sido un espacio de tránsito de bienes y comercio entre distintas culturas, estos serían restos de las relaciones comerciales que surgen en estos periodos. Los productos que se comercializaban en esa época eran conchas, semillas, cacao y el mismo maíz, la misma presencia de estos productos nos hace entender que el comercio internacional en la región andina era muy amplia. Al no ser un continente homogéneo, existían tantas culturas que comercializaban productos y sobre todo dentro del contexto Kichwa Otavalo se sabe que hubo diferentes contactos con otras civilizaciones que le confirieron el nombre de Mindalaes

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

Después de la era pre colonial, estas redes de comercio no cae sino más bien que son aprovechadas por las mismas instituciones coloniales; hecho es que se instauran en los centros más poblados aquellas actividades que sucesivamente serán las raíces de la industrialización, pensemos en el ámbito textil, en el régimen colonial se utilizaron los conocimientos ya existentes del pueblo indígena con respecto a como generar prendas y tejidos de inmensa calidad, estos productos se exportaban en cierta medida a Europa, otras zonas, el intercambio comercial entre Lima y Quito en esa época era muy importante.

Considerando el caso de Otavalo, se van instaurando este sistema de obrajes, por un lado, se aprovechaban de los maestros artesanos, por otro lado, también los núcleos familiares que solventaban la necesidad de mano de obra;

estos obrajes tienen una vida relativamente larga y dan espacio a una especie de semi industrialización de la zona, en este contexto hay un espacio en donde se van adaptando los Kichwas. Cuando los obrajes encuentran una competencia fuerte como lo son los procesos de fabricación industrial estas van decayendo por su propio peso, la mano de obra de los indígenas y los productos que estaban hechos con procesos más largos y mayores personas ya no pueden competir debido a la industrialización que ocurrió alrededor de 1800. Estas empresas semi industriales no logran ser competitivas en una panorámica aún más veloz de innovación y presentación de productos, estas fábricas al cerrarse venden sus maquinarias y el capital que tenían a indígenas que tenían en ese entonces capital para poder invertir. En mi opinión el indígena se proyecta en una forma de comprensión, manejo de esta innovación industrial; pasa de esta tecnología rudimental a instalar fabricas un poco más industrializadas, esto se logra también gracias a las relaciones internacionales que el pueblo Kichwa ha sabido mantener a lo largo del tiempo, por un lado, estas redes internacionales sirven para colocar los productos, como alianzas políticas, alianzas económicas e inicia un proceso de globalización manejado desde los indígenas y a través de sus productos artesanales.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto tiene dentro de la sociedad Kichwa? Eso depende de la perspectiva, en mi opinión después del 2008 donde hubo una crisis muy importante a nivel global, en ese contexto muy importante para este tipo de redes de cooperación internacional que vivía el pueblo Kichwa Otavalo, básicamente la exportación de productos artesanales ya no encuentran cabida, se van sustituyendo por esta importante participación de productos de china a nivel global, esta oferta de productos de bajo costo y en ciertos casos de buena calidad van sustituyendo a los mercados que los indígenas Otavalo habían logrado crear y de consecuencia se rompe esa cadena de producción local que iba destinada hacia destinos internacionales. Esto a nivel interno representa una ruptura de producción y distribución de los productos locales; debido a esta interrupción y la dificultad de llevar estos productos de artesanales hacia mercados extranjeros hay una generación de jóvenes que se está formando para mejorar oportunidades de innovación, técnicas, equipaje de estrategias de mercado.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones? Cómo lo supo manifestar anteriormente, ha existido ese cambio generacional con respecto a los productos realizados y vendidos por los indígenas y la principal causa en mi criterio es la falta de dinamismo y la posibilidad de establecer procesos de industrialización correctos que vayan a la mano con las necesidades del mercado actual.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena como una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados?

La cultura siempre es un valor agregado, independientemente de la cultura indígena; pensemos a todos los productos que se han ido desarrollando a lo largo de la historia del hombre, estos son resultados de conocimientos, cultura y tantos otros elementos que inciden a la producción de un producto, la diversificación está impregnada de elementos culturales. Por supuesto, la producción de artesanías es uno de los elementos que caracterizaría a los indígenas, pero vemos que desde el punto de vista de estos sistemas económicos se han generado otras perspectivas en donde hoy en día los indígenas ya no son solo artesanos, sino que se han abierto otros campos

como cooperativas, ingenieros, doctores ,etc. El elemento cultural ayuda mucho y es un valor agregado muy importante, sobre todo porque hay un sistema económico que requiere ese componente de identificación y cultura.

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

Por las dificultades al acceso a un crédito, la mayor parte de las ocasiones las familias indígenas tienen dificultad en el acceso a niveles de educación óptimos, por lo cual la perspectiva y su visión de accionar sean limitadas y desconozcan tantas posibilidades que se generan en el ámbito comercial. Por otro lado, las trabas del acceso a un crédito y las tasas de interés altas complican el accionar y hace que no funcione en el mecanismo de innovación indígena, según mi opinión la innovación está acompañada de formar accesibles al crédito y de formas de intercambio de información eficiente.

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? Por qué razón?

La globalización involucra dos cuestiones importantes, la primera seguramente es disponer de estrategias que permitan posicionarse a nivel global, estrategias que permitan que el producto local sea competitivo y encuentre instrumentos adecuados. Por otro lado, la existencia de instrumentos que tutelen el producto local de las formas de competencia desleal que pueden existir, en el caso de Otavalo en los años 90 encontraban competencia en productos provenientes de mercados de Perú que venían a competir dentro del mercado nacional al ser vendidos a precios inaccesible por parte del productor indígena Otavaleño. Esas son dos líneas que funcionan a partir de la administración pública, por un lado, deberían existir leyes que protegen a la industria nacional y por el otro promover los productos hacia un enfoque internacional.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los último años?

Seguramente con respecto a los años anteriores existe un incremento, pero si vamos a comparar dentro del contexto de los pueblos indígenas en general es muy limitado en relación con el pueblo mestizo y pueblo blanco-mestizo; que uno o dos Kichwas que entren a instituciones académicas no representa que se está garantizando el derecho a la educación. Otra cuestión a ser tomada en cuenta es que estas masas, líderes, personas que podrían ser educadas también tienen un vínculo colectivo, en el caso del contexto de lo social sería importante tener lineamientos comunes para direccionar esta colectividad, las becas y los incentivos a los estudios sirven para direccionar una política que incentive a una mayor concentración de estudiantes de proveniencia Kichwa.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional?

Seguramente establecer criterios de calidad; en otros mercados y ámbitos se habla de las normas ISO para garantizar la calidad de sus productos, esto se lo podría aplicar a los productos artesanales y dentro del contexto local para incentivar a un mejor manejo de procesos.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Establecer redes de relaciones económicas, expandir los productos locales y mantener sus formas de autonomía en el aspecto laboral y cultural.

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

Seguramente hay un tema bastante importante que es el tema de la lengua, la identidad pasa también a partir del uso de la lengua y en el caso de los pueblos indígenas es un instrumento que permite la reproducción de tantos elementos culturales como el escribir, pensar, comunicar, etc. Realizar economía, investigación, acciones de diferente tipo pasan a partir de la lengua. El reto de los Kichwas Otavalo dentro de 10 años es precisamente elaborar y coordinar una propuesta que sea pertinente para su territorio desde su cosmovisión, pensamiento y realidad.

Anexo 11. Entrevista Mgs. Ariruma Kowii

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra
Escuela de Negocios y Comercio Internacional
ENCI
Carrera de Comercio Internacional

INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Mgs. Ariruma Kowii

Empresa o institución a la que pertenece: Universidad Andina Simón Bolívar

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Bueno, mi actividad ha estado muy relacionada inicialmente con las comunidades, en esa época trabajando con los colectivos tanto mestizos como indígenas Kichwas en el tema de la importancia de la identidad cultural y también en la formación del arte, cultural, folklor, artesanías.

En esa época había un debate en donde todo lo mestizo era considerado arte y lo indígena en cambio era artesanía, así que tocó reivindicar la categoría de arte y también de nuestras comunidades. También he trabajado en el tema de la alfabetización bilingüe en lo que corresponde a la investigación sobre la cultura Kichwa, actualmente vinculado a la universidad Andina Simón Bolívar con las cátedras de los temas de cultura e interculturalidad y también en el tema de comunicación intercultural.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

Bueno, eso ha sido una cuestión como lo suelen decir que se lleva en la sangre, sobre todo nuestros mayores, hablando de nuestros abuelos y padres, son la generación que han mantenido muy fuerte esta herencia de lo que se ha venido denominando mindalaes. Es histórico porque las crónicas españolas hablan de la presencia de los

mindalaes en la época del incario, también en el incario han estado presentes y luego en la República; algo que las nuevas generaciones debemos aprender es que nuestros padres conscientes de su situación, pudieron vencer al Estado o a la sociedad, por qué gracias a su propio esfuerzo lograron superar la opresión y explotación. Ellos simplemente explotando su tradición y sabiduría respecto al comercio, ellos fueron muy emprendedores; gracias a él esto nosotros podemos constatar una mejora de la economía y ser casi siempre independiente, a cualquier país que ellos viajaban no se iban a buscar trabajo sino que iban a generar trabajo o en su defecto se lo inventaban.

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

Creo que hay muchas experiencias interesantes, la generación de nuestros abuelos y nuestros padres por ese mismo carisma de ser autogestionarios y diplomáticos; a cualquier país que ellos iban ya sabían como funcionaba, eran muy buenos lectores porque para ellos era muy importante leer la prensa ver la parte política y económica para saber cuál es el pulso político del país y en la parte económica para saber también qué país tiene la moneda más fuerte y de esta manera ellos planeaban sus viajes, los viajes nunca eran improvisados, era importante el tema político para saber si en dicho lugar había estabilidad y poder vender de manera tranquila. Siempre ellos se han acercado a las embajadas, centros culturales y alcaldes con el fin de obtener permisos para la venta, si esto no ocurría ellos tenían que arriesgarse de igual manera y saber los movimientos, por eso ellos desarrollaron formas de instalarse en el caso llegar a la policía y así poder llevarse todo de manera rápida. Creo que esas experiencias en la medida que uno va conociendo mejor el sistema y comprendiendo que una manera de amarrarse al país era tener hijos en el país de destino, sabían que había posibilidades de la doble nacionalidad, eso les aseguraba la permanencia indeterminada. Hay que recalcar que ellos eran muy visionarios, la generación después del 90 la mayoría se dedicaba a realizar música en las calles y esto les ayuda a conocer más nuevo de espacios, las personas Kichwas siempre han sido muy inquietas y audaces. Poco a poco esas personas van abandonando la calle como consecuencia de la competencia, pero van logrando abrirse espacio en otros lugares como bares, teatros o en festivales; han sido generaciones que conscientes de que si se cierra una puerta hay una puerta que se puede abrir o ventanas en donde se puede generar una nueva gestión, esto les ha permitido ir desarrollando nuevas estrategias.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto importante dentro de la sociedad Kichwa?

Creo que en Otavalo podemos notar los giros que se han generado en estos tiempos, en los inicios se llegaba a los niveles de vender en los zaguanes de las casas y en los mercados, poco a poco llegando a alquilar un local, también eran vistos como sitios populares. En este tiempo podemos notar cambios que vienen acompañados por estos aprendizajes de afuera, ya sea Estados Unidos o Europa. Esto ayuda a que el precio sea justo, un precio en donde se note la ganancia y en donde se pierde el miedo a que por ser un local indígena la gente no entre. Creo que hemos dado pasos importantes, tanto de la experiencia local, ya que implicado una lucha cultural y política pero también a nivel de lo que es internacional experiencia, experiencia y vivencias que tenido la gente.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

Creo que estamos en un punto en donde vamos a vivir una nueva experiencia, el otavaleño siempre ha sido muy pragmático y entonces tiene que aprovechar lo que le permita ganar algo más, al inicio los artesanos llevaban

productos de algodón desde el Ecuador, pero cuando descubren la producción China, que son algo similares a nuestros productos ellos ya comenzaron a comprar allá, le resultaba más barato como en el tema de las pulseras. Creo que en la medida que las nuevas generaciones están estudiando diseño, tienen estas nuevas habilidades, en estos tiempos seguirá dando y aportes en donde se junte lo universal con el local o andino, lo importante creo que es que los artistas o diseñadores y músicos cada vez hagan conciencia de qué la matriz de la cultura de la andina no debe perderse. Necesitamos que las nuevas generaciones reflexionen y se hagan la pregunta de ¿por qué razón no hemos desaparecido?, conscientes de la época colonial y republicana fue inhumana y violenta, sin embargo, la cultura Kichwa sigue presente y esto se debe a que es una cultura fuerte.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena es una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados? Creo que es una fortaleza debido a que nuestros padres sabían de sus tradiciones y siempre las han aplicado en los diferentes aspectos que la vida les ha ofrecido, creo que los diferentes adornos en las casas de los indígenas deberían tener elementos de la propia fibra, las artes deberían tener matrices andinas, esto hay que irlo trabajando y hay una fortaleza cultural fuerte de lo que es ser parte del mundo Kichwa

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos? Estamos estancados, poco a poco comienzan aparecer jóvenes diseñadores, entonces yo creo que los mayores hicieron su parte; una población que tiene de tradición ser comerciante, el objetivo es ganar y entonces tienen que buscar fórmulas que les permitan ganar como en el caso de los artesanos en la plaza de ponchos ellos manejan la idea de productos chatarra, estos productos normalmente duran unas dos o tres puestas y en ese sentido se va perdiendo y sacrificando la calidad. Entonces creo que las nuevas generaciones hay que pensar entre los elementos culturales y la visión que antes había en los Andes y saber manejarnos con la modernidad y globalización. Hay que saber moverse en medio de una sociedad de consumo global importante, creo que las herencias culturales y los elementos reproducción que tiene nuestro pueblo hay que aprovecharlos sin que perdamos presencia y seguir desarrollándolos.

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón? Nuestra población fue muy hábil en aprovechar lo que le ofrece el sistema, por una parte, han mantenido la comunidad. La gente que viajo se caracterizó por el interés en conocer sobre la parte política y económica. La población indígena se caracterizó por aprovechar los elementos y productos artesanales como por ejemplo los ponchos que compraban a \$20 y revendí en el extranjero a 120, al obtener ganancias con estos márgenes comienzan a comprar propiedades y prosperar económicamente.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los último años? Cuando comienza el auge de los viajes alrededor del año 90 muchos de los jóvenes que estaban estudiando abandonan los estudios y se dedican al comercio y a la música, estas generaciones que van volviéndose mayores comienzan a pensar y madurar pensando en el futuro para sus hijos y entonces como ya han logrado mejorar su situación económica piensan que el estudio es una manera para sobresalir intelectualmente y darle una mejor educación a sus hijos.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional? Creo que hay que ir fomentando la idea de la creatividad y originalidad, eso también aprendiendo de nuestros ancestros sus antiguas técnicas, creo que las nuevas generaciones deben exigirse la originalidad y esa originalidad tiene que inspirarse de los elementos andinos y todos los aportes que tenemos en todos los Andes.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

Hace años en el país la misma población mestiza solía decir qué más que el nombre de Ecuador en el extranjero se conocía el nombre de Otavalo, esto debido a que los indígenas viajaban por todo el mundo. El progreso económico es bueno, pero eso ha generado también mucha arrogancia y mucha vanidad y ego, entonces creo que eso hay que superar como población indígena y recuperar ese espíritu comunitario de apoyarse y ayudarse.

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años

El gran reto que tenemos es perder el miedo y vergüenza hablar nuestra lengua, ese es el principal reto porque las nuevas generaciones todos reivindica su legado Kichwa pero están dejando de lado el principal aspecto que es el idioma. Esto permitiría reafirmar más la identidad Kichwa y la idea de qué somos un pueblo indígena ancestral.

Anexo 12. Entrevista Tnlgo. Luis Matango

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Negocios y Comercio Internacional

ENCI

Carrera de Comercio Internacional

INSTRUMENTO PARA LA ENTREVISTA A EXPERTOS EN EL TEMA DEL COMERCIO EN LOS PUEBLOS KICHWA Y EXPERTOS EN TEMA DE. GLOBALIZACIÓN

Objetivo: Identificar estrategias para poder promocionar los productos de la cultura Kichwa Otavalo

Nombre del entrevistado: Tnlgo. Luis Matango

Empresa o institución a la que pertenece: Empresario Kichwa

1.- Por favor, podría hablar sobre su experiencia profesional o en el campo laboral?

Muy buenas tardes, primeramente durante el viaje inicié como músico y fui experimentando en el campo comercial y difundiendo nuestra cultura con la venta de artesanías. En la actualidad soy un empresario indígena, realice diversos tipos de empresas a lo largo de los años como la importación de productos provenientes de Ecuador, empresa de transporte y logística y eventos.

En el aspecto profesional yo me especialicé en una tecnología en manipulación de alimentos en Italia y también una tecnología en agronomía.

2.- ¿Históricamente como se ha ido involucrando el pueblo Kichwa en el comercio?

En mi opinión, el pueblo Kichwa se ha ido involucrando en el comercio realizando viajes en el exterior; proponiendo nuestras artesanías y nuestra cultura en países extranjeros. Un elemento que impulso el involucramiento fue la música, hace muchos años atrás la mejor forma para conocer un país y su mercado era ser músico andino, este proceso hizo que muchos indígenas se vayan involucrando en esto que hoy en día conocemos como comercio.

3.-¿Cuál es su visión con respecto a la evolución del comercio dentro de la población Kichwa?

En mi criterio el pueblo Kichwa ha ido evolucionando, los cambios obtenidos a raíz de los viajes han abierto la visión de arriesgarse a diferentes tipos de comercio. Obteniendo un resultado positivo en el aspecto económico. En el ámbito empresarial, muchos viajadores han comenzado a emprender en negocios nuevos y con un enfoque más arriesgado, es decir, los conocimientos que obtuvieron en sus viajes los aplican dentro de Otavalo.

4.- ¿En la actualidad ser un comerciante o artesano indígena, qué impacto importante dentro de la sociedad Kichwa?

Es muy importante, la gente nos ve como unos emprendedores respetados dentro de la sociedad Kichwa, dentro y fuera del país.

5.-¿Usted ha notado un cierto cambio dentro del contexto del comercio de los productos indígenas a lo largo de estos años? ¿Cuál cree usted que son las principales razones?

Si ha existido cambios de productos, esto se produjo por las dificultades que poco a poco afectaron directamente al comerciante tradicional y lo obligaron a innovarse con tal de generar algo de dinero. Si bien se podría tomar como una pérdida cultural, no se tiene que criticar esta innovación que trajo una bonanza económica y mayor crecimiento social dentro de la sociedad Kichwa.

6.- ¿Considera usted a la cultura indígena es una fortaleza que le da un valor agregado a los productos elaborados? Según mi opinión es algo importante, esto debido a que los compradores hoy el día ven el precio y la calidad sin fijarse en su origen. El origen hoy en día se lo podría tomar como un aspecto secundario, si no existe una buena calidad los compradores no van a estar interesados en consumir nuestros productos.

7.- ¿Por qué razón usted cree que ciertos artesanos u comerciantes se rehúsan a innovar sus productos?

No se rehúsan a innovar, pero la falta de economía y tecnología impide que los productos sé mejores y se sigan innovando.

Al tener maquinarias para mejorar los procesos de materia prima, los artesanos Kichwa pudieran cambiar su catálogo de productos y maximizar recursos para reducir los costos y ofrecer mejores precio al publico.

8.- ¿Considera usted que la globalización y el comercio internacional son un pilar fundamental para un correcto desarrollo comercial y económico dentro de la sociedad Kichwa? ¿Por qué razón?

Yo considero que son pilares fundamentales, la globalización ayudaría a importar productos y maquinarias y así obtener mayor calidad de productos y rentabilidad.

En cambio, la globalización acompaña el proceso de crecimiento de producción y exportación si se la aplica de una manera sabia y tomando en cuenta los acuerdos comerciales que existen entre los demás países.

9.- ¿Conoce usted si existe un incremento de los jóvenes Kichwa con título universitario en los últimos años?

En mi punto de vista, he observado un incremento de personas jóvenes Kichwa profesionales, esto hace que se logre un cambio dentro y fuera de la sociedad Kichwa. La nueva generación de estudiantes Kichwa es fundamental para dirigir en un futuro las empresas que hoy en día son de sus padres, pero que en un futuro serán de ellos; los nuevos conocimientos acompañados del capital ya existente van a impulsar más negocios y un mayor desarrollo económico.

10.- ¿Cuál es su sugerencia para mejorar el porcentaje de ventas de las artesanías dentro del mercado internacional?

Mi sugerencia sería producir con una calidad media acompañada por un precio bajo, pero en volúmenes de venta altos. Al vender en cantidades mucho más elevadas, pero con una rentabilidad menor, los clientes minoristas se beneficiarían dentro y fuera del país. Como mencione anteriormente, las nuevas tecnologías ayudarían en este proceso y se alcanzaría a cubrir la demanda que el mercado internacional pide, el capitalismo según mi punto de vista es el sistema que favorece este tipo de procesos y ayuda a que las economías como la nuestra se sigan desarrollando.

11.- ¿Qué beneficios o logros ha alcanzado el pueblo Kichwa con su presencia en el extranjero?

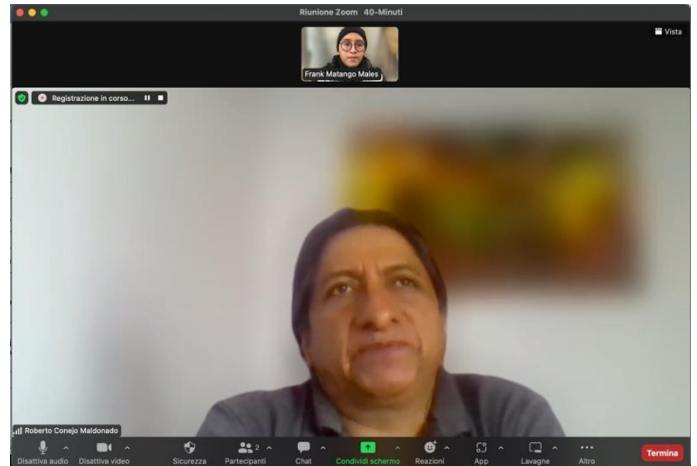
El beneficio que obtuvo el pueblo Kichwa fue en la mejoría de la economía y también en el aspecto político y cultural. Haciendo conocer nuestro país no tan reconocido a lo largo del mundo. En el aspecto económico, es muy fácil observar lo que se logro si se lo compara con las demás etnias indígenas que existen en el Ecuador.

12.- ¿Cómo cree que la cultura indígena Kichwa Otavalo se irá desarrollando en el ámbito social, económico y político en los próximos 10 años?

En mi parecer el pueblo Kichwa en los próximos 10 años se irá desarrollando gracias a la ayuda de los jóvenes profesionales que llevan experiencia y conocimiento para mejorar la sociedad indígena.

También en el aspecto económico se verá un cambio gracias al comercio internacional y los nuevos procesos, favoreciendo la exportación e importación de productos.

Foto 1. Evidencias fotográficas entrevistas Ariruma Kowii y Roberto Conejo 2022

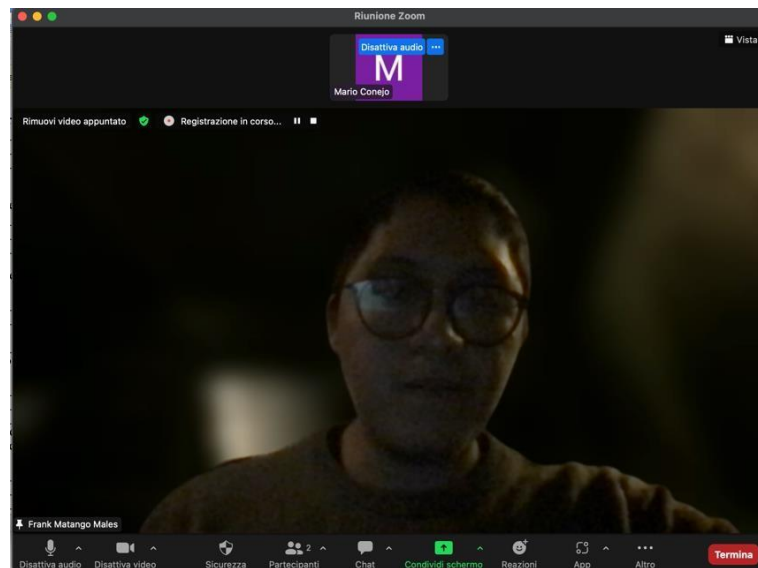


Elaborado por: El autor

Foto 2. Evidencia fotográfica entrevista Rosa Albancando, Dr. Daqui Lema y Dr. Felipe Lema 2022



Foto 3. Evidencia fotográfica entrevista Ing. Andrés Tabango y Mario Conejo 2022



Elaborado por: El autor

Foto 4. Evidencia fotográfica encuestas realizada en la Plaza de Ponchos 2022

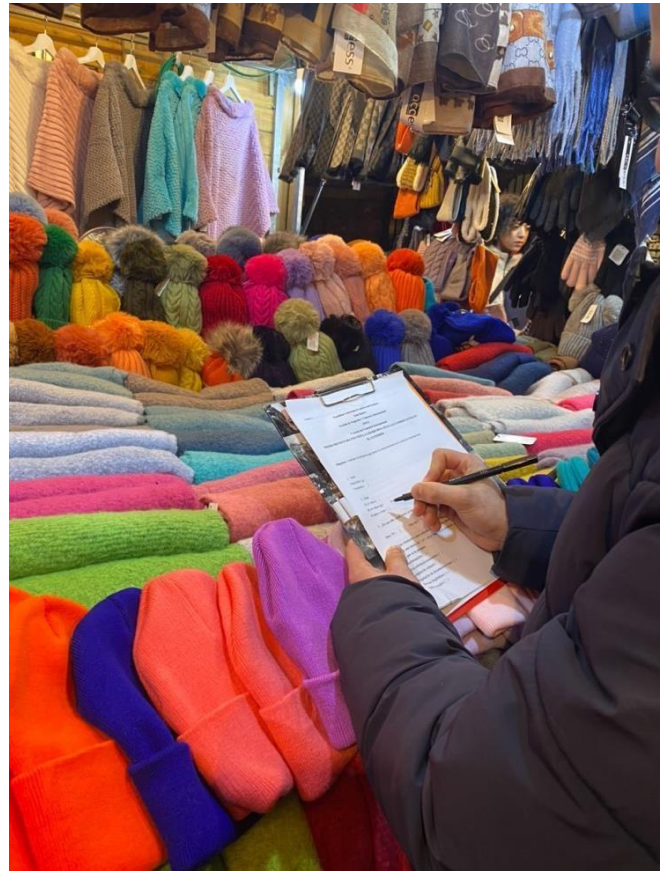






Elaborado por : El Autor

Foto 5. Encuestas realizadas en Bélgica e Italia a comerciantes Kichwa 2022







Elaborado por: El autor