



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

PROYECTO FINAL

TEMA:
“IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES REALIZADAS POR
MINDALAES, EN EL CANTÓN OTAVALO.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

NEGOCIACIONES INTERNACIONALES E. 1

AUTOR: CÁCERES MORALES SAIRE

ASESORA: MGS.ANDRRADE ORTEGA ESTHELA ALFONSINA

IBARRA, ENERO – 2020

Ibarra, 20 de enero del 2020

Mgs. Andrade Ortega Esthela Alfonsina

ASESORA

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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alfonsina Andrade Ortega', is written over a faint, illegible stamp or background.

(f)

Mgs. Andrade Ortega Esthela Alfonsina

C.C.: 100215864-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

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



(f):

Mgs. Andrade Ortega Esthela Alfonsina

C.C.: 100215864-8



(f):

Mgs. Bejarano Muñoz Yolanda Liliana

C.C.: 100200693-8



(f):

Mgs. Racines Cabrera Alba del Pilar

C.C.: 171152762-0

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

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

Ibarra, 20 de enero del 2020



f):

Saire Cáceres Morales

C.C.:1003549654

AUTORÍA

Yo, Saire Cáceres Morales, portador de la cédula de ciudadanía N°1003549654, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posible reclamos o acciones legales.



f):

Saire Cáceres Morales

C.C.:1003549654

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: Saire Cáceres Morales, con CC:1003549654, autor del trabajo de grado intitulado “Impacto de las actividades comerciales realizadas por mindalaes, en el cantón Otavalo”, previo a la obtención del título profesional de “Ingeniero en Negocios y Comercio Internacional”, en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional “ENCI”

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad 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 de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 19 de enero de 2020



.....
Saire Cáceres Morales

C.C.:1003549654

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios, por darme salud y haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida, también se la dedico a mi familia en especial a mi padre Joaquín Cáceres y mi madre Zoila Morales, por el apoyo brindado y por su constancia en la labor de educarme en todo el trascurso de mi proceso de formación académica.

A la familia, que ha sido el pilar fundamental para el proceso de desarrollo del proyecto, brindándome su apoyo y cariño incondicional acompañado de consejos que me ayudan a crecer en el campo laboral así como también en lo personal.

A mi hermano, por estar siempre apoyándome y dándome ánimos para superar cualquier obstáculo.

De igual manera, a mi asesora de tesis, que gracias a sus conocimientos, consejos y su valioso tiempo he podido culminar con mi proyecto de investigación; a los docentes quienes con su enseñanza me han ayudado a crecer de manera profesional y personal. Gracias a todos quienes conforman la PUCE, por su paciencia, arduo trabajo y dedicación.

Por último, gracias a quienes me acompañaron en el camino de mi formación profesional, por la amistad brindada y el apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador “Sede Ibarra” y la Escuela de Negocios y Comercio Internacional, por el aprendizaje y la enseñanza durante el transcurso de mi carrera universitaria, por la alta calidad de docentes que me supieron brindar su sabiduría y conocimiento.

A mi asesora del siguiente trabajo de investigación, Ing. Andrade Ortega Esthela Alfonsina, quien me supo guiar en el transcurso de mi investigación aclarando mis dudas para así poder culminar mi proyecto y hacer posible esta investigación.

A las Asociaciones UNAIMCO y a los comerciantes de la localidad quienes brindaron sus opiniones para el planteamiento y la solución de la problemática, a los funcionarios y trabajadores de la Casa de Turismo de Otavalo.

También a todos quienes contribuyeron con la investigación en especial a los pequeños y grandes comerciantes del cantón Otavalo quienes no dudaron en aportar información para la solución de la problemática planteada en la investigación y además por la contribución de la perspectiva acerca del comercio en la localidad desde un punto cotidiano y real. Por último agradezco a Dios, quien me dio la oportunidad de contar con todos quienes me rodean, brindándome su apoyo incondicional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICA:.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA	v
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Variables diagnósticas	3
Variable independiente.....	3
Variable dependiente.....	3
ESTADO DEL ARTE	4
Estado de la cuestión y marco conceptual.....	6
1.1.1. Estado de la cuestión.....	6
Marco conceptual	7
1.1.2. Globalización	7
1.1.3. Comercio	9
1.1.4. Tipos de migración.....	17

1.1.5. Migración y cambio cultural del pueblo indígena de Otavalo.....	18
1.1.6. Indígenas	22
MATERIALES Y MÉTODOS.....	26
1.1.7. Mecánica Operativa “ Población y Muestra de artesanos del Mercado Centenario”.....	27
1.1.8. Comerciantes.....	27
Resultados.....	32
1.1.9.....	59
1.1.10. Entrevistas aplicadas	59
Discusión.....	72
PROPUESTA.....	79
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXO.....	89
JUSTIFICACIÓN.....	129
ESTADO DEL ARTE.....	131
OBJETIVOS.....	149
1.1. Objetivo General	149
1.2. Objetivos Específicos.....	149
HIPÓTESIS.....	149
5.1 VARIABLES.....	150
5.1.1 Variable independiente.....	150
5.1.2 Variable dependiente.....	150
5.2. Índice.....	151
CAPÍTULO I ESTADO DEL ARTE.....	151
METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	152
Conclusión.....	157

RECURSOS.....	157
RELEVANCIA SOCIOECONÓMICA.....	158
PLANIFICACIÓN TEMPORAL	160
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Identificación de la población.....	27
Tabla 2 Entradas de extranjeros por país de procedencia hacia el Ecuador	28
Tabla 3 Turistas que visitaron Otavalo	29
Tabla 4 Tabla de turistas que ingresan a Otavalo	29
Tabla 6 Identificación de género de personas encuestadas.....	42
Tabla 7 Rango de edades	43
Tabla 8 Línea de negocio.....	44
Tabla 9 Clientes	45
Tabla 10 Disminución en ventas.....	46
Tabla 11 Disminución en ventas bajo el crecimiento de vendedores	47
Tabla 12 Disminución en ventas bajo la migración de otavaleños	49
Tabla 13 Porcentaje de disminución en ventas	50
Tabla 14 Principales motivos para la disminución en ventas	51
Tabla 15 Efecto negativo del Mindalae en el comercio.....	53
Tabla 16 Beneficiarios	54
Tabla 17 Motivos para la disminución de compradores	56
Tabla 18 Disminución en ventas por ingreso de nuevos productos.....	57
Tabla 5 Identificación del flujo comercial que existe en el cantón Otavalo.....	69

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Identificación de género de personas encuestadas	42
Figura 2 Rango de edades	43
Figura 3 Línea de negocio	44
Figura 4 Clientes	45
Figura 5 Disminución en ventas	46
Figura 6 Disminución en ventas bajo el crecimiento de vendedores.....	48
Figura 7 Disminución en ventas bajo la migración de Otavaleños.....	49
Figura 8 Porcentaje de disminución en ventas.....	50
Figura 9 Principales motivos para la disminución en ventas.....	52
Figura 10 Efecto negativo del mindalae en el comercio.....	53
Figura 11 Beneficiarios.....	55
Figura 12 Motivos para la disminución de compradores.....	56
Figura 13 Disminución en ventas por el ingreso de nuevos productos.....	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo I: Lista de integrantes de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo	89
Anexo II: Formato de Entrevista al director de la UNAIMCO.	107
Anexo III: Formato de Entrevista a comerciantes del mercado Centenario	109
Anexo IV: Formato de Encuesta a comerciantes del mercado Centenario.....	111
Anexo V: Turistas que ingresaron a Otavalo	114
Anexo VI: Ingreso de extranjeros en el Ecuador	117
Anexo VII:Ingresos económicos al cantón por actividades realizadas.Año 2010.....	118
Anexo VIII:Censo del 2001 Población económicamente activa (comercio).....	119
Anexo IX: Plan de trabajo de titulación.....	120

RESUMEN

A lo largo de la historia, se ha podido observar la peculiaridad del personaje Mindalae en el cantón Otavalo, para lo cual se procede a realizar un estudio sobre el actuar y la influencia que tiene en el lugar en donde se encuentra, por lo que se tomó en cuenta diferentes aspectos para su estudio, aportando con nuevos contextos e investigaciones sobre los migrantes otavaleños en su comercialización.

El oficio que adoptaron para su crecimiento y desarrollo personal familiar así como, de su pueblo en general, dentro del mismo contexto también se analizará la diáspora de la población indígena migrante, teniendo como consecuencia los cambios que se presentarán en la demografía indígena, tomando en cuenta que los Mindalae fueron conocidos como un grupo de elite que a diferencia de otros grupos merecían un trato especial por parte de los conquistadores españoles ya que fueron ellos quienes estuvieron libres del pago de tributos por su gran desempeño y la ayuda que realizaban con la comunidad y el progreso del mismo, también influyó la ideología del liberalismo económico lo cual dio paso al nuevo indígena Otavalo a emprender nuevos rumbos y realizar negociaciones desde un punto de vista no solo regional, sino también con el resto del mundo.

Para la ejecución de la investigación se realizó una revisión bibliográfica, análisis de documentos y de fuentes estadísticas ejecutadas por medio de un método analítico, permitiendo aproximaciones a las particularidades y el aporte de la producción artesanal para el desarrollo turístico, además se analizaron los factores culturales que dan como peculiaridad al Kichwa Otavalo para lograr una influencia económica a través del éxito de sus artesanías y del comercio por medio de la inversión en maquinaria moderna, tecnología de la comunicación, infraestructura y turismo, lo que ha provocado cambios en las condiciones de vida de esta población.

El beneficio tras la investigación es obtener el mayor conocimiento sobre la repercusión del indígena Otavalo en las actividades comerciales, es necesario realizar la investigación para así obtener un panorama claro sobre los acontecimientos que se suscitan en el campo comercial del indígena Mindalae, además se podrán implementar nuevas estrategias siempre y cuando estas actividades estén afectando al comercio regional, también

se verán beneficiadas las entidades quienes se encuentren dentro de este campo comercial, además se llegó a analizar cómo es el proceso artesanal y su influencia en el desarrollo turístico de la nacionalidad Kichwa Otavalo en la provincia de Imbabura, Ecuador.

Palabras clave: Kichwa - Mindalae - indígena – comercio

ABSTRACT

Throughout history it has been observed, the peculiarity of the mindalae character in the Otavalo canton, for which we proceed to carry out a study on the act and the influence it has in the place where it is located, so it Ask for different aspects, for your study, contributing with new contexts and research on Otavaleño migrants their difficulties.

The job he will adopt for his personal growth and family development as well as, for his people in general within the same context, the diaspora of the migrant indigenous population will also be analyzed, resulting in the changes that occur in indigenous demography taking into account that the Mindalae were known as an elite group unlike other groups merely a special deal by the Spanish conquerors, they were free from paying taxes for their great performance and the help they made with the community and its progress also, it influenced the ideology of economic liberalism which, gave way to the new indigenous Otavalo to undertake new directions and carry out actions from a not only regional point of view but also with the rest of the world.

For the execution of the research, a bibliographic review, analysis of documents and statistical sources carried out by means of a specific analytical method, approximations to the particularities and the contribution of artisanal production for tourism development were also analyzed, as well as the cultural factors that give as peculiarity to Kichwa Otavalo to achieve an economic influence through the success of its crafts and trade through investment in modern machinery, communication technology, infrastructure and tourism, which has caused changes in the living conditions of this population.

The benefit after the investigation is the greater knowledge about the impact of the indigenous Otavalo in the commercial activities, it is necessary to carry out the investigation in order to obtain a clear overview of the events that take place in the commercial field of the indigenous mindalae. sie Also, when these activities are affecting regional trade, the entities that are within this commercial field will also benefit. The influence of the artisan process is also influenced by the tourism development of the Kichwa Otavalo nationality in the province of Imbabura Ecuador

Keywords: Kichwa - Mindalae - indigenous – commerce

INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación tiene como fin llegar al análisis migratorio y comercial existente y por ende sus consecuencias, además se llegará a conocer el motivo por el cual están siendo afectadas sus ventas, principalmente de productores y comerciantes quienes distribuyen sus productos en el exterior también a un nivel local. El objetivo de esta investigación es conocer los movimientos migratorios del indígena Mindalae, para así poder identificar la problemática que está afectando al comercio local tras el flujo migratorio. Además es objeto de estudio el indígena Otavaleño, ya que es considerado por su trayectoria como un nato comerciante y un hábil proveedor.

Se buscará profundizar el impacto que tiene el Otavaleño en el comercio local, de cómo influye en la comercialización de productos al realizar sus actividades cotidianas. El beneficio a obtener es el conocimiento de las causas que están afectando al comercio local y, por ende, a la economía de ciertos grupos sociales. La investigación es necesaria para poder implementar nuevas estrategias de venta o comercialización siempre y cuando estas actividades estén afectando al comercio regional, se verán beneficiados las entidades quienes se encuentren en la región donde sean ejercidas estas actividades comerciales. También se llegará a comprender las actividades que están afectando al comercio local, para así poder actuar de una manera adecuada y poder tomar decisiones que ayuden al progreso económico con la ayuda de capacitaciones frente a las problemáticas que existan en la investigación, se obtendrá un fortalecimiento en las debilidades de la actividad comercial del Mindalae otavaleño.

La problemática que se efectuará en el estudio será, cómo el indígena otavaleño influyó en los cambios culturales, comerciales y económicos de la región en donde se sitúa, tras la investigación se busca llegar al análisis y al entendimiento de cómo una cultura puede afectar al comercio local por medio de prácticas ancestrales y su peculiar forma de vivir, se llegará a la investigación del boom comercial y migratorio del otavaleño, de cómo afectó esta práctica milenaria en su cultura ,costumbres e incluso, en su política y economía a nivel local , ya que con el surgimiento de nuevas elites de comerciantes indígenas en el exterior trajo consigo un acelerado cambio por nuevas adquisiciones de conocimientos, también

como la influencia de diferentes culturas a la hora de realizar negocios o intercambios comerciales alrededor del mundo.

Finalmente, se obtendrán varias conclusiones basándose en la información recolectada en el proceso de la investigación que permitirán analizar y sintetizar la problemática existente en el cantón Otavalo por medio de un método analítico, el cómo está incidiendo en su economía tras una expansión económica a nivel local, por este motivo la presente investigación se basará en el actuar del Mindalae otavaleño y las incidencias que atraen sus actividades diarias, con el cual, se asignaron varias recomendaciones para una mejor ejecución en el campo comercial y laboral del indígena otavaleño.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar el análisis de la influencia Mindalae (otavaleño) sobre el impacto comercial del cantón Otavalo, para la regeneración del comercio local.

Objetivos Específicos

- Analizar la influencia del hombre Mindalae en el mercado local.
- Identificar los elementos que han llevado al declive del comercio en el cantón Otavalo.
- Observar el comportamiento del mercado local del cantón Otavalo, en relación a la intervención y comercialización del Kichwa otavalo.
- Diagnosticar la situación actual de los artesanos bajo parámetros comerciales y culturales tras la incidencia del comerciante Mindalae.
- Desarrollar nuevas propuestas para la reactivación del comercio local.

Variables diagnósticas

Variable independiente

La variable independiente de la presente investigación, se basa en el comportamiento del mercado bajo las fluctuaciones que ocurren en el mismo.

Variable dependiente

Con el análisis de los diferentes factores que inciden en el comportamiento del mercado se llegará, a la determinación del por qué ocurren estos cambios en el mercado local.

ESTADO DEL ARTE

El cantón Otavalo se localiza en la provincia de Imbabura a 90 Km del norte de Quito la capital del Ecuador, esta región se caracteriza por la existencia de algunos grupos étnicos como los Otavalo quienes están dedicados al oficio comercial acompañados por una gran habilidad para el intercambio, producción y distribución de productos especialmente artesanales. La mayoría de sus habitantes están dedicados y vinculados con este tipo de negocios ya que es el principal fuente de ingreso económico para sus familias, gracias a esta actividad el indígena otavaleño ha formado un estilo de vida entorno a la comercialización. (Miras, 2015)

Para Meisch (2002), menciona lo siguiente:

Este grupo indígena ha logrado, éxito económico especialmente después de la década de los años 70, gracias a su habilidad para situarse como “empresarios”, dedicados al comercio de artesanías, especialmente de textiles y también como intérpretes de música folclórica. Esta forma de inserción en el mercado condujo a los indígenas Otavalo, a una “aventura” transnacional que los ha llevado a comercializar sus productos en los otros países de América Latina, Estados Unidos, Canadá y Europa convirtiéndolos en “empresarios transnacionales”. (pg.2)

El empresario indígena tiene como base de producción, a la familia y las comunidades, este tipo de organismos ya sean sociales o de parentesco, lo cual ha contribuido en el crecimiento económico del indígena kichwa de Otavalo. Ha considerado expandir sus lazos comerciales hacia el exterior en busca de nuevas oportunidades y crecimiento comercial, ocasionando la saturación de productos en el extranjero así, también como la pérdida de identidad en sus productos lo cual ha llegado a ser un factor fundamental para la disminución de sus ventas. Uno de los reconocimientos que ha obtenido el indígena Otavalo, es debido a su masiva migración en el mundo que forma parte del estilo de vida, su identidad se basa en el kichwas Mindalae, lo que ha llevado a su pueblo a la distribución de productos artesanales siendo protagonista de su propio declive, ya que ha llegado a ser mucho más fácil obtener el mismo producto en el extranjero sin la necesidad de viajar a otros sitios en busca de ellos, provocando así una disminución de afluencia extranjera en las calles del cantón afectando directamente al comercio y a las familias quienes sobreviven por medio

de la venta y distribución de productos elaborados en los pueblos que se encuentran a costados de Otavalo.

La diáspora migratoria ha llevado al otavaleño a la pérdida de identidad y la inclusión de nuevas prácticas en la elaboración de productos artesanales, haciéndolos menos demandados en el mercado internacional. (UNESCO, 2017)

Mientras ha evolucionado la dinámica del comercio por implementación de nueva tecnología y nuevas formas de realizar comercio, se ha podido analizar el pro y el contra que conlleva esta actividad. La apertura de nuevos mercados ha sido indispensable para la problemática que hoy en día existe en el cantón, ya que se ven beneficiados ciertas elites o pequeños grupos que han logrado conquistar estos mercados internacionales, lo cual han afectado al comercio local inclusive al turismo.

La diáspora cultural que se originaron en el transcurso de estos años incidió con gran relevancia al Kichwa Otavalo, a su forma de vida y a su hibridación cultural con la de otros pueblos y la adquisición de nuevas prácticas y costumbres, lo que resultó en un intercambio cultural, que dio paso a la pérdida de esencia en aspectos artesanales en el pueblo Kichwa Otavalo, llegando al punto en el que el indígena de antes es muy diferente al que existe en la actualidad por la falta de identidad y pérdida de costumbres propias de la región.

Es necesario analizar este fenómeno ya que la masiva emigración fue un factor fundamental para el intercambio cultural y el aprendizaje de nuevas técnicas de producción lo cual influiría en el producto final de la localidad de los Otavaleños a consecuencia de la crisis política y económica que existió en el Ecuador en el año dos mil ocasionando la gran diáspora migratoria de la población ecuatoriana hacia el exterior, entre dicha población se encontraban los indígenas kichwa Otavalo.

Con respecto al marco legal que justifique la investigación se llegó a tomar en cuenta que el proyecto estará enmarcado a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 en concordancia al Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad; con el objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria; por medio de este eje se busca poder reactivar la industria y el comercio a nivel nacional. En conformidad a este lineamiento se procede a realizar la

investigación bajo la problemática existente que al estar inmersa en este campo laboral estaría afectando a este eje del Plan Nacional de Desarrollo puesto que busca conocer el factor principal el cual está causando la disminución en las ventas y en el comercio, y por lo tanto afectando a la productividad de la localidad.

Estado de la cuestión y marco conceptual

1.1.1. Estado de la cuestión

Acerca de las actividades comerciales realizadas por Mindalae en el cantón Otavalo, se han obtenido algunos aportes desde un punto de vista social económico, expansión migratoria y consiguientemente todos los resultados obtenidos por estos fenómenos tras las actividades comerciales realizadas por este grupo social. A continuación, se reseña algunos aportes con mayor relevancia para el estudio ya señalado anteriormente, uno de los aportes que tiene mayor relevancia se encuentra dado por Gabriel Morales, (2013), quien analiza la incidencia comercial del Mindalae en el cantón Otavalo, dándole un enfoque cultural artesanal y económico, observando las virtudes y las consecuencias que contrae la comercialización de los indígenas otavaleños, principalmente enfocándose en el marco económico, ya que tras esta investigación se observa la influencia en la actividad comercial en las fluctuaciones económicas y el poder adquisitivo de los mismos ciudadanos. En esta perspectiva añade Estrada, (2016), en su libro Comercio Exterior y Negocios Internacionales, en el cual refiere al comercio internacional y local como la actividad con mayor trascendencia a lo largo de la historia con mayor contribución en economías regionales, locales e inclusive mundiales, remitiendo en la introducción del comerciante artesanal en mercados mundiales.

En vista al crecimiento socioeconómico al que se refieren los autores mencionados existe otra posición de gran relevancia, Haro R, (2017), quien enfatiza al comerciante transnacional como un factor fundamental para el ejercicio comercial entre países y localidades al que se refiere en la investigación realizada por el autor : Causas y efectos de la movilidad humana.

Una posición similar es acogida por la CEPAL, (2014), en el estudio del desplazamiento entre regiones y ciudades, afirma que el 80% de quienes viven en ciudades en su mayoría son personas que han sufrido algún tipo de desplazamiento migratorio desde

asentamientos rurales, todo esto causando transformaciones en la sociedad; otro aporte importante es el de Gabriel Morales, (2013), frente a la movilidad humana y la comercialización, se refiere a que es el estudio de las nuevas modalidades que adquieren los Otavaleños que intervienen en el crecimiento y la disminución de factores que se dan por el efecto migratorio de los pueblos indígenas, mientras que desde otra perspectiva, Ordóñez Juan Thomas, (2014), añade que las migraciones de los kichwa Otavalo, crea una población heterogénea. Por otro lado para Ocampo (2002), afirma que la migración está envuelta en un sistema global, no conlleva tan solo el factor económico sino también otros factores como culturales, políticos y sociales de cada pueblo.

Al referirse a las distorsiones y efectos que conlleva el flujo migratorio, la investigación tiene como fin, la amplitud de los temas para de esta manera llegar a un mejor entendimiento sobre las labores comerciales de los Otavalo Mindalae, su trascendencia a lo largo del tiempo, su importancia en la sociedad y el impacto que tiene esta actividad al ver que ciertos grupos emigran afectando a grupos que viven del comercio tradicional, la razón de cómo ha ido evolucionando sus destrezas comerciales tras la globalización.

Marco conceptual

1.1.2. Globalización

En la presente investigación para obtener un conocimiento más claro, se enfatizará al tema global, ya que el objeto de estudio va relacionado a los indígenas otavaleños por el impacto que tienen ciertos grupos sociales quienes logran salir fuera del país incursionando en un sector más amplio a un nivel global buscando obtener mayor poderío económico, entre otros factores que ayuden al crecimiento del Kichwa Otavalo, gracias al ejercicio de una actividad relacionada al comercio internacional que se va dando de generación en generación, todo esto con el fin de llegar a obtener un mayor entendimiento acerca de la globalización, además se tomarán pequeñas reseñas históricas para así entender el surgimiento de globalización.

Según Antonio Ocampo (2002), define que globalización es :

La creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o regional. Aunque no se trata de un

proceso nuevo sus raíces históricas son profundas—, los drásticos cambios en los espacios y tiempos generados por la revolución de las comunicaciones y la información le han dado nuevas dimensiones, que representan transformaciones cualitativas con respecto al pasado. (pg.17)

Según, Ulrich Beck, (2001), manifiesta que es:

La concepción según, la cual el mercado mundial desaloja o sustituye al quehacer político; es decir, la ideología del dominio del mercado mundial o la ideología del liberalismo. Esta procede de manera mono causal y economicista y reduce la pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión, la económica, dimensión que considera asimismo de manera lineal, y pone sobre el tapete (cuando, y si es que, lo hace) todas las demás dimensiones las globalizaciones; ecológica, cultural, política y social solo para destacar el presunto predominio del sistema de mercado mundial. (p.13)

Beck (2001), reconoce como globalización al cambio ideológico por la apertura de nuevos mercados empezando por la independización de culturas y sociedades consiguiendo una liberación de mercados, entre otros aspectos con el fin de alcanzar un crecimiento acelerado gracias a la apertura y liberación de fronteras (pág.14).

Mientras que para, Joseph Stiglitz, (2000), indica a la globalización como: “La búsqueda de un comercio más libre se convirtió en una posición de consenso para los economistas, los comentaristas y la gran mayoría de los políticos dominantes, hasta el punto en que los beneficios del libre comercio parecían obtener una adhesión ciega.”(s.p)

Tomando en cuenta las posturas de los autores, la globalización posee un sinnúmero de dificultades o diferencias a la hora de ampliar o eliminar las fronteras de los países, ya que al introducirse en este tipo de política liberal los países corren el riesgo de ocasionar un problema interno con falta de empleo e introducción de nuevos productos en el mercado, todo esto a causa de esta apertura comercial o global, que ocasiona un desequilibrio comercial y económico entre los países.

La globalización será el factor fundamental donde la comercialización jugará un papel importante para el crecimiento y desarrollo de quienes realicen esta actividad por este medio, por ende, el comercio será indispensable para la investigación, para un mejor entendimiento se tomaron diferentes definiciones que se presentan a continuación:

1.1.3. Comercio

Se definirá como el intercambio de bienes y servicios a cambio de cierto valor económico, se diferenciarán el lugar y modalidad en que se genere el comercio, a continuación las siguientes definiciones por los autores:

Para, Morales E (2013), denomina al comercio como:

“La actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios, que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.” (pg.1)

El entendimiento acerca del comercio es primordial para la comprensión de la siguiente investigación, ya que es la actividad principal ejercida por los autores, objeto de estudio, también se tomará en cuenta al comercio internacional por el impacto que tiene el realizar comercio por esta modalidad, se tomarán en cuenta diferentes definiciones que se presentan a continuación:

Según, Romero (2015), define que:

El comercio mundial ha venido creciendo mucho más que la producción mundial en los últimos treinta años, y el mismo está articulado cada vez más en torno a las cadenas globales de valor. Entre 1980 y 2011, el valor del comercio mundial de mercancías aumentó más de 7 % promedio anual, totalizando los US \$ 18 billones en el último año del periodo. El crecimiento real del comercio de mercancías se multiplicó por cuatro y desde 1980, ha crecido en promedio casi dos veces más que

la producción mundial, por lo que se ha dado un aumento en el "coeficiente de apertura externa" de la economía mundial. (s.p).

El comercio en el transcurso del tiempo, ha sido primordial para el crecimiento económico de las naciones ya que cuenta con un factor fundamental para realizar el dicho avance, el intercambio de bienes y servicios dinamiza la economía de un país , gracias a todo esto en los últimos treinta años se han podido lograr metas o crecimientos que en el pasado no las hubiésemos pensado.

Por otra parte, existe un tipo de comercio el cual se efectúa entre dos o más partes acuñando el nombre de comercio exterior similar al tipo comercial ya antes mencionado, pero con ciertas peculiaridades que se definen a continuación.

Por otra parte, Luis Ceballos (2012), afirma que: “El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito, de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por; normas, tratados, acuerdos y convenios internacionales, entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional (s.p.)”.

Tomando en cuenta las referencias de los autores se entenderá como comercio exterior a transacción que se realice con personajes fuera del país de origen, obligatoriamente intervendrán dos o más países en el comercio exterior o internacional.

A diferencia de la anterior modalidad existe el comercio interior conocido como; comercio local, que se basa en realizar actividades de intercambio de bienes o servicios dentro de un territorio, para un mayor entendimiento de la modalidad ya expuesta, existen diferentes definiciones que se presentan a continuación.

Existen diferentes definiciones para llegar a la comprensión del comercio interior, como lo definen los siguientes autores:

El comercio interno es el que se realiza dentro del territorio de un país, también es llamado comercio interior, comercio nacional o comercio doméstico. Está regido por un conjunto de normas únicas para cada nación, generalmente denominado código

de comercio. (Posada de Herrera, José. Lecciones de administración, INAP, 1988, p.662).

Tomando como referencia al autor, se entenderá como comercio interior a toda comercialización que se efectúe entre personas que se encuentren dentro de un mismo país con la finalidad de obtener un valor económico o monetario, siempre y cuando las partes involucradas estén de acuerdo.

Dentro del comercio interior se encuentra una peculiar manera de realizar dicha actividad, el cual se denomina comercio tradicional o comercio local, el mismo que se define de la siguiente manera:

Existen diferentes definiciones para el comercio tradicional como en las que se menciona a los siguientes autores:

Según, Ayala (2014), “Los comerciantes tradicionales, por su parte no solo tienen menor capital e infraestructura, sino que también son menos proclives a los cambios organizacionales para atender las demandas y necesidades cambiantes de los nuevos segmentos de consumidores (pág. 6).”

El comercio común o tradicional se ha ido posicionando en un segmento de mercado no muy extenso, ya que cuenta con sus propias características a la hora de distribuir y realizar sus ventas muy diferentes al comercio en gran dimensión, este tipo de comercio es fundamental en pequeños lugares, sectores y plazas que no cuentan con un gran capital o grandes distribuidores que ayuden en el ejercicio de comercio entre pueblos o naciones, ya que existe un número limitado de productos que producen una falta de abastecimiento en el mismo mercado nacional lo cual limita al comerciante a extender sus plazas.

Por otra parte, Víctor Manuel (2014), define que: “El comercio minorista tradicional, también conocido como comercio al detalle o al menudeo, se integra por comerciantes que operan en establecimientos con una superficie menor a 75 mts² emplazados en una sola ubicación física y, generalmente venden directamente a los consumidores finales pequeños volúmenes de mercancías en una misma operación comercial (pág.4).”

Al ser un tipo de mercado minorista cuenta con sus propias políticas o lineamientos de venta, por ejemplo; la venta al menudeo a bajos costos con un mínimo de capital en inversiones del negocio, el fin en común de este mercado es lograr un mínimo de ventas para así sostener su tipo de negocio, que tiene características de no poseer gran formalidad como otras empresas ya que no cuentan con el capital suficiente para extender sus oportunidades de mercado.

El comercio tradicional en términos generales es un tipo de comercio, es preferido por la población de bajos ingresos y se integra de las pequeñas tiendas de barrio, los mercados minoristas tradicionales y el sector minorista informal. (Castillo y Curiel, 2014, pág.2).

Tomando como referencia las diferentes interpretaciones de los autores, se puede decir que el comercio tradicional juega un papel importante en la proliferación de personajes relacionados al comercio internacional e interregional persiguiendo un mayor poderío económico para sus familias ya que este tipo de comercio al ser un comercio muy limitado, por lo general se ven involucradas las familias para el funcionamiento de la micro empresa relacionando al personaje Mindalae, si bien es conocido como comerciante neto en la actividad de distribución de productos, se ha podido concluir que al encontrarse en comunidades alejadas de la ciudad este comerciante ha podido aprovechar la destreza artesanal y usarlas en la producción de artesanías elaboradas por miembros familiares, una distinción o similitud a la que se ve ejercida en el comercio tradicional.

El comercio tradicional, se pueden llevar a cabo en diferentes lugares ya establecidos por la propia sociedad el cual tomaremos en cuenta para un mayor entendimiento como mercado tradicional, lugar concurrido con el objetivo de realizar actividades comerciales, el mismo que se definirá a continuación.

Según Lacarrieu (2016), define al mercado tradicional :

“La mayoría de estos mercados son denominados "tradicionales", la noción de tradición que aquí se postula no es asociable mecánicamente con la de patrimonio. Puede serlo, en tanto y en cuanto el mercado en cuestión sea albergado por un edificio monumental, cuyo carácter patrimonial provenga de su pasado, de su historia de su

antigüedad e incluso de su estilo arquitectónico propio, de una determinada época valorada por el campo de los patrimonialistas. La noción y la experiencia ligadas al terreno del patrimonio en el contexto de conformación de las naciones, han estado atravesadas por ese sentido de lo cultural la cultura como "cosa/objeto", como elemento de reificación y esencialidad, la cultura en su dimensión material donde lo tradicional ha sido focalizado en la idea folclorizada de la cultura, con posterioridad relacionada con la cultura popular.”

Según, Bellucci (2002), indica que:

“El mercado es el espacio establecido en un sitio de las ciudades, colonias, municipios, poblados y rancherías a donde se acude para la compra-venta de satisfactores y para brindar servicios; por lo que también cuenta con una historia muy antigua”(s.p).

Según mencionan los autores se define mercado tradicional, a todo sitio en el cual exista un grado de aglomeración de personas que realicen cualquier tipo de actividad comercial, un mercado de este tipo se da a conocer por la riqueza cultural o patrimonial que posea en su infraestructura o el sitio en el que se encuentre, también cabe recalcar que gracias a la existencia de estos mercados ya en vías de extinción debido al desarrollo urbano y rural existente que han sido reemplazados por los centros comerciales y otro tipo de mercados, por medio de este cambio ha perdido la esencia de un mercado tradicional, perdiendo identidad y cultura por lo cual han venido siendo siempre caracterizados estos sitios de comercio. En esa visión, la tradición como reproducción continúa de la cultura popular, aunque en ocasiones patente, ha sido subordinada al patrimonio de la monumentalidad nacional.

Los mismos mercados tradicionales en la región latinoamericana son reconocidos como tianguis, los cuales cumplen con las mismas características y son definidas por los siguientes autores :

Según, Tello-Méndez, (2018). Describe al tianguis como:

“Las economías populares se refieren a las distintas formas en que los sectores mayormente desfavorecidos generan y gestionan recursos económicos que les permiten subsistir. De acuerdo con, Razeto (1993), en América Latina pueden comprenderse desde distintas prácticas: El trabajo por cuenta propia de innumerables trabajadores independientes, las microempresas familiares, unipersonales o de dos o tres socios, las organizaciones económicas populares, esto es, pequeños grupos o asociaciones de personas y familias que se juntan y gestionan en común sus recursos para la satisfacción de sus necesidades.”(pág.12)

Estas economías, si bien significan un importante eje analítico para entender la desestructuración que genera el neoliberalismo en el mundo laboral actual, no pueden leerse únicamente como “destino fatal” de la población ante dicha desestructuración.

La continuidad histórica y a su función económica en regiones campesinas e indígenas, los tianguis han sido objeto de estudio por su origen prehispánico y los complejos sistemas de mercado que instituyen. Se han estudiado porque son expresión de economías indígenas locales, lugares de enlace social, abastecimiento de bienes y espacios de articulación con la economía nacional y global, entre otras razones.

Por otra parte Valencia (2013), define que : “Se puede llegar al análisis del tianguis en otros pueblos son semejantes al de todas las nacionalidades, con un fin en común que es el crecimiento económico de los pueblos quienes están vinculados a este medio de comercio, ya que se puede observar que desde tiempo atrás existe un intercambio comercial entre indígenas y campesinos, para así dinamizar y promover el comercio en este lugar ya establecido por personas cercanas al establecimiento (pág.137)”.

El tianguis se asemeja a un mercado común popular ya que cuenta con las características de dicho establecimiento, con una sola particularidad de que existan asociaciones dentro de estos centros de comercio que cobran diariamente mensual o como existan los acuerdos entre socios y mercaderes, esta cuota tiene como fin ayudar a este sitio para así promover el comercio, los fines que existen tras la implementación de estos sitios

es incrementar el comercio ayudar en la pequeña economía solidaria de los pueblos más vulnerables y que menos ayuda tienen por parte del estado.

Tradición y cultura, un término muy importante a la hora de realizar el comercio tradicional, ya que es la base primordial en el actuar del mercader que dependerá del ámbito cultural para su desempeño en el mercado, el cual se llegará a un mayor entendimiento según las definiciones de los autores:

Según, Barrantes (2009), se refiere a la cultura como:

El Estado ecuatoriano ha diseñado estrategias para la transformación político-cultural que exige actualmente el país, impulsando planes y programas de gestión que fortalezcan la soberanía nacional, y a la vez promoviendo un mundo multipolar desde la integración latinoamericana y caribeña, garantizando el reconocimiento del pluralismo cultural como ejercicio de ciudadanía y valoración de la diversidad cultural. Interviniendo el estado en las investigaciones, ayuda un gran porcentaje de la investigación, el estado ayuda a que la cultura sea más rica debido a su reconocimiento a nivel mundial, fomentando estrategias adecuadas para que el pueblo aproveche y pueda sobresalir. (p. 6)

El Estado al estar inmerso en el comercio entre naciones, se ve obligado a tener un amplio conocimiento sobre la cultura a la hora de realizar el ejercicio comercial, ya que por medio de este factor es posible identificar el actuar de cada pueblo o ciudad, un claro ejemplo que se ha obtenido son las interacciones que han tenido los Kichwa hablantes a la hora de llevar su cultura a través de países; se ha podido observar una destreza intercultural, la exportación de cultura a través de artesanías. La cultura ha sido muy significativa para el estado, pues se ha podido observar los proyectos existentes para así fortalecer el pluralismo cultural como lo menciona Barrantes.

Por otra parte la revista Cultura (2009), manifiesta que: “En este sentido, la diversidad cultural es reconocida como patrimonio común de la humanidad, demandándose su preservación y transmisión, como recurso para alcanzar el desarrollo sostenible en beneficio de las generaciones actuales y futuras (pág.3)”.

Para, Ramírez (2000), Los seres humanos poseemos siempre, lo que los antiguos asumían como un don natural, una capacidad de comprensión y hasta un cierto conocimiento sobre las cosas del mundo y de la propia vida, que nos lo proporciona el simple hecho de poseer un lenguaje, una experiencia vivida y de pertenecer a ese mundo histórico social, que llamamos la tradición, el ser cultural de la humanidad.(pág.8)

Tomando como referencia a los autores, se puede definir como tradición y cultura al fortalecimiento de los pueblos, el enriquecimiento y la perduración de sus costumbres, idiomas y diferentes características que distinguen un tipo cultural de otro, el estado hoy en día tiene como prioridad el fortalecimiento cultural para el desarrollo social y económico de la nación.

Se tomará en cuenta la migración, ya que los actores quienes ejercen este tipo de comercio en sitios ya establecidos, son los mismos quienes migran a diferentes partes del mundo con el fin de promocionar sus productos, también se analizará el impacto que conlleva el migrante en el comercio local o tradicional; para tener un mayor entendimiento, se tomará en cuenta a la migración en diferentes puntos conceptuales.

Para Hung (2011), “La historia humana siempre ha sido una historia de migración, en consecuencia, esta es parte intrínseca de nuestro desarrollo. Históricamente, los seres humanos se han desplazado de un lugar a otro en busca de mejores condiciones de vida, por lo que resulta esencial que los Estados incluyan dentro de sus políticas la perspectiva migratoria como una variable que puede jalonar proceso de desarrollo locales.” (p.7)

Se puede observar que el ser humano siempre ha sido una persona cambiante y nómada a causa de la necesidad, se han desplazado de un lugar a otro en busca de mejores condiciones de vida.

Por otro lado, Morán, (2004), menciona que:

“La migración ha sido primordial, para el desarrollo de las naciones y de los pueblos, ya que por medio de este método particular de movilización los personajes o el ser humano, han podido ir adquiriendo nuevas destrezas para su desarrollo, a través de

nuevos conocimientos tras las movilizaciones por lo cual se ha podido observar que el Estado juega un factor importante, ya que es quien otorga las salidas y entradas de personas.”(pg.6)

También, Perruchoud, (2009), menciona que :

“Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo el movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos”. (p.13)

Según, Raúl Delgado Wise y Luis Rodolfo Morán, (2004), definen que :

La evolución del fenómeno migratorio a nivel global, especialmente en los países de más larga tradición migratoria, da lugar a una compleja relación entre migración y desarrollo. Para los países emisores, los saldos históricos del fenómeno tienden a circunscribirse en un círculo vicioso y perverso, donde una y otra se sitúan como extremos antagónicos. Sin embargo, con la emergencia y fortalecimiento de las organizaciones de migrantes, se abre la posibilidad de modificar este escenario aprovechando los recursos materiales y humanos involucrados en la formación de comunidades transnacionales, para impulsar estrategias de desarrollo local y regional en los países de origen.(p.2)

Como señalan los autores, la migración es todo movimiento poblacional dentro y fuera de un estado o nación, lo cual toma como referencia hacia el movimiento de las personas sin importar su condición ni el tamaño poblacional, este movimiento incurre con gran relevancia hacia el actuar de las personas en su condición y sus nuevas oportunidades de vida, este cambio poblacional incurre en el cambio socioeconómico de las personas.

1.1.4. Tipos de migración

Según, el proyecto Clandestino de la Unión Europea Clandestino, (2009), existen ciertos tipos de migración como menciona el autor:

a) Residentes extranjeros irregulares que no son trabajadores irregulares: extranjeros aparentemente regulares registrados como nacionales de otro país con papeles falsos, hijos

que no trabajan sin estatus de residencia y miembros de la familia de edad avanzada que no trabajan sin estatus de residencia.

b) Residentes extranjeros irregulares que son además, trabajadores extranjeros irregulares: nacionales de otro país sin estatus de residencia en empleos regulares que pagan impuestos, «turistas» procedentes de países fuera de la Unión Europea en empleos irregulares no registrados y nacionales de otro país sin estatus de residencia en empleos irregulares no registrados.

c) Trabajadores extranjeros irregulares, que no son residentes irregulares: nacionales de otro país con estatus de residencia y sin permiso para trabajar, en empleos irregulares no registrados y nacionales de otro país con estatus de residencia y permiso de trabajo, en empleos irregulares no registrados. Si se retira la referencia a los «países de la Unión Europea», estas categorías pueden aplicarse en todo el mundo. Sin embargo, el proyecto Clandestino no cubre el contrabando o tráfico de personas. Es por ende necesario añadir las siguientes categorías. (basadas en oit, 2006; oim, 2010)

Según el autor, los tipos de migración se deben al caso u objeto de migración, puesto que existen migrantes regulares e irregulares todo dependiendo de la legalidad de su estadía en otros países.

1.1.5. Migración y cambio cultural del pueblo indígena de Otavalo.

La migración es un factor fundamental a la hora de la comercialización y la expansión del mercado por lo cual, los indígenas Otavalos, han logrado caracterizarse por la peculiaridad de adaptarse a estos nuevos mercados, pero en esta adaptación han sufrido diferentes cambios en múltiples aspectos, el cual se analizará por las siguientes definiciones:

Según, Elías Hung, (2011), afirma que:

La historia humana siempre ha sido una historia de migración, en consecuencia, esta es parte intrínseca de nuestro desarrollo. Históricamente, los seres humanos se han desplazado de un lugar a otro en busca de mejores condiciones de vida, por lo que resulta esencial que los Estados, incluyan dentro de sus políticas la perspectiva migratoria como una variable que puede jalonar proceso de desarrollo locales. (p. 7)

El fenómeno migratorio, es de gran importancia para el desarrollo de la especie humana, gracias al desplazamiento a distintos lugares nacionales e internacionales en busca de mejorar su calidad de vida y sus niveles de ingresos.

Para, Richard Perruchoud, (2009), menciona que:

“La migración es el “Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo, que abarca todo el movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos”. (p. 38)

La migración se define como, el traslado de una o varias personas de un lugar hacia otro, que no sea propio de él, puede ser tanto en el extranjero como en su propio país; este fenómeno puede ser causado por distintos motivos, pero el principal es el ámbito económico que sufre el país donde habitaba anteriormente.

Uno de los factores que más efectos sufre a causa de la migración, es la cultura ; según la UNESCO citado en, Liesa, (2014), define cultura como el:

Conjunto de rasgos diferenciadores, espirituales , materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias. (p. 15)

Para el primer autor la cultura es denominada como los rasgos, que diferencia a un pueblo con respecto de otro, por lo cual son conocidos su modo de vivir, sus creencias, entre otros aspectos, que van de generación en generación.

También, Raúl Barrera Luna, (2013), menciona que “La cultura en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad”.(s.p)

La cultura es la complejidad de entender los hábitos de vida de un pueblo, los conocimientos que solo ese pueblo mantiene gracias a sus ancestros, su arte único que no

tiene comparación alguna con la sociedad actual, y que se ha conservado aún con los avances tecnológicos , la globalización y factores que amenazan a un pueblo.

En cuanto a la globalización y cambio social para los países menos desarrollados, son la fuente de ingresos económicos, en función de algunas dimensiones como:

Dimensión económica: la creciente demanda por mano de obra, para el fomento de la competitividad el impulso de la economía; como lo pone de manifiesto la oferta de trabajo suministrada por personas provenientes de economías menos desarrolladas o en condiciones de mayor pobreza, parecieran ser dos partes de una ecuación que debería resolverse sin mayores conflictos. Sin embargo, las crecientes restricciones al ingreso de los inmigrantes, la discriminación que sufren al interior de las sociedades de llegada y las dificultades con las que se enfrentan para ejercer sus derechos, dan cuenta de los elementos que entran el desarrollo de esta relación en condiciones de mayor fluidez.

Para el estudio que realiza la, CEPAL, (2016), se ha considerado que:

Dimensión social y cultural: dentro de la dimensión social, están las formas de organización entre los migrantes, que han sido profusamente documentadas por diversos estudios, los que destacan la importancia de las redes sociales a la hora de migrar, tanto desde el punto de vista de la promoción del desplazamiento como del apoyo al momento de la llegada. Al mismo tiempo, en las sociedades de llegada y de salida existen organizaciones que articulan una respuesta colectiva respecto de la condición de migrante, ya sea desde un punto de vista afirmativo (como los clubes sociales, deportivos y diversas organizaciones culturales), como político (organizaciones de defensa de los derechos de los migrantes). (CEPAL, 2006, pág. s/n)

Al tomar como referencia la mención de la CEPAL, la globalización permite que compartamos con todas las personas en el planeta, la gran diversidad de culturas, conocimientos, atracciones, ventajas y beneficios para personas, familias y empresas que eligen tomar un rumbo y moverse a cualquier país que le permita el acceso legal y muchas de las veces ilegal; varias veces el cambio cultural no es fácil, la adaptación, el tipo de trabajo y en algunos casos el idioma son barreras que tienen que enfrentar, sin embargo a

muchos de ellos no les queda otra opción y vivir en un ambiente social totalmente confundidos, especialmente los niños son los que sufren este impacto emocional.

Los efectos que ha causado la globalización en los procesos migratorios, se caracterizan por enfrentar distintos escenarios como consecuencia:

Los procesos migratorios actuales, se caracterizan en este sentido por tener que enfrentar escenarios sociales, culturales y económicos diferentes, ya sea en los países de origen que en aquellos de destinos. Al mismo tiempo las personas que experimentan tales procesos enfrentan situaciones, vivencias y emociones no muy distintas a las que los antepasados hicieron frente. Más que los contenidos parecen haber cambiado los escenarios y las claves de lecturas para comprender los procesos, (Castaldi, 2011, p. s/n).

Las oportunidades, así como las vulnerabilidades ligadas a los movimientos migratorios son interdependientes y que se destaquen las primeras respecto de las segundas depende de una multiplicidad de factores, cuya influencia nunca es lineal. Los desafíos además, no conciernen solo a aquellos que se mueven sino también el país receptor, cuyos habitantes enfrentan los necesarios cuestionamientos que el contacto con la diversidad estimula. De hecho, la diferenciación entre los países, desde los cuales las personas se mueven y aquellos a los que se dirigen no está dada: sin bien, todavía los movimientos más importantes de personas se producen desde las zonas más pobres, desde aquellas en situaciones de guerra o de hambruna, muchos países son al mismo tiempo puerto de partida y de llegada. O países que en otros tiempos fueron trampolín de emigración de un gran número de personas, ahora pueden ser destinos de otros tantos, que los eligen como residencia. (Castaldi, 2011, p. s/n)

Tomando como referencia a los diferentes autores ya mencionados, se puede definir migración e intercambio cultural, como un fenómeno causado por diversos factores entre uno de ellos el factor económico, ya que no satisfacen sus ingresos para una mejor calidad de vida. Distintos pueblos autóctonos en el mundo, han sufrido ese fenómeno, a causa de eso traen consigo diversas tradiciones y culturas del país al cual decidieron migrar, y por

ende se presenta una pérdida de identidad cultural, afectando así las tradiciones y costumbres del pueblo.

1.1.6. Indígenas

Para el objeto de estudio se realizarán investigaciones entorno a diferentes diversidades culturales, tomando como prioridad al indígena por la peculiaridad de sus actividades comerciales.

Según el estudio de población indígena realizado por, Sandoval, (2013), argumenta que:

El uso de las tecnologías digitales, se ha convertido en una moneda de dos caras que refleja la realidad socioeconómica y política del país. En una cara se registra la exclusión generalizada del ciberespacio, para la parte de la mayoría de la población indígena, y en la otra se presentan las múltiples oportunidades, que tienen los pueblos, las comunidades y los individuos indígenas, para mejorar sus condiciones de vida colectivas y personales. Si un indígena usa la tecnología, puede tener muchas ventajas, se abre al mundo y puede obtener mucha información con lo que puede sacar sus propias conclusiones, e irse guiando para ir por el camino que se trazó el objetivo. Tener la mente clara de lo que desea con la investigación. Y no solo, por ser indígena lo debemos discriminar. (p, 235)

Tras esta investigación, se define al indígena como un ser humano con diferentes y grandes capacidades ante la sociedad, con capacidad de tener sus propios pensamientos y conclusiones, todo esto con el fin de crecer y plantearse nuevas oportunidades para su desarrollo.

Por otra parte, Rocha, (2009), menciona que el indígena:

Debe tener convicción en la necesidad de valorizar y fortalecer sus lenguas propias, y son ellos mismos hablantes nativos de sus lenguas, las preguntas que se plantean son: ¿Por cuáles razones las escuelas indígenas siguen restringiendo el espacio de la lengua autóctona? ¿Es posible que los maestros indígenas de hecho estén creyentes de las potencialidades y en el futuro de su lengua materna? Y, por fin, ¿Serán las

presiones de la burocracia o de maestros no-indígenas en la escuela indígena lo que impide la experimentación de programas auténticamente bilingües?. (p. 3)

La implementación de la lengua indígena en las unidades educativas “Es muy importante para la comunicación, en los negocios puede influir de manera que genere un atractivo , por lo tanto, no debería de haber restricciones sobre la implementación. Deberíamos de aprovechar y sobre todo que no se pierda este potencial que se tiene maternalmente.” (Rocha, 2009, p. 3)

Tomando como referencia de los autores se puede definir al indígena, como cualquier ser humano con ciertas habilidades y diferentes destrezas, ya que cuentan con su propia historia y con sus propios orígenes, al indígena no se lo define por sus cualidades, sino por la esencia del mismo, pues poseen una peculiaridad en su historia, en su forma de vida y en su existencia.

Se considera que la diversidad indígena en el Ecuador, es sumamente importante en el crecimiento del pueblo Ecuatoriano, puesto que a diferencias de otras nacionalidades el indígena, ha tomado un gran papel en distintos sectores como políticos, sociales y económicos, para lo cual se tomará en cuenta al grupo indígena con mayor reconocimiento y quienes son objeto de la presente investigación , los Otavalos. Se tomará en cuenta a este grupo indígena, en vista de que han logrado insertarse eficientemente dentro de un sistema económico capitalista mundial y globalizado a través del comercio de artesanías y un sin número de productos; básicamente se estudiará cómo esta inserción a nivel internacional termina afectando tanto de modo positivo como negativo en el comercio local de este mismo grupo, para lo cual, se tomarán en cuenta las siguientes definiciones de este grupo indígena Otavalo.

Según, Miras (2009), define al otavaleño como un personaje particular al:

Ser reconocidos y encontrarse a nivel mundial, en cada rincón tuvo un proceso largo y doloroso. Esta identidad que ahora es reconocida y valorada, se opta de ventaja para el comercio de las artesanías, ya que por ellas nos conocen. “Hecho a mano”, esa es la palabra de convencimiento para que el extranjero añore tener una de estas artesanías en sus manos o su hogar. A la identidad, no se lo debería perder puesto

que nuestros antepasados lucharon y murieron por él. El concepto de “identidad”, al igual que otros términos afines, a pesar de su gran relevancia tanto social como científica, ha sido caracterizada por una profunda ambigüedad. Si tenemos en cuenta las declaraciones de los informantes sobre su autodefinición, predomina la categorización según, la nacionalidad de origen, pero especifican y destacan a la vez pertenencia étnica. Se intercambian los términos de “indígena”, “kichwa”, y “otavaleño”, restringiéndolos a la población Kichwa, procedente a ellos o sus antepasados de Otavalo. (Pág. 212)

Mientras que para, Borchart, (2012), afirma que se: “Debe a la gente del campo a los runas, ellos con un solo propósito de migrar, rompiendo los esquemas tradicionales y mostrándoles una lección a los mestizos, que ellos fueron capaces de salir del país con su música, artesanías e idioma (pág. 187).”

Como los autores mencionan, a diferencia de un simple sitio o lugar dentro de un área limitada, es el fortalecimiento y la lucha constante en contra de las conquistas pasadas por lo cual el Otavalo, como el otavaleño es considerado como ejemplo de resistencia, ya que aún perduran sus costumbres y sus tradiciones .

Al ser un actor netamente comercial, se estudiará el origen de este oficio llegando a conocer la actividad Mindalae del Otavaleño, siendo objeto de estudio el comercio Mindalae, se tomarán en cuenta las siguientes definiciones de dicha actividad.

Existen varias definiciones del Mindalae, como se puede observar a continuación:

Para, Maldonado, (2004), argumenta que:

Los mindaláes fueron proveedores dentro y fuera de la región, de bienes imprescindibles y altamente apreciados. Sancho de Paz Ponce de León, por ejemplo, asegura haber conocido de la existencia de "Indios mercaderes “antes de 1582, quienes desempeñaron una labor mercantil de largo alcance y trascendencia tanto para el grupo indígena, como para la economía colonial. (p.62)

Este oficio ancestral que realiza el Mindalae, ha sido constituida por los primeros pueblos, en este caso el pueblo Kichwa otavaleño, quien se especializó en un intercambio más generalizado, lo que definió al pueblo otavaleño como especialistas mercaderes.

Según, Gina Maldonado, citando a, Frank Saloman, en el artículo. Los señores étnicos de Quito, en la época de los incas proporciona información y registros que nos prueban la existencia de mindaláes desde 1559. Estuvieron libres de mitas y tributos monetarios, a pesar de ser estas prácticas de dominación extendidas para la población indígena. Los mindaláes "... solo pagaban tributo de oro y mantas y chaquira de hueso blanco o colorados". De ahí que su conducta tributaria fuese "diferente a la de otros naturales" (Paz Ponce, citado en: Saloman 1980: (pg164-168).

Mientras que para, Frank Salomón, (2004), indica que "Los datos históricos nos describen a los Mindalae como; "un grupo de elite de especialistas "quienes merecieron un trato distinto por parte de la corona española." (Pág.164-168)

En vista a las diferentes definiciones de los dos autores , el Mindalae es reconocido como un grato comerciante hábil en la destreza de distribución y proveedor de mercancías, este grupo obtuvo poderío social, político y económico a diferencia de otros pueblos, ya que fue considerado como un personaje importante a la hora de establecer una comercialización entre pueblos, puesto que es un factor fundamental en el intercambio, su influencia llegó a ser tan grande que en momentos históricos, como la conquista incásica este pueblo o grupo social pudo tener un trato diferente con ciertas preferencias a diferencia de otros pueblos de la sierra americana.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de la siguiente investigación se procedió a utilizar el método analítico, con la ayuda de este método se enfatizó en la ejecución de un análisis documental ya existente conforme se llegó a una interrelación con el tema de investigación, con el fin de llegar a analizar el mercado local, cómo se ve afectado tras el ejercicio comercial que se va realizando, este método de estudio clarificó los hechos partiendo de la información objeto de estudio para posteriormente ser analizadas, fue de gran ayuda para obtener un panorama claro y veraz sobre la problemática e incidencia a investigar del Mindalae y su actuar comercial en el cantón de Otavalo.

Este método analítico en cuanto a las investigaciones realizadas facilitó la manera de obtener nuevas conclusiones, además de conocer aún más sobre el material de estudio, por medio de esta metodología se llegó a aplicar, realizar analogías y también mejorar la percepción de dichas teorías así como también, la creación de las mismas. Por lo cual este método, se ha desarrollado a través de herramientas como entrevistas y encuestas, para así obtener nuevas percepciones y por consiguiente una conclusión general sobre la influencia del Mindalae en el comercio local, teniendo en cuenta un marco justificativo para el desarrollo del tema. (Intelectual Reserve, 2016)

La metodología que se lleva a cabo en el presente proyecto de investigación tiene el enfoque de cumplimiento con los objetivos planteados, para lo cual se utilizó herramientas cuantitativas que se presentan a continuación:

- a) Entrevista y observación directa en el mercado centenario al comerciante del cantón Otavalo.
- b) Entrevista al presidente de la UNAIMCO, sobre las problemáticas e influencias que existen por parte del Mindale.
- c) Encuesta a los artesanos productores y comerciantes.

1.1.7. Mecánica Operativa “ Población y Muestra de artesanos del Mercado Centenario ”

En el proceso de investigación, se ha determinado que la población objeto de estudio serán los artesanos y comerciantes que se encuentran en la ciudad de Otavalo, específicamente en el Mercado Centenario (Plaza de los Ponchos).

1.1.8. Comerciantes

En manifestación al número de comerciantes que se encuentran en el Mercado Centenario, el presidente de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo, (UNAIMCO) supo manifestar que la cifra de comerciantes ha incrementado en los últimos años con una totalidad de 525 miembros, cabe recalcar que en el mercado existe un gran número de comerciantes quienes no han actualizado sus datos para formar parte de esta entidad en el período 2018. (ver anexo I)

Tabla 1 Identificación de la población

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN (ARTESANOS)		
Referencia	Población	Porcentaje
Artesanos inscritos en la UNAIMCO	525	100%

Fuente: UNAIMCO
Elaborado por: El autor

Identificación de la muestra de artesanos del Mercado Centenario

Para la identificación de información, recolección y consecuentemente interpretación de los datos se realizará la encuesta a la población principalmente a la muestra de comerciantes artesanos del Mercado Centenario.

1.1.1.1.1 Turistas

Otavalo está caracterizado por recibir un gran número de visitantes tanto nacionales como extranjeros, con respecto al número de visitantes el cantón efectúa alrededor de 1.333.753 personas aproximadamente del total de turistas que existe en el cantón en el año 2018, también es necesario mencionar que está ubicado en el puesto catorce con respecto a las provincias vecinas los datos son referenciales, (ver anexo V). El ministerio de turismo otorga estas cifras.

Tabla 2 Entradas de extranjeros por país de procedencia hacia el Ecuador

País de Procedencia	2015		2016		2017		2018	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Colombia	392.291	25,4	379.022	26,7	595.901	37	1.215.154	50,1
Estados Unidos	276.040	17,9	278.079	19,6	280.766	17,5	370.168	15,2
Perú	284.363	18,4	268.941	19	261.753	16,3	322.465	13,3
España	60.889	3,9	60.877	4,3	59.952	3,7	96.079	4
Panamá	62.082	4	62.193	4,4	57.663	3,6	52.429	2,2
Chile	33.509	2,2	41.042	2,9	37.102	2,3	37.834	1,6
México	28.396	1,8	29.085	2,1	27.414	1,7	34.116	1,4
Argentina	40.759	2,6	29.390	2,1	28.783	1,8	27.560	1,1
Venezuela	77.760	5	54.660	3,9	34.371	2,1	27.268	1,1
Holanda (Países Bajos)	22.278	1,4	22.990	1,6	22.630	1,4	25.177	1
Canadá	19.612	1,3	27.889	2	18.974	1,2	24.438	1
Cuba	75.659	4,9	24.758	1,7	20.296	1,3	18.610	0,8
Brasil	18.409	1,2	15.960	1,1	17.002	1,1	18.272	0,8
Alemania	14.010	0,9	13.695	1	14.444	0,9	16.992	0,7
Reino Unido	11.211	0,7	3.920	0,3	11.225	0,7	14.693	0,6
China Republica Popular (Pekín)	11.668	0,8	12.839	0,9	14.985	0,9	13.566	0,6
Francia	10.400	0,7	9.587	0,7	10.977	0,7	12.281	0,5
Italia	8.679	0,6	8.578	0,6	10.145	0,6	9.711	0,4
El Salvador	10.085	0,7	8.520	0,6	9.694	0,6	9.104	0,4
Costa Rica	7.052	0,5	5.782	0,4	8.366	0,5	8.172	0,3
Otros	79.311	5,1	60.352	4,3	66.030	4,1	73.571	3
Total*	1.544.463	100	1.418.159	100	1.608.473	100	2.427.660	100

Fuente: Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales (INEC)

Elaborado por: El autor (Dirección Nacional de Migración)

Para poder obtener una muestra poblacional, se procede a tomar como referencia al número de turistas que ingresan a Otavalo, de acuerdo a la información que es emitida por el Ministerio de Turismo.(ver anexo V)

Tabla 3 Turistas que visitaron Otavalo

Periodo 2017-2018

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN (TURISTA)		
AÑO	Población	Porcentaje
2017	1.328.808	100%
2018	1.333.753	100%

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Elaborado por: El autor

Tabla 4 Tabla de turistas que ingresan a Otavalo

Periodo 2018

Estadísticas de turistas que ingresan a Otavalo Periodo 2018		
Día	Mes	Año
3.704,87	111.146,083	1.333.753

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Elaborado por: El autor

Por motivo de las muestras se detalla lo siguiente:

Muestra 1:

Se define como muestra a los artesanos inscritos en la entidad UNAIMCO, a quienes se le realizará encuestas conforme al tema de investigación al sobrepasar las 40, (525) personas se procedió a determinar un universo muestrario basados en cálculo.

FÓRMULA PARA EL DISEÑO DE LA MUESTRA

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

n=223

n = tamaño de la muestra

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

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

e = proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (95%) e = nivel de error (5%)

N = tamaño de la población / 525

Muestra 2:

Debido a que la muestra está conformada por, 3.704,87 turistas que ingresan diariamente a Otavalo, se procederá a obtener una muestra por medio de la aplicación del siguiente cálculo.

n=384

n = tamaño de la muestra

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

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

e = proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (95%) e = nivel de error (5%)

N = tamaño de la población / 3.704,87

Se uso de la técnica de entrevista ya que ayudó a conocer y profundizar sobre el tema de estudio, saber las necesidades de quienes están siendo afectados bajo la problemática ya planteada, cómo está siendo afectado el sector productivo artesanal del cantón Otavalo, con la finalidad de conocer la situación actual de los involucrados; de la misma manera se aplicaron entrevistas a dirigentes indígenas del Mercado Centenario, así como al dirigente de la UNAIMCO, para obtener una información más acertada y con mayor profundidad acerca del tema de estudio, así como a los mismos comerciantes.

Además para un mejor entendimiento y la clarificación de ciertos aspectos se procedió a la ejecución de encuestas para la obtención de información y posteriormente al análisis de los datos, se obtuvo información requerida por medio de un conjunto de preguntas que ayudaron a la identificación de la situación actual y real en el que se encuentran los comerciantes del cantón, se aplicó a los socios de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo, (UNAIMCO).

Resultados

Tras revisar algunos documentos y datos, mismos que ayudaron a la investigación se procedió a la búsqueda de teorías y más datos que fundamenten el proceso del actuar Mindalae en el cantón Otavalo. Para esto llegando a necesitar la utilización de algunos métodos que contribuyan a la comprensión del tema, por lo cual se procedió a la utilización del método analítico el cual ayudará a lograr enfatizar la interrelación del comerciante local con las diferentes situaciones por las cuales está atravesando el comercio local. Este método de estudio fue de gran apoyo para clarificar ciertas inquietudes que el proceso de investigación arrojaba para así posteriormente llegar a obtener un análisis global del actuar y la situación comercial que se está dando en la localidad.

Para lo cual se partió de premisas expuestas en estudios e investigaciones realizadas por distintos autores, los cuales ayudaron a una mejor comprensión del tema de estudio, acompañados de documentaciones que corroboraron y contribuyeron de igual manera a un mejor entendimiento, al realizar esta investigación se produjo un choque de ideas y de especulaciones ya que se pudo constatar que el Mindalae es un sujeto que desde hace mucho tiempo atrás va ejerciendo este oficio de un neto comerciante y un hábil migrante siendo el actor principal para la dinámica comercial que existe en el cantón, así como lo menciona Ordóñez, en el año 2014 en su tema de investigación donde habla acerca de la migración que se dio en el pueblo kichwa Otavalo y en el cual menciona y asevera que el migrante es consolidado como un actor social y por ende es causante de una red migratoria no solo de personas sino también de productos y mercancías que se comercializa gracias a estos cambios migratorios.

El Mindalae al estar inmerso en el campo migratorio se ve envuelto en un entorno global ya que estas habilidades de adaptación a cualquier tipo social o cultural le han permitido trasladarse por todo el mundo. Para obtener una idea más clara acerca de esta diáspora migratoria y global se ha tomado en cuenta opiniones como la de, Ocampo en el estudio realizado en el año 2002 en el que afirma que la migración está envuelta en un sistema global en el cual no está involucrada nada más el factor económico sino también otros factores como culturales, políticos y sociales de cada pueblo; con esta afirmación se pudo llegar a analizar y observa al factor global inmerso en el pueblo kichwa Otavalo pues

al tomar como referencia a estos factores que menciona el autor se puede decir que el Mindalae ha incursionado en el mundo global gracias a la perduración de su cultura, sus costumbres y tradiciones , y no como en un principio se creía por la fácil adaptación.

Bien es cierto que esta cualidad juega un eje fundamental en este efecto migratorio pero para lograr el verdadero reconocimiento del pueblo Otavaleño ha tenido que mantener sus costumbres en todo el mundo causando así una curiosidad en otros personajes llegando a producir en ellos el deseo de conocer más a fondo el diario vivir de este grupo social , de manera que se ha ido incentivando en ellos la travesía para visitar la localidad como se manifestó no solamente por sus productos únicos en el mundo sino también por la curiosidad y el deseo de convivir con este pueblo.

También se ha pretendido conocer otros aspectos, no solamente el actuar del Mindalae sino el efecto que este produce en las demás personas, pues al tomar como punto de partida a estudios ya ejecutados en cuanto a temas que se relacionan con este efecto se ha podido constatar que para que se dé el cambio global este personaje ha sido primordial proporcionando enriquecimiento cultural del cantón marcando así una distinción en el campo mundial y llegando a ser el representante neto del mercado local por los productos que se ofertan dentro de el. Para el acompañamiento de esta teoría se toman en cuenta comentarios presentadas en estas investigaciones, las cuales señalan a este hombre como representante principal de la pujanza, el interés de una comunidad por sobresalir, y de la misma población de la ciudad de Otavalo, para así poder abrirse a un mundo global manteniendo sus raíces y su identidad.

Además es necesario mencionar que este actor fue llevando estas actividades a un mundo global desde hace ya casi 500 años atrás, Frank Salomon en su artículo llamado los señores étnicos de Quito, menciona que en la época de los incas ya existían los Mindalae e indica cómo era el trato que mantenían, que a diferencia de otras culturas por sus grandes habilidades que poseían refiere que estuvieron libre de mitas y tributos; por otra parte el autor Paz Ponce hace énfasis a que estos grupos sociales en la época de la conquista fueron tratados de una manera diferente siendo estos mismos conquistadores quienes incentivaron a estos grupos a seguir adelante con la distinción que le favorecía como el pago de tributos

de una manera diferente como el obsequio de mantas, chaquira de hueso blanco o dorado, de ahí nace esta nueva conducta tributaria enfocada a la comercialización y el intercambio.

Tomando como base al estudio realizado sobre la situación actual del comerciante Mindalae se resume que en la actualidad existen un sin número de falencias como la falta de capacitación en los artesanos, la ausencia de nuevos productos artesanales, el enfoque equivocado sobre la percepción del turista, etc., con respecto al comercio local siendo ocasionados por el mismo comerciante lo cual está afectando a los moradores quienes ejercen esta actividad en el cantón. Hoy en día existe la necesidad de entidades reguladoras que ayuden a solucionar estas problemáticas y así poder contribuir con todo el bienestar económico y social de las familias de la localidad ya que en el actuar comercial se puede evidenciar una disminución en la comercialización y distribución de productos ya sean o no de fabricación artesanal todo esto debido a diferentes factores que han influenciado al declive de esta actividad.

El actual entorno requiere de nuevas prácticas comerciales como la integración de nuevos grupos para un mejoramiento continuo, el acompañamiento de formas de negociación, la adaptabilidad dependiendo del tipo de comprador que se presente en la negociación, etc., acompañado de nuevos métodos con un enfoque más detallado y profesional por parte de vendedores y comerciantes para así poder combatir este déficit, también se ha tomado en cuenta que los actores deberán estar apoyados en entidades quienes regulen este tipo de actividades ya que por medio de estas intervenciones se logrará el desarrollo y la regeneración de turismo así como el incremento en ventas acompañado de una mejor apreciación de productos propiamente de la localidad cabe recalcar que el fuerte económico es la comercialización de productos artesanales de manera local e internacional.

Existe la predisposición por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo para la coordinación y la asesoría de comerciantes y artesanos de la localidad, se debe tomar en cuenta que poco o nada se ha podido realizar frente a estas problemáticas, el GADMO ha creado entidades como la UNAIMCO y la Cámara de Comercio de Otavalo

para ser entidades quienes específicamente trabajen en este campo ya sea de manera publicitaria o de manera reguladora.

Otro punto a tratar es el análisis de datos estadísticos que se obtuvieron en el transcurso de la investigación para así poder apreciar de una manera más real la situación que hoy en día vive el comercio local a causa de diferentes factores así como del actor principal del estudio el hombre Mindalae para lo cual en un principio se procedió a analizar el número de turistas que ingresan a Otavalo ya que este es el factor principal que está siendo afectado. Según el Ministerio de Turismo del año 2006 con ayuda de su equipo consultor muestra que Otavalo fue uno de los principales atractivos turísticos ya que se encontraba como uno de los destinos con mayor afluencia de turistas en todo el país situándose en el sexto puesto de la tabla de investigación con un 7.87 % del total de turistas que ingresaron al país lo cual resultaba favorable para el turismo y comercio local del cantón, pero tras los cambios que se dieron en la preferencia turística y en conjunto a factores que ayudaron al desplazamiento de turistas en el país se procedió a realizar una comparación de datos ya mencionados de ese año con el año 2018 el más cercano a la fecha de investigación tomando como fuente a la misma entidad arrojando como resultados que Otavalo pasó del sexto puesto al catorceavo colocando a otras localidades por encima en cuanto a la afluencia de turistas , constatando la problemática por la cual está siendo afectada el cantón y así se obtiene un planteamiento más concreto sobre el lineamiento a seguir.

Consiguientemente se procedió a identificar la afluencia turística en Otavalo con base a estudios realizados por el GADMO para así obtener un panorama mucho más cercano a la problemática y poder realizar una comparación en cuanto a datos que ayuden a identificar la problemática de la investigación obteniendo tablas que muestran una intervención de entidades del estado en conjunto con la municipalidad sobre un proceso de crecimiento turístico del cantón efectuado alrededor de 10 años tomando como año de partida al 2006 hasta el 2014 con una tasa de crecimiento en promedio de un 6 % pasando de 859.888 que se dio en el año de partida a un total de 1'557.006 en el año final del estudio, contribuyendo a un nuevo planteamiento sobre la investigación ya que datos estadísticos han mostrado un cierto decrecimiento en la afluencia turística a comparación de otras localidades también se ha obtenido datos que afirman que existe un incremento mínimo en la afluencia

de turistas descartando una ausencia turística en la localidad dando origen a un nuevo punto de vista. Al existir una afluencia mínima de personas quienes ingresan a Otavalo se aprecia un desinterés en el comercio y en las compras artesanales por las cuales está caracterizado el cantón así mismo a los lugares que se han dispersado estos turistas ya que este cantón en años anteriores se dinamizaba con un turismo central es decir que sitios turísticos se encontraban mucho más cercanos a las labores comerciales influenciando al turista a obtener algún tipo de producto de la localidad mientras que hoy en día el turista está más disperso en todo el cantón por la creación y reconstrucción de ciertos lugares que han hecho al turista dispersarse en busca de estos atractivos.(ver anexo VII)

También se ha analizado demás factores por el cual se vería afectado el comercio local, se buscó profundizar la comercialización de productos artesanales y los ingresos económicos que se generaban en la localidad para lo cual se procedió a la obtención y observación de datos obtenidos por estudios del GADMO de años anteriores y los más cercanos a la fecha obteniendo que en el año 2001 la población económicamente activa realizaban diferentes actividades a comparación de las de hoy en día ya que la agricultura y los procesos manufactureros lideraban la tabla de ingresos de acuerdo a las actividades que realizaban los ciudadanos situando a la actividad comercial en un cuarto puesto es decir que las personas no observaban al comercio como actividad principal para el enriquecimiento o la subsistencia; al comparar datos obtenidos de la misma entidad en un periodo de nueve años al punto de partida, es decir que en el año 2010 se observó que la actividad principal era la comercialización al por mayor y menor en conjunto a la reparación de vehículos automóviles y motocicletas con un porcentaje del 82.5 % de esta manera dejando atrás a la actividad agrícola que en la tabla del año ya mencionado era la principal pues aquí pierde prioridad para los ciudadanos ya que en el rango de actividades no se sitúa ni siquiera en el quinto puesto del total de principales actividades, esto quiere decir que los ciudadanos Otavaleños en su mayoría se dedican a algún tipo de comercio lo cual ha ayudado a la saturación de actividad comercial causando una gran oferta pero también la disminución en ventas hacia los comerciantes, mediante esto se puede interpretar que los mismos comerciantes son quienes han afectado esta actividad por la falta de regulación en conjunto con factores que disminuyen las ventas locales.(ver anexo VIII,ver anexo IV)

Con respecto a lo mencionado anteriormente en cuanto a esta saturación de comerciantes que existe en el Mercado Centenario se ha podido constatar que existe un incremento desmesurado ya que entidades quienes regulan esta actividad no han podido controlar la entrada y salida de comerciantes, según Córdova D. Patricia, en la investigación y datos adquiridos en el año 2012 existen 3072 comerciantes suscritos en la UNAIMCO mientras que para el año anterior según, Valle Chicaiza Mirian Elizabeth existieron 3190 es decir más que el año posterior, lo cual indica que existe un desinterés por parte de los comerciantes suscritos. De esta manera es casi imposible realizar algún tipo de seguimiento a la entrada y salida de comerciantes de la plaza de ponchos ya que no existe un control específico en cuanto a este fenómeno para lo cual también se realizó una referencia indicando que hasta el año 2016 según, Cevallos Vaca Jennifer mediante sus datos obtenidos existe un número de 737 suscritos lo cual afirma la problemática mencionada anteriormente.

Este desinterés en cuanto a la afiliación de comerciantes se debe a que los mismos participantes de este mercado no consideran importante la adquisición del carnet artesanal ya que no se ven beneficiados de ninguna manera por esta entidad reguladora; para una mayor veracidad de la información acerca de datos que muestren y evidencien la problemática acerca del incremento de socios comerciales, se ha tomado en cuenta la investigación de María Martha Morán Maigua, donde muestra el incremento desmesurado de comerciantes con un total de 4054 afiliados, esto además de realizar encuestas y entrevistas que se presentaron anteriormente dando como conclusión que en vista y opinión de mismos comerciantes sí existe un incremento.

Un punto importante a tratar en la investigación es la incorporación de nuevos comerciantes a la UNAIMCO puesto que esta entidad en un principio tuvo como fin la representación de los artesanos indígenas Otavaleños quienes comercializaban en el Mercado Centenario, pero que hoy en día esto ha cambiado puesto que se incluyen indígenas de otras localidades e inclusive existe la integración de mestizos independientemente de su origen siempre y cuando hayan vivido o exista la facilidad de comercializar sus productos en este sitio de una manera constante y permanente ya que no existe especificaciones para poder formar parte de esta asociación. Por este motivo el Mercado Centenario al no poseer restricciones para su ingreso ha sufrido diferentes cambios tanto en la variación de productos

así como la saturación de vendedores que se encuentran dentro de este mercado causando así la disminución en ventas y el carecimiento de identidad en las artesanías de la localidad lo cual no sucedía en años anteriores. De tal manera se puede decir que el impacto del comercio Mindalae se ve afectado por estos motivos ya que este tipo de comercialización sin fronteras ha sido imitado por otras clases sociales inclusive etnias indígenas del país creando un punto de abastecimiento y oferta en la localidad específicamente en el mercado centenario. Cabe destacar que el mercado Centenario al ser creado en los años sesenta en colaboración de entidades ecuatorianas y el financiamiento por parte de entidades holandesas fue reconocido mundialmente como el mercado artesanal más grande de Latinoamérica.

El estudio realizado sobre las incidencias por parte del Otavaleño Mindalae servirá como punto de partida para estudiar las diferentes variables que se presentan tanto de manera positiva como negativa, ayudará a obtener un mayor enfoque y conocimiento sobre los puntos críticos que existen a la hora de realizar esta actividad comercial, en estos estudios que se realizan con el fin de obtener una solución o un impacto menor, pues se pudo evidenciar en este estudio realizado la existencia de una significativa disminución en cuanto a las ventas de los comerciantes y artesanos quienes laboran en el cantón. Tras la elaboración de este estudio diferentes entidades podrán tomar como referencia a la problemática existente planteada y así poder llegar a profundizar más sobre el tema en cuanto a las deficiencias existentes con respecto al seguimiento y promoción por parte de la UNAIMCO y el mismo comerciante las dificultades que tiene para poder promocionar su producto en el campo comercial, también se podrá reconocer que el mejor camino para controvertir este fenómeno es basándose conforme a la intervención de entidades reguladoras quienes por medio de capacitaciones se llegará al aporte institucional enfocados al crecimiento comercial de la localidad.

Cabe recalcar que el comercio local está expuesto a diferentes factores que afectan a la variable sobre la adquisición de estos productos, el actor eje del estudio ha contribuido de gran manera al crecimiento económico y a la distinción que tiene este peculiar grupo social a comparación de otros en el mundo dándose a conocer por sus costumbres tradiciones e inclusive por su forma de vida, por otro lado este efecto positivo que ha causado este actor

ha sido aprovechado por diferentes grupos y culturas ya que han implantado nuevos tipos de mercancía en el mercado local afectando a la reputación del mismo causando un efecto negativo para quienes viven de este oficio.

En cuando a lo expuesto anteriormente mediante el desarrollo del proyecto se pretende alcanzar a obtener una mayor comprensión en cuanto a esta problemática en todos los ámbitos comerciales ya que la sistemática efectuada por los actores comerciales tiene una gran repercusión en la economía del cantón así como de las familias de la localidad. Se enfatizará que el crecimiento de sus actividades comerciales ayudará al desarrollo y a la reactivación de la industria manufacturera principalmente textil artesanal por el cual es reconocido este grupo social llamado Mindalae.

En cuanto al conocimiento adquirido se ha podido constatar que existe un incremento en la afluencia de turistas más no de compradores ya que el enfoque que años anteriores se obtuvo ha cambiado por parte de los visitantes al cantón puesto que existen ciertas variables que han desprestigiado a los productos artesanales, también se pudo evidenciar mediante los datos obtenidos que hoy en día existe un sin número de atractivos más a diferencia de años anteriores, el turista que visita el cantón ya no tiene solamente el enfoque comercial sino que también se dedica a otras experiencias u otro tipo de actividades turísticas como el comunitario de modo que se ve persuadido por nuevos atractivos, por la creación de nuevos sitios que influyen a la dispersión del turista hacia otros puntos de la localidad así como del país.

Cabe recalcar que los productos locales ya no resultan atractivos para el turista ya que se observan los mismos diseños y modelos que se han venido exponiendo desde años anteriores, esto acompañado de una mala atención por parte de los comerciantes lo cual ha causado un desinterés total del comprador tomando en cuenta que los mismos productos en otras ciudades se exponen a ser al mismo precio que en su lugar de origen, de modo que al turista ya no le resulta motivador realizar el viaje para la adquisición de estos productos incrementando también su costo por su traslado en busca de ellos, de modo que es importante conocer el perfil del turista quien está ingresando a la localidad ya que se ha podido observar un desinterés por las compras de artesanías, enfocándose en otras experiencias turísticas.

Para corroborar la información de los datos obtenidos y las opiniones de los mismos comerciantes se procedió a la ejecución de las encuestas tomando como muestra a un número determinado de comerciantes que están suscritos a la UNAIMCO, la realización de estas encuestas tiene como objetivo recolectar información por medio de un conjunto de preguntas que ayuden a un posterior análisis y comparación para así lograr obtener un mayor entendimiento sobre la situación real del Otavaleño Mindalae en cuanto al comercio local que se refiere.

Es importante mencionar que en los resultados obtenidos se pudo constatar que el artesano está consciente de que los productos que ellos ofertan no son propios de la localidad, y que al no ser estos propios de la localidad han causado un desprestigio en los mismos comerciantes, pues el mercado se encuentra invadido de productos de todas las regiones del país, así como productos de origen peruano y boliviano, este factor es un punto importante a tratar ya que afecta directamente a la situación actual del comercio local. Sumado a todas estas variables el Otavaleño Mindalae ha acelerado este proceso de desinterés en los turistas.

En cuanto a la disminución en las ventas locales el Mindalae es quien sirve de intermediario entre el comercio local, regional e internacional si bien abasteciendo con productos no originarios de la localidad o causando una excesiva salida de productos locales hacia otras partes del mundo dando como resultado el problema que hoy en día se presenta.

Debido a la presencia de Otavaleños en todas las partes del mundo de acuerdo al tipo de comercialización que se realiza el impacto está dado por el ingreso de nueva mercancía de otros países hacia el mercado local lo cual desfavorece al comerciante, al no ser competitivo frente a nuevos productos que ingresan através de los mismos comerciantes Mindalae han causado una mezcla de productos que se ofertan en el mercado Centenario, ocasionando una perspectiva diferente en los turistas y compradores al observar que los productos no son originarios de la localidad inclusive se ha podido evidenciar la existencia de materiales industrialmente producidos dejando atrás la creencia de que ahí se comercializa únicamente productos artesanales ocasionando la disminución en la afluencia de compradores.

El turista y potenciales compradores se han visto influenciados en adquirir productos artesanales propios de la localidad Otavaleña en distintas ciudades del país haciendo esto innecesario movilizarse hacia la localidad simplemente por la fácil adquisición de los mismos productos, todo esto siendo causado por la gran comercialización y salida de mercancía desde el cantón hacia otras partes ya sea local o internacionalmente, a esto se le suma la deficiencia en los diferentes medios de transporte o la falta de logística implementada en la actividad, pero como factor clave para el descenso en las ventas del cantón son los nuevos puntos de venta que hoy en día existen en las grandes ciudades o simplemente la gran oferta que existe.

1.1.1.2 Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario.
(ver anexo V)

Datos Generales

Identificación de Género de personas encuestadas

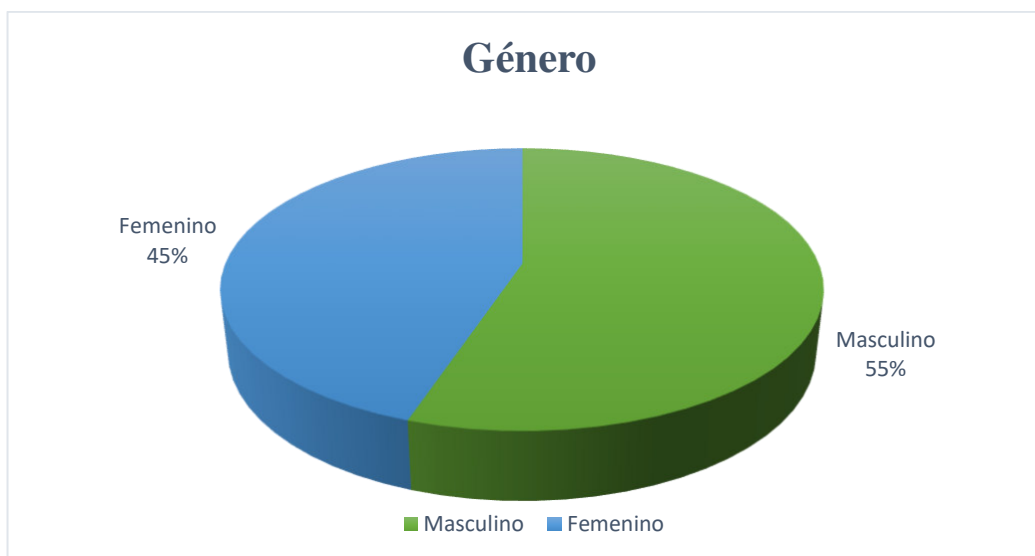
Tabla 5 Identificación de género de personas encuestadas

Genero	Frecuencia	%
Masculino	123	55%
Femenino	100	45%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 1 Identificación de género de personas encuestadas



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

Según, los datos recolectados de las 223 personas que participaron en la encuesta, se puede observar que se ha incluido al género femenino en las labores comerciales dato importante, ya que en años anteriores este fenómeno no era posible por el tipo ideológico

con el cual se manejaba la cultura Otavaleña hoy en día influyen mujeres como hombres a la hora de realizar este oficio, no existe gran mayoría ya que las destrezas comerciales se han adquirido con el pasar de los años.

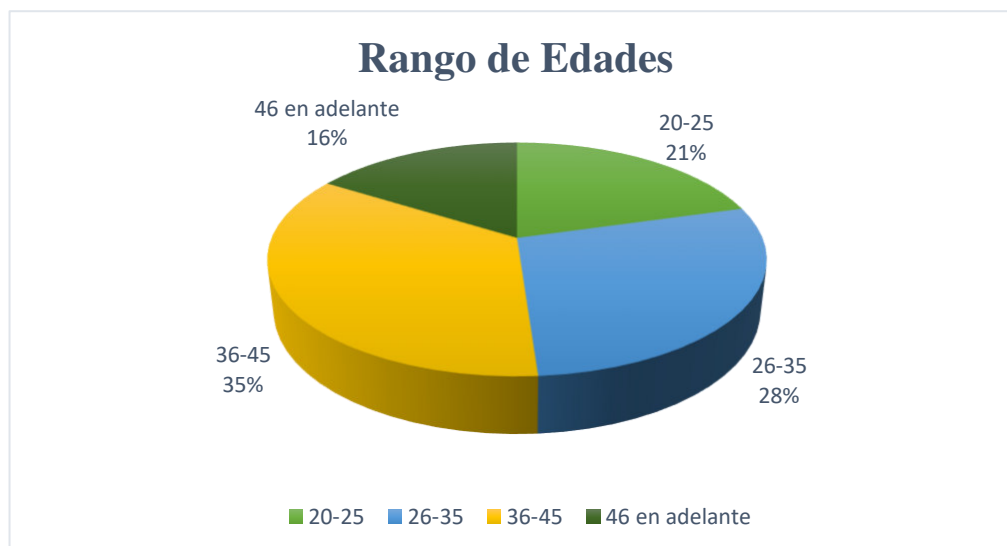
Rango de edades

Tabla 6 Rango de edades

Edad	Frecuencia	%
20-25	46	21%
26-35	63	28%
36-45	78	35%
46 en adelante	36	16%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario
Elaborado por: El autor

Figura 2 Rango de edades



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario
Elaborado por: El autor

Análisis:

La edad de los comerciantes en su mayoría promedia entre los 36 a 45 años en adelante, con un porcentaje del 35% de todo el universo encuestado, la investigación refleja

que en su mayoría son personas adultas, ya que este oficio se va dando de generación en generación, y va disminuyendo debido a la integración en materia técnica lo cual conlleva a que el oficio comercial vaya perdiendo actores por la introducción en nuevas plazas de trabajo.

Pregunta 1: ¿A qué línea va enfocado su negocio?

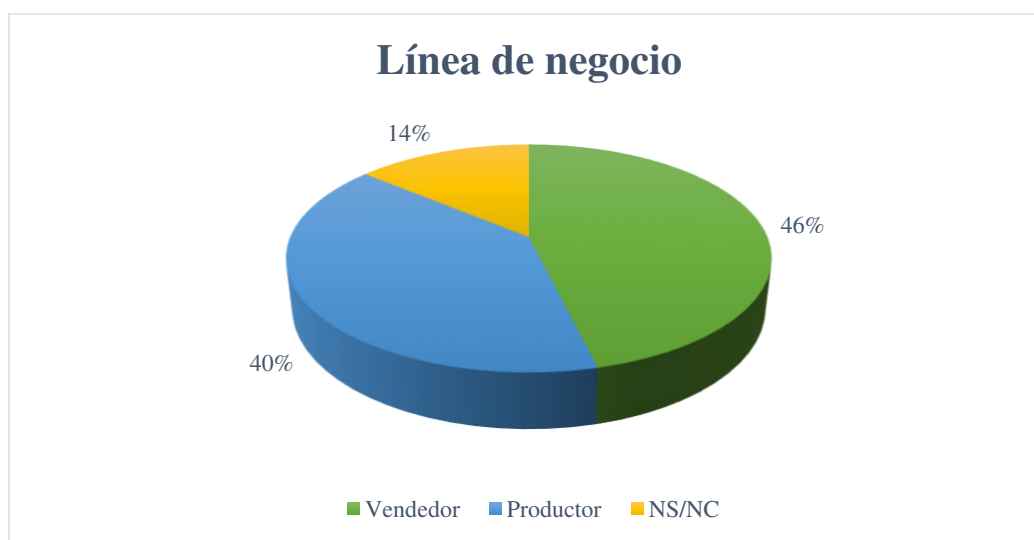
Tabla 7 Línea de negocio

Línea de negocio	Frecuencia	%
Vendedor	103	46%
Productor	89	40%
NS/NC	31	14%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 3 Línea de negocio



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

El 46% de los encuestados indican que el enfoque de su negocio va dirigido a los turistas y comerciantes, que revenden sus productos tanto en la localidad o fuera de ella,

cabe recalcar que algunos de estos comerciantes se encuentran dentro de la rama de productores, es decir que mismos integrantes de este grupo al ser una empresa familiar extienden sus lazos comerciales hacia todos los hijos y parientes, lo cual explicaría el mayor número de revendedores que de productores, el 40% está enfocado a los productores quienes adquieren estos mismos productos para así, diversificar su oferta y por último tenemos un 14% de comerciantes, que no saben o no conocen sobre a quién están vendiendo sus productos, cabe recalcar que el comercio desde todos los enfoques buscan la atracción de turistas nacionales como extranjeros.

Pregunta 2: ¿Cuáles son sus clientes potenciales?

Tabla 8 Clientes

Clientes	Frecuencia	%
Nacionales	79	35%
Extranjeros	134	60%
NS/NC	10	5%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario
Elaborado por: El autor

Figura 4 Clientes



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario
Elaborado por: El autor

Análisis:

Los artesanos a quienes se les realizó la encuesta respondieron con un 60% que sus clientes en su mayoría son extranjeros, ya que manifiestan que es el mercado que mayor ganancia deja hacia los comerciantes causando una dependencia significativa de este mercado, debido a esta dependencia un mínimo cambio en la afluencia de turistas afecta al comercio local. Por otro lado con un 35% de comerciantes que refieren a turistas y compradores nacionales como ejes principales de su negocio, por otro lado el resto de comerciantes poseedores del 5% de los encuestados, no sabe a quién está siendo dirigido su negocio.

Pregunta 3: ¿En los últimos años ha observado alguna disminución en la adquisición de sus productos artesanales? ¿En qué medida?

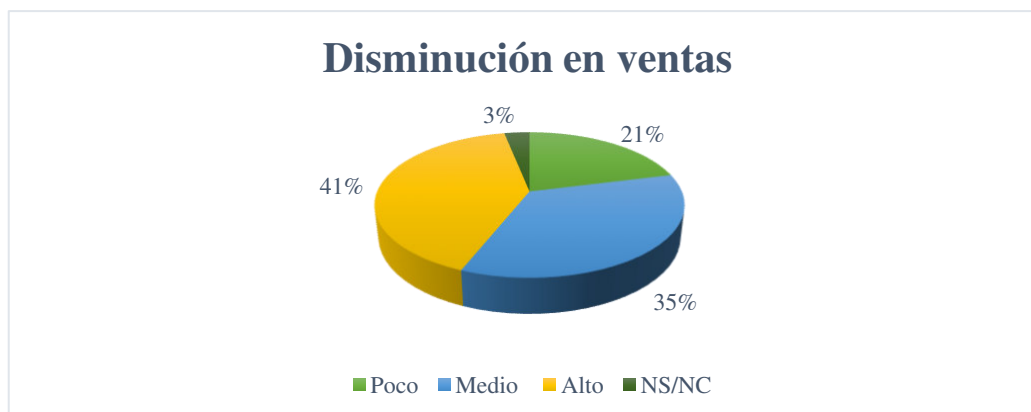
Tabla 9 Disminución en ventas

Medidas	Frecuencia	%
Poco	47	21%
Medio	78	35%
Alto	91	41%
NS/NC	7	3%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 5 Disminución en ventas



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

Los artesanos a quienes se les realizó la encuesta manifiestan en un 41%, que existe un alto índice de disminución en sus ventas, teniendo como problemática de que casi la mitad de las personas encuestadas están siendo afectadas por esta disminución, seguidamente se obtuvo un 35%, por parte de los artesanos encuestados que observan esta disminución en media parte del total de sus ventas, tomando en cuenta que en este grupo se encuentran los productores quienes realizan sus ventas al mayoreo por este motivo no es tan grave el impacto en sus ventas. Por otro lado, al realizar las encuestas también se pronunciaron los comerciantes con gran cantidad de ventas o más reconocimiento quienes se han manifestado en un 21% de que sus ventas han disminuido en poca cantidad en este grupo se encuentran las elites o grandes comerciantes quienes distribuyen sus productos a nivel regional e internacional, y por último tenemos a un 3% de que no saben en qué medida están siendo afectadas sus ventas.

Pregunta 4: ¿Cree usted que el crecimiento de vendedores en el mercado ha causado alguna disminución en sus ventas?

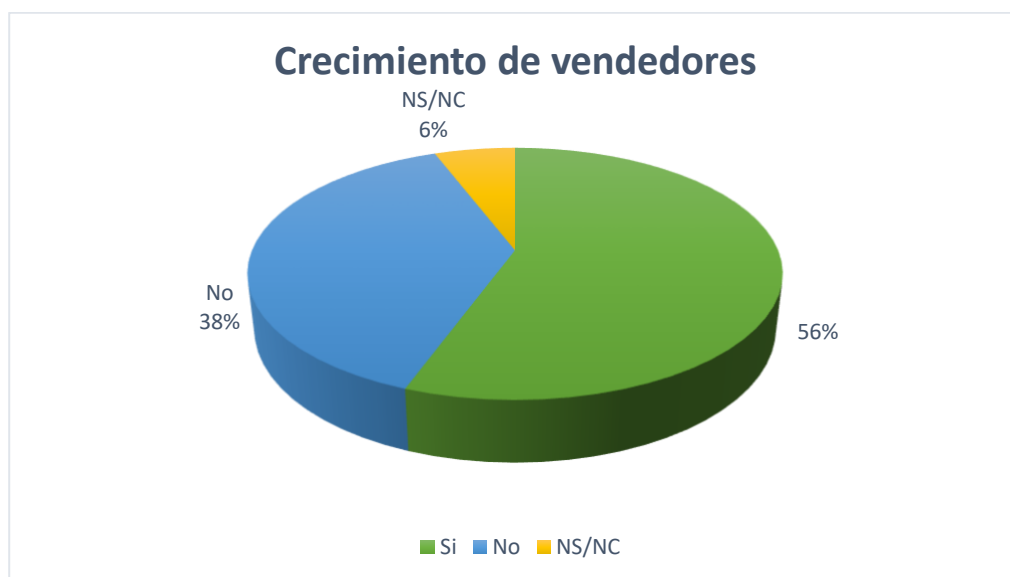
Tabla 10 Disminución en ventas bajo el crecimiento de vendedores

SI/NO	Frecuencia	%
Si	124	56%
No	86	39%
NS/NC	13	6%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 6 Disminución en ventas bajo el crecimiento de vendedores



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

Tras las encuestas realizadas se obtuvo un 56% con una perspectiva de que la disminución en ventas sí se ve afectado por el incremento de vendedores en el Mercado Centenario, ya que opinan que hoy en día se ha incrementado en gran medida el número de comerciantes al no existir regulación que impida su ingreso o así como de nuevos tipos de productos que se puedan ofertar dentro de este mercado dejando a más comerciantes en la misma localidad, causando un efecto negativo tras la disminución en ventas. Por otro lado, se obtuvo que el 38% de artesanos, opinan que se debe a otras causas como ausencia de publicidad dentro del mercado y fuera de ella, el resto de artesanos y comerciantes encuestados obteniendo un 6% se refieren que desconocen que causas estarían llevando a la disminución en sus ventas.

Pregunta 5: ¿Considera un problema a la masiva emigración de ciudadanos otavaleños y posible causa de la disminución del turismo en el cantón?

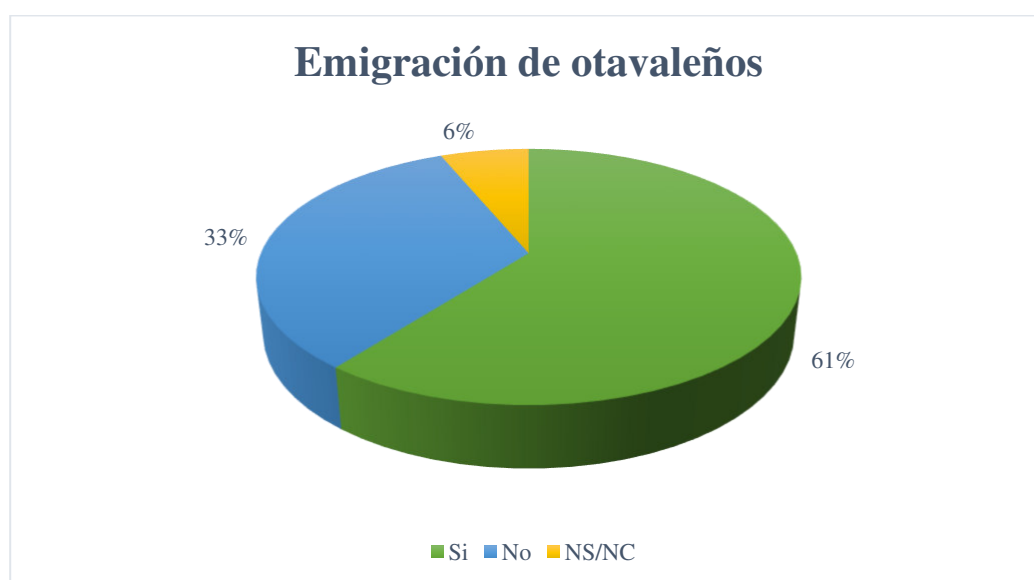
Tabla 11 Disminución en ventas bajo la migración de otavaleños

SI/NO	Frecuencia	%
Si	135	61%
No	74	33%
NS/NC	14	6%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 7 Disminución en ventas bajo la migración de Otavaleños



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

Los resultados muestran que en su mayoría el 61% de los artesanos encuestados, opinan que sí existe una problemática tras la masiva emigración de comerciantes otavaleños hacia otras localidades inclusive fuera del país ocasionando la saturación del mercado nacional como internacional posteriormente disminuyendo los precios de venta

conjuntamente con su distribución, mientras que el 33% afirma que sus ventas, no se ven afectadas tras este fenómeno y con un restante del 6% afirma que desconocen las causas de la disminución en sus ventas.

Pregunta 6: ¿Si su respuesta fue “si” considera a la emigración como una problemática, y en qué porcentaje estaría afectando a sus ventas?

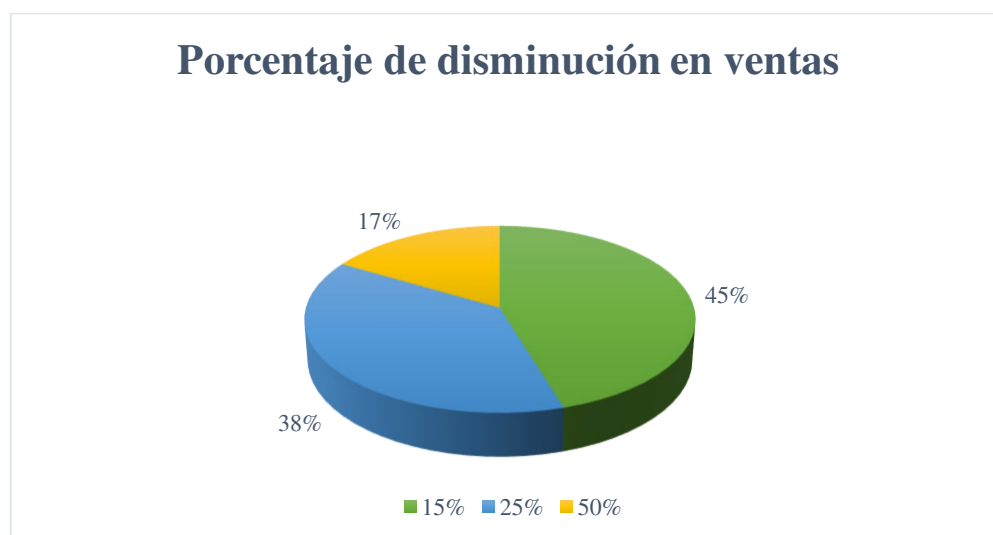
Tabla 12 Porcentaje de disminución en ventas

Porcentaje	Frecuencia	%
15%	101	45%
25%	85	38%
50%	37	17%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 8 Porcentaje de disminución en ventas



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

El 45% de los artesanos investigados afirma que sus ventas han disminuido en un quince por ciento del total de sus ventas lo cual resulta preocupante ya que del total de las encuestas realizadas la media parte observa una disminución esto ocasionado tras la ausencia de turistas y compradores en el cantón , en cuanto al 38% se ve afectado en un veinticinco por ciento del total de sus ventas y como mínima parte un 17% restante es el que más afectación ha tenido tras esta problemática ya que son comerciantes quienes dependen del comercio local y de los turistas quienes visitan al cantón, la emigración ha causado que los mismos productos se encuentran fácilmente en otros mercados artesanales inclusive en el extranjero.

Pregunta 7: ¿Cuál es el motivo para que en su negocio hayan disminuido sus ventas?

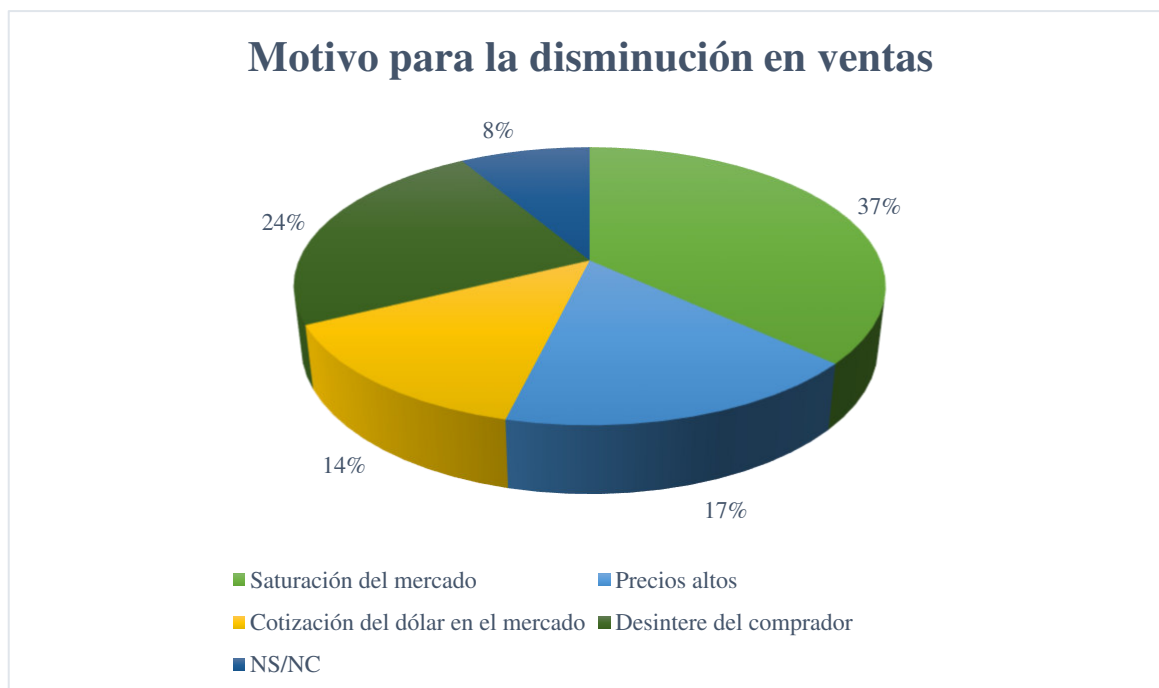
Tabla 13 Principales motivos para la disminución en ventas

Motivo	Frecuencia	%
Saturación del mercado	82	37%
Precios altos	38	17%
Cotización del dólar en el mercado	31	14%
Desinterés del comprador	53	24%
NS/NC	19	9%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 9 Principales motivos para la disminución en ventas



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

El 37% de los artesanos otavaleños encuestados consideran que el principal motivo para la disminución de sus ventas se debe a la saturación del mercado ya que la entidad reguladora quien está a cargo de este punto de venta poco o nada puede hacer con respecto a la entrada de nuevos comerciantes y productos que puedan ser distribuidos en este sitio, un 24% cree que es ocasionado por el desinterés del comprador, cabe recalcar que el mismo comerciante está consciente de que se debe a la falta de innovación en la producción de artesanías y textiles en el mercado así como la pérdida de prestigio al ser llamado mercado artesanal, por otro lado el 17% se debería a los precios altos que se manejan en el mercado ya que los turistas y visitantes mencionan que los precios son elevadamente altos a comparación de diferentes prendas también se obtuvo con un 14% afirmando de que el fenómeno para la disminución en ventas también se debía a la fuerte cotización del dólar frente a otras monedas principalmente se refirió al peso colombiano y el 8% restante afirma que no tiene conocimiento sobre este fenómeno.

Pregunta 8: ¿Considera usted que los otavaleños mindalae han afectado al comercio del Mercado Centenario?

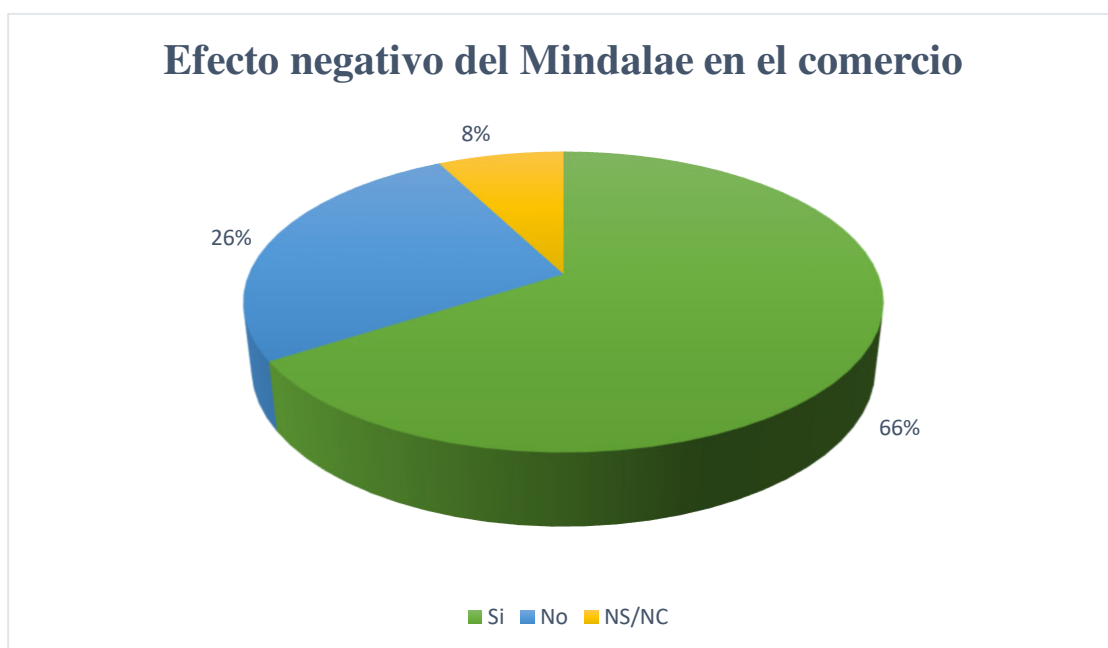
Tabla 14 Efecto negativo del Mindalae en el comercio

SI/NO	Frecuencia	%
Si	147	66%
No	59	26%
NS/NC	17	8%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 10 Efecto negativo del mindalae en el comercio



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

La mayoría de los encuestados con un 66% aciertan que sí existe un efecto negativo por parte de los comerciantes mindalae por el gran incremento de productos artesanales en

mercados locales ya que por medio de estos grupos sociales quienes se dedican al oficio comercial causan la dispersión de productos hacia otras partes de la localidad en ocasiones pueden llegar a ser los mismos productores quienes realizan este oficio Mindalae llevando así su producto al mismo costo pero hacia otros mercados nacionales e internacionales, sin embargo el 26% asegura que este personaje no tiene nada que ver con este efecto negativo por el contrario se debería a ciertos factores externos que nada tienen que ver con el Mindalae y por último el 8% de los encuestados tienen desconocimiento de si existe un efecto negativo o positivo por el tipo de comercialización que este peculiar personaje realiza.

Pregunta 9: ¿A quién ha beneficiado el actuar del otavaleño mindalae?

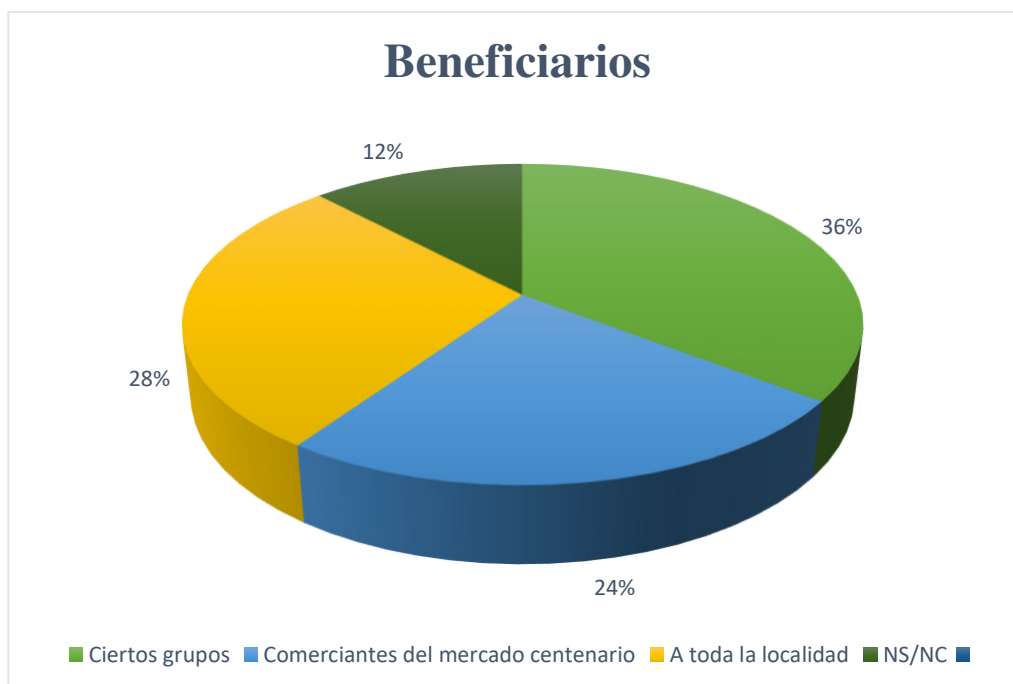
Tabla 15 Beneficiarios

Beneficiarios	Frecuencia	%
Ciertos grupos	79	36%
Comerciantes del mercado centenario	54	24%
A toda la localidad	63	28%
NS/NC	27	12%
TOTAL	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 11 Beneficiarios



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

El 36% de los encuestados mencionan que ciertos grupos son los únicos beneficiarios ya que han creado un monopolio en el que ellos son quienes controlan el mercado fijando precios y medios de pago, por otro lado los artesanos con un 28% se refieren a que ellos mismo son los beneficiarios tras este tipo de comercio tomando como forma de publicidad y distribución de mercancías hacia otras partes cabe recalcar que en su mayoría a este manifiesto son productores artesanales, mientras que el 24% cree que toda la localidad se beneficia ante la promoción y actuar del Mindalae, por último un 12% no sabe ni conoce sobre quienes están siendo beneficiados tras la comercialización de productos por este personaje.

Pregunta 10: ¿Por qué cree que la afluencia de compradores ha disminuido en Otavalo?

Tabla 16 Motivos para la disminución de compradores

Disminución de compradores	Frecuencia	%
Nuevos mercados artesanales en las principales ciudades del país	82	37%
Mismos productos en centros artesanales	63	28%
Disminución de turismo en el cantón	26	12%
Excesiva exportación de productos artesanales	33	15%
Ausencia de nuevas estrategias de venta	15	7%
NS/NC	4	2%
Total	223	100%

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Figura 12 Motivos para la disminución de compradores

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

El 37% de artesanos otavaleños encuestados considera que los nuevos mercados son los principales motivos para la disminución de ventas y afluencia en el cantón ya que representan una competencia directa hacia los vendedores y comerciantes mientras que con un 28% de encuestados cree que el motivo es la existencia de mismos productos en diferentes centros artesanales lo cual ocasiona un innecesario viaje en búsqueda de productos artesanales ya que se los puede encontrar en las mismas localidades, además un 15% hace referencia a que la excesiva exportación de artesanía está provocando una saturación de productos en el mercado nacional como internacional haciendo imposible obtener ventas, por otra parte el 11% menciona que también en su mayoría se ve influenciado por la falta de

turismo y publicidad en el cantón detalles que la administración cantonal debería de remediar mediante sus respectivas entidades, mientras que el 7% de los encuestados pronuncian que la falta de nuevas estrategias de venta son también otro factor importante para esta disminución y por último se obtiene que el 2% no sabe el motivo de esta disminución de afluencia en el cantón.

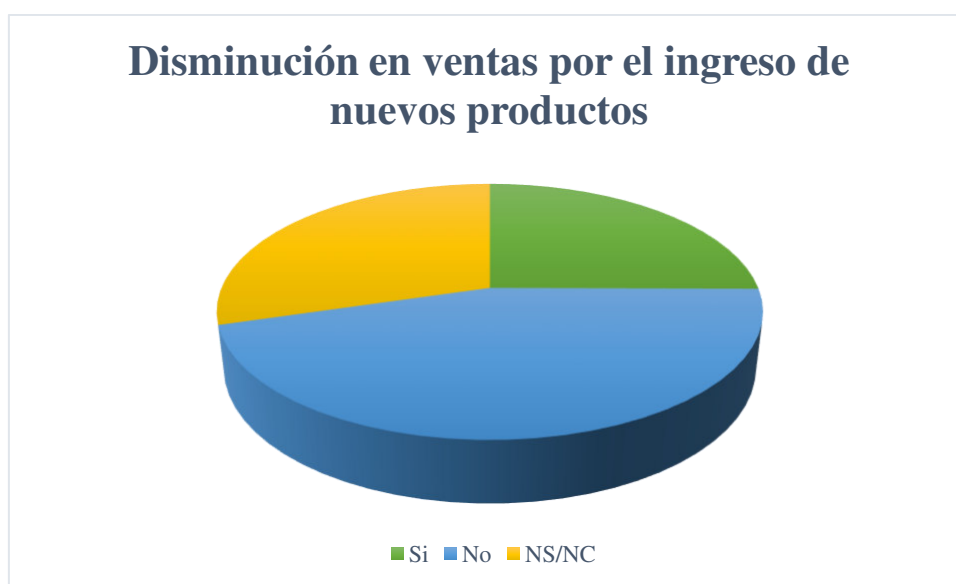
Pregunta 11: ¿La implementación de nuevos productos sean o no artesanales ha influido en la disminución del comercio del Mercado Centenario?

Tabla 17 Disminución en ventas por ingreso de nuevos productos

SI/NO	Frecuencia	%	
Si	56	25%	
No	101	45%	
NS/NC	66	30%	
Total	223	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario
Elaborado por: El autor

Figura 13 Disminución en ventas por el ingreso de nuevos productos



Fuente: Encuesta aplicada a comerciantes del Mercado Centenario
Elaborado por: El autor

Análisis:

El 45% de artesanos indica que sus ventas no han disminuido por el ingreso de nuevos productos procedentes de otras localidades por lo cual se cree que no han afectado al comercio del Mercado Centenario es importante mencionar que la perspectiva que toma el comerciante acerca del efecto negativo que tiene el ingreso de productos al mercado local es una simple perspectiva lo cual se corroborará en la entrevista que se realizará a los mismos comerciantes pidiendo clarificar este punto de la encuesta, con una participación no menos importante el 30% no sabe si el ingreso de productos está afectando a las ventas internas del centro de comercialización y por último se obtuvo un 25% afirmando que sí existe un efecto negativo en las ventas y comercialización de productos ya que no todos los productos son elaborados artesanalmente por el contrario son productos industrialmente fabricados lo cual afecta al prestigio de los productos y por ende a la perspectiva de compra de los turistas además de que resulta imposible competir con los precios de venta.

En cuanto a la realización de la entrevista se buscó profundizar sobre el mercader Otavaleño con base en opiniones de comerciantes de gran prestigio y de mayor trascendencia constatando todo lo que se ha expuesto en la adquisición de información sobre los turistas también es necesario mencionar que las entrevistas realizadas se enfocaron a autoridades quienes afirman que es difícil dar un seguimiento cuando estos actores no están dispuestos a someterse a los lineamientos que otorgan estas entidades.

1.1.9.

1.1.10. Entrevistas aplicadas

1.1.1.3 Entrevista realizada al presidente de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo, (UNAIMCO).

La siguiente entrevista se realizó al presidente de la UNAIMCO, Sr. Humberto Lema, se buscó obtener una mejor perspectiva acerca del comercio que se va dando en el mercado centenario, ya que es lugar de alojamiento de la mayoría de comerciantes del cantón, el objetivo de la entrevista es obtener una mayor percepción e información relevante sobre la causa de la problemática existente en la localidad de si está siendo afectada por el actuar comercial del Otavaleño Mindalae, y que impacto tiene hasta hoy en día este tipo de comercialización. También es necesario analizar qué tipo de acciones o medidas pueden ser ejecutadas por parte de la entidad, tratar de entender si es posible poder tomar decisiones, que de alguna manera influyan en el actuar comercial del Mercado Centenario, para lo cual se procedió a realizar la siguiente entrevista (ver anexo II).

De acuerdo a lo expresado en la entrevista realizada al director UNAIMCO, se pudo obtener la siguiente información:

1. ¿Cómo ha trabajado la UNAIMCO, frente a la disminución en las ventas de ciertos comerciantes?

Actualmente la UNAIMCO, ofrece servicios tanto al sector productivo comercial del Mercado Centenario, a todos los artesanos se les brinda cursos de capacitación en materia de comercialización y expansión del mercado, así también, talleres que ayuden al mejoramiento del producto, para una mayor acogida la entidad está enfocada principalmente en la calidad de los productos y cantidad de producción entorno, a un enfoque artesanal los talleres se dan en ciertos periodos de tiempo, en sus propias instalaciones.

2. ¿Qué medidas se han tomado frente al monopolio existente por grupos que se dedican a la exportación de productos artesanales?

No se han tomado medidas, que enfrenten a la problemática o puedan solucionar el monopolio de ciertos grupos ya que el establecimiento no puede ocuparse de las labores o tipo de comercialización que realicen los artesanos y comerciantes otavaleños.

3. ¿Realizan algún tipo de seguimiento a los productores?

En los últimos 5 años, no se ha realizado ningún censo o tipo de seguimiento para conocer la situación actual de los productores y comerciantes, la entidad se ha enfocado en los saberes ancestrales, la producción y capacitación de artesanos otavaleños.

4. ¿Cree usted que ciertos grupos se ven beneficiados al exportar sus productos fuera del mercado local?

Se ha observado a ciertos grupos sociales, que han obtenido un beneficio significativo frente a otros comerciantes, debido a la capacidad de producción poder adquisitivo de estas personas, ya que están capacitados para poder exportar sus productos hacia mercados internacionales, una cualidad peculiar de estos grupos de comerciantes se distingue por el crecimiento económico y comercial que manejan, ya que cuentan con mayores habilidades y destrezas a la hora de realizar negocios.

5. ¿La institución ofrece capacitaciones a los artesanos?

La UNAIMCO, ofrece capacitaciones a comerciantes y artesanos del Mercado Centenario, en materia de comercialización, atención al cliente, producción e idiomas, cabe recalcar que las capacitaciones de comercialización son superficiales, ya que la mayoría de capacitados no cuentan con un estudio significativo, para conocer la materia de comercio, las capacitaciones se realizan en ciertos periodos de tiempo, no son frecuentes, ya que no existe ayuda significativa por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, se posee un estimado de cuatro capacitaciones anuales, enfocados a diferentes temas que no tanto tienen que ver con la necesidad del artesano, sino con la ayuda que es ofrecida por parte de entidades extranjeras.

6. ¿Considera usted que ha aumentado el comercio por parte del sector artesanal?

Actualmente, no se ha procedido a realizar un censo sobre el incremento o disminución en las ventas del Mercado Centenario, en su mayoría se ha observado una disminución en las ventas de artesanía en el mercado, se cree que existe una saturación en el mercado tanto nacional como el extranjero, debido a la gran emigración de comerciantes otavaleños, ya que mismos productos existen en diferentes mercados artesanales, lo cual provoca un desinterés por parte del comprador haciendo que los mismos productos sean adquiridos en otras localidades, siendo innecesario emprender el viaje hacia el cantón.

7. ¿De acuerdo a la información que ustedes manejan, la exportación de productos artesanales ha afectado de alguna manera el comercio local de los productos ofertados en el mercado Centenario?

Se ha podido apreciar una disminución en la afluencia de turistas y compradores nacionales y extranjeros, debido a la saturación que existe en el mercado local y extranjero, la manera como está llegando a afectar al comercio local es por la disminución de turistas y consecuentemente la baja demanda en ventas en el mercado, por parte de la entidad, no se ha podido implementar estrategias para corregir esta disminución de afluencia de turistas en el cantón, el único punto que se ha podido realizar es los talleres y capacitaciones que brinda la entidad, así como la publicidad, que se brinda en conjunto con la cámara de turismo de Otavalo, los resultados que se han obtenido son poco o nada, ya que es irrelevante que un turista vea como atractivo la adquisición de productos artesanales en el cantón, pudiendo conseguirlos en diferentes localidades haciendo innecesario la búsqueda de dichas artesanías.

8. ¿Conocen ustedes de iniciativas o estrategias de ventas llevadas a cabo por los comerciantes para reducir los impactos negativos a causa de las exportaciones en el comercio local?

No se tiene ningún conocimiento sobre iniciativas por parte de los artesanos, ya que son dependientes de los turistas y compradores, quienes frecuentan este sitio turístico comercial, por ende, la problemática que hoy en día existe sobre la disminución en ventas.

9. ¿Cómo influye el Mindalae en el comercio local? ¿Existe algún vínculo entre las fluctuaciones comerciales locales y este personaje?

El efecto del otavaleño Mindalae, es la expansión del mercado como hábil mercader y comerciante, en este sentido su objetivo es la distribución de productos por la localidad, este personaje es indispensable en la economía del cantón, ya que es quien dinamiza el comercio e influye en su economía, principalmente en el lugar donde realice sus labores comerciales.

10. ¿Considera usted que existen problemas comerciales en el mercado Centenario?

Al momento existen varias problemáticas en el Mercado Centenario, si bien es cierto que existe una gran salida de productos artesanales hacia el mercado internacional y regional, lo cual ha ocasionado beneficios a ciertos grupos de comerciantes, también se ha podido observar un incremento de oferentes de mismos productos ocasionando una disminución en las ventas de todos los comerciantes otavaleños, este tipo de comercio se ha visto estancado por la falta de nuevas estrategias de venta por parte de los productores y vendedores, la UNAIMCO, busca cómo solucionar estas problemáticas trabajando conjuntamente con la cámara de turismo de Otavalo.

Analisis:

Para el efecto de la distorsión o las fluctuaciones que se realizan en el mercado otavaleño, por parte de los mismos comerciantes de dicha ciudad, se ha procedido a realizar la siguiente investigación en una de las entidades más grandes de la ciudad, como es la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario (UNAIMCO), esta entidad es quien representa al comerciante y artesano otavaleño, ya que es quien emite los certificados de ser comerciantes calificados, así también lleva el cargo de responsabilidad frente a las ayudas que se otorgan a comerciantes indígenas, quienes necesiten capacitaciones en el entorno de la comercialización y la internalización de sus productos artesanales.

La UNAIMCO, actualmente ofrece servicios en el sector productivo artesanal principalmente en el sector comercial, ya que esta inmiscuido en todo el campo comercial y cultural del Mercado Centenario, (Plaza de Ponchos). Tras la realización de la entrevista se pudo observar las necesidades de los vendedores, al cual la entidad trabaja en diferentes campos, pero no es posible dar un seguimiento minucioso frente a las diferentes problemáticas que están atravesando los comerciantes del mercado centenario, frente a esto el dirigente de la entidad supo manifestar que el efecto que está afectando al comercio de la localidad, es la falta de dinámica en los comerciantes, así como la ausencia de nuevos aportes para la fabricación de sus productos, ya que no se ha observado algún cambio en sus productos, por lo que se interviene en el desinterés de la ciudadanía para la adquisición de estos productos artesanales. Se menciona que se busca implementar nuevas estrategias para la supervivencia del mercado, que el fin de esta entidad es luchar por los derechos de los comerciantes y sus saberes ancestrales, por este motivo cada cierto tiempo, se otorgan nuevas capacitaciones, ya sea tanto en materia de comercio exterior, por la historia de los comerciantes, así como de la recuperación de temas culturales como es el idioma, la entidad como prioridad es convertir al artesano en un hábil comerciante por medio de charlas y capacitaciones, para así poder hacer frente a la distorsión que existe en el Mercado Centenario, por las diversas causas que están ocasionando la disminución en la afluencia de turistas y compradores.

Tras la realización de la entrevista el director de la entidad citando a la problemática, y a los efectos mencionados por los comerciantes otavaleños, también a diferentes contextos históricos, se ha procedido a realizar estudios lo cual resalta que la entidad está pendiente de los acontecimientos y necesidades a las que se enfrentan los comerciantes. Retomando el tema de estudio el dirigente manifestó que en gran parte a la disminución de las ventas de la localidad, se debían a la gran salida de otavaleños fuera del país y de la localidad, por lo que frente a esta interrogante, se realizaron diferentes estudios sobre la población consecuentemente las encuestas realizadas en la ciudad, arrojaron como resultados la existencia de un gran flujo migratorio por parte de los ciudadanos, lo cual trajo como consecuencia aspectos positivos como negativos se mencionaron uno de estos por medio de este flujo, se ha podido eliminar la discriminación, el racismo por parte de los mestizos hacia los indígenas, ya que al regreso de dichos migrantes se ha podido apreciar un mejoramiento

en ciertos aspectos de la ciudad, como por ejemplo, la vivienda convirtiendo la zona urbana en indígena, también como la adquisición de nuevas experiencias en negocios, la apertura de nuevas dinámicas en las negociaciones como nuevos emprendimientos, que eran poco comunes en la ciudad un efecto es la burguesía que se desarrolló por parte del movimiento indígena migratorio, así concluyó esta entrevista con todos los temas e interrogantes planteados en la problemática y objetivo de la investigación, además se brindó nuevas fuentes de información con las cuales se podrá sustentar el tema a investigar.

1.1.1.4 Entrevista a comerciantes del mercado Centenario

La siguiente entrevista se realiza con la finalidad de determinar el flujo comercial que existe en el cantón Otavalo, para lo cual, se procede a realizar la siguiente entrevista a cinco comerciantes del mercado Centenario (Plaza de Ponchos), con una trascendencia de tiempo no menor a 10 años, obteniendo la siguiente información (ver anexo III).

1. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la comercialización de artesanías en la localidad?

Los comerciantes del Mercado centenario, manifiestan que en su mayoría las personas que realizan este oficio, cuentan con una gran trascendencia datan de unos 15 a 20 años en adelante ya que no pueden abandonar sus lugares de trabajo por motivos comerciales especialmente por su sitio en el cual laboran, ya que manifiestan los entrevistados que si llegan a perder dicho sitio, es casi imposible recuperarlo por lo cual, se han visto en el papel de no poder salir de ese lugar mientras que el motivo para seguir en este lugar específicamente, es la afluencia de turistas y el lucro que pueden llegar a generar dependiendo de las ventas que cada comerciante pueda llegar a realizar, cabe recalcar que en los últimos años, no es tan lucrativo como eran en años anteriores.

2. ¿Del tiempo que usted lleva comerciando, qué años fueron de mayor afluencia de turistas y ventas en el Mercado Centenario?

En el tiempo que se mantuvieron realizando estas labores comerciales, el período en que mayor afluencia de compradores existió fueron en los años de 1990, hasta el 2005, cabe recalcar que son fechas aproximadas con base en las referencias que se manifiestan de los mismos vendedores y comerciantes del Mercado Centenario, se puede tomar en cuenta a estos años como uno de los cuales el turista se enfocaba a un tipo de turismo comercial mientras que a diferencia de hoy en día, los productos artesanales no son apreciados de la misma manera comparando a los años ya mencionados, esto a causa de factores que afectaron a la producción y comercialización de artesanía a nivel local y mundial.

3. ¿Cuáles fueron hace aproximadamente 5 años los productos de mayor acogida entre los compradores?

Los productos que generalmente tuvieron mayor acogida fueron los textiles elaborados a base de alpaca, los comerciantes manifiestan que los turistas observaban con atracción estos productos, ya que es una materia prima existente únicamente en el sur de América lo cual causaba sensación entre los compradores, el producto más vendido en ese entonces es el saco de alpaca y chompas elaboradas del mismo material, además se manifiesta que sí se sigue comercializando el mismo producto de hace muchos años atrás, lo cual da como resultado un producto obsoleto, ya que al pasar el tiempo se ha saturado el mercado con el mismo producto existente en la mayoría de puestos del Mercado Centenario, además los entrevistados se refieren a que el producto que aún se encuentra en la localidad, ya no tiene la misma acogida por parte de los turistas al no observar ninguna mejoría en el producto, tanto en diseño como en la calidad ocasionando un desinterés hacia estos productos artesanales.

4. ¿Cuántos puestos posee en el Mercado Centenario?

Los comerciantes entrevistados manifiestan que al realizar este oficio cada uno posee alrededor de dos a cuatro puestos comerciales, la dinámica existente tras estos lugares es el traspaso de los mismos hacia terceras personas, esto se debe a que nuevos comerciantes van introduciéndose a los lugares comerciales, en este caso el Mercado Centenario nuevos comerciantes que proceden de diferentes lugares del Ecuador, además los mismos comerciantes se refieren a que el incremento de personas en este sitio comercial, se debe a que no existe ninguna barrera técnica para proteger el número de comerciantes que laboran en este lugar por lo cual, si un comerciante ya establecido decide abandonar estas labores comerciales, generarían vacantes de dos a cuatro puestos comerciales a lo que sumaría la oferta de productos así como, el número de comerciantes existentes en el Mercado Centenario.

5. ¿En su opinión a qué se debe que el comercio de la localidad haya disminuido?

En su mayoría, opinan que la disminución de las ventas en la localidad se debe a varios factores que inciden directamente en la adquisición de productos por parte de los turistas y compradores quienes frecuentan este tipo de lugares, además los comerciantes afirman que productos que no son de la localidad afectan al comercio ya que causan la disminución en el precio de los productos, los que mayor incidencia tienen en este mercado son los productos peruanos, ya que cuentan con un precio mucho más bajo lo cual incide directamente en el precio de venta. En cuanto a la calidad del producto otro factor que afecta directamente en el costo y demanda poco o nada se ha podido realizar, ya que se cuentan en todo el mercado con los mismos productos con materiales que en su mayoría no son de procedencia natural, como se promociona para su venta lo cual afecta directamente al prestigio de todos los productos existentes dentro de este mercado, en cuanto al costo del producto, sí se observa una afectación negativa en las ventas ya que es un costo elevado a comparación de los productos que no son originarios llegando a ser menos competitivos que los productos foráneos, tomando en cuenta que cuentan con un actuar novedoso en cuanto a la línea de productos que se ofertan.

Al referirse a la comercialización de productos artesanales en su mayoría no son originarios, inclusive provienen de otras regiones del país, por lo que el comerciante Otavaleño, ha optado ser el intermediario entre el productor y el comprador causando un incremento en el precio final de venta, al ser un intermediario ha observado la necesidad de diversificar su catálogo de productos introduciendo mercancía de otros lugares, para así poder ofrecer una variedad de productos, con el fin de obtener un mayor porcentaje a la hora de concretar una venta, por otro lado al hablar de la procedencia exacta de sus productos los comerciantes manifiestan que siempre existe una mezcla entre diseños, calidad y otras cualidades que podrían certificar que el producto es netamente Otavaleño, por último, se obtuvo que de los cinco entrevistados, dos son productores y los tres revendedores, es decir que en su mayoría en el centro de comercialización existen revendedores frente a los propios productores.

6. ¿Ha podido acogerse de algún tipo de ayuda que es brindada por parte de la UNAIMCO?

De los entrevistados una persona es la única que ha adquirido un tipo de capacitación enfocado al idioma, el entrevistado supo manifestar que en su mayoría no son temas empresariales o comerciales, por el contrario es ayuda brindada por entidades no gubernamentales procedentes de diferentes países, en coordinación con la UNAIMCO, en cuanto a las capacitaciones para el mejoramiento comercial, no se han brindado ayuda o por lo menos no han llegado a obtener alguna invitación en cuanto a este tema, por lo tanto no ha sido de gran ayuda esta entidad ya que los comerciantes manifiestan que no hay ayuda física directamente en el Mercado Centenario, o en cuanto a capacitaciones son escasas y de temas que no son de gran interés para el comerciante, por último los comerciantes manifiestan que este lugar de comercialización al ser regido por propios habitantes y quienes ejercen este oficio, no han permitido la introducción de entidades quienes quieran regular a estas personas, por lo cual la entidad se siente en incapacidad de poder realizar alguna actividad para el mejoramiento de este sitio.

7. ¿Cómo influye el Otavaleño Mindalae en sus ventas?

El Otavaleño Mindalae, influye de gran manera en el comercio de la localidad ya que este actor ha sido un factor principal para la salida de productos artesanales fuera de Otavalo, pero al realizar este tipo de comercialización las ventas locales se han visto afectadas de manera que han perjudicado en la economía de este sitio, al referirse a este actor los comerciantes tienen una idea de que las personas quienes laboran de esta manera son quienes se llevan todo el crédito de las ventas artesanales, ya que ellos son los más beneficiados en conjunto con el productor que en algunos casos son los mismos productores quienes ejecutan esta actividad, haciendo que el producto que se comercializa en la localidad se encuentre en diferentes ferias y centros artesanales del Ecuador así como fuera del país.

Tabla 18 Identificación del flujo comercial que existe en el cantón Otavalo

	Comerciantes	1	2	3	4	5
tiempo	5 años					
	10 años					
	15 años					
Afluencia de compradores	1980					
	1990					
	2000					
	2010					
Producto	Chompas					
	sacos					
	ponchos					
	gorros					
	bufandas					
Puestos	1 puesto					
	2 puestos					
	3 puestos					
	4 puestos					
	5 puestos					
Disminución en ventas	N.productos					
	Calidad					
	Costo					
	Competencia					
Ayuda de la UNAIMCO	SI					
	NO					
Influencia del Mindalae	Positivo					
	Negativo					

Fuente: Entrevista a comerciantes del Mercado Centenario

Elaborado por: El autor

Análisis:

En vista a las problemáticas ya mencionadas se ha podido observar que el artesano y comerciante Otavaleño se encuentra en una problemática que están enfocadas hacia la disminución en ventas lo cual se ha ido agudizando con el pasar de los años esto causado por diferentes factores que estarían afectando al comercio Otavaleño en general, para lo cual se logró realizar esta entrevista a quienes están involucrados en esta problemática pudiendo constatar de que los mismos artesanos están conscientes de que ellos mismos estarían siendo partícipes de esta disminución turística y comercial basados en diferentes factores tanto de manera productiva como comercial.

Al ser un cantón netamente comercial se ha logrado analizar varios factores involucrados en esta problemática logrando identificar variables de los cuales estarían interviniendo todo esto sumado al actuar Mindalae en el comercio local, los artesanos al estar conscientes de esta disminución afirman que se debe a que no existe entidad quien regule el actuar personal de cada comerciante ya que la UNAIMCO se encarga de diferentes funciones que no han sido significativas para la población quien subsiste de este oficio comercial por consiguiente se ha tomado en cuenta el gran número de vendedores quienes se encuentran en el Mercado Centenario llegando a formar un gran nivel competitivo entre los mismos comerciantes afectando al comercio en general ya que estos competidores ofertan los mismos productos incrementando la oferta comercial existente causando una disminución económica para cada vendedor y familia. Además cabe recalcar que esta entidad no ha podido regularizar la entrada de vendedores al mercado siendo otro factor fundamental para esta disminución debido a la aglomeración de vendedores siendo casi imposible poder competir entre comerciantes al existir esta gran oferta los mismos comerciantes han logrado extender su mercado lo cual ha causado un efecto negativo en cuanto al comercio ya que ha acelerado esta disminución extendiendo estos mismos productos a nivel nacional e internacional causando un desinterés en el turista ya que es mucho más fácil adquirirlos en lugares cercanos haciendo innecesario ir en busca de estas prendas y artículos artesanales.

Por lo tanto nuevos Mindalae quienes buscan ampliar su oferta comercial estarían afectando significativamente a quienes deciden o se ven obligados a quedarse por falta de experiencia e incentivos que promuevan la salida de productos fuera del país dando las

mismas igualdades a todos quienes deciden ampliar su mercado ya que no cuentan con la ayuda necesaria de entidades quienes dirijan o hagan frente a esta problemática. Cabe recalcar que los comerciantes dirigen este enfoque hacia los Mindalae y a factores que causan esta disminución, se refieren al oficio mindalae como una actividad ancestral que actúa positivamente en el comercio local pero al ser ejercida en gran cantidad estaría afectando de manera negativa ya que evitan que frecuentes y nuevos turistas se vean tentados en visitar el cantón en busca de productos elaborados artesanalmente y en cuanto a los factores que dicen afectar sus ventas se refieren a que nuevos productos ya que son ingresados libremente al mercado incluyendo un costo menor al de la producción local haciendo imposible competir, otro punto que mencionan es la falta de creatividad y nuevos cambios en la producción de artesanías todo esto sumado al rezago de los comerciantes en cuanto a temas de capacitación y a nuevas prácticas se refiere.

Discusión

El objetivo de la investigación es analizar el impacto que ejerce el Mindalae en el comercio local del cantón Otavalo, para lo cual se partió de premisas y enfoques que en un principio se estimaban que eran los causantes principales del efecto negativo que se presenta actualmente en cuanto al comercio en este cantón, este estudio se realiza con la finalidad de obtener una mejor comprensión acerca del actuar del comerciante Mindalae y de tal manera buscar una solución a esta problemática, previo a esto también es importante destacar que así como se especula tener desventajas también conlleva beneficios esta peculiar forma de realizar comercio, para ello se procederá a observar y estudiar la situación actual de los artesanos bajo ciertos lineamientos comerciales y culturales.

Al comenzar con la investigación se obtuvieron diferentes términos y puntos de vista desde diferentes conceptos mediante el cual se obtuvo una premisa designando al artesano y comerciante Mindalae del cantón Otavalo como factor fundamental para la problemática en esta investigación, conforme se avanzaba con la investigación se clarificaban las especulaciones sustentándose en datos obtenidos desde diferentes fuentes, los mismos que se presentarán posteriormente. Se ha hecho énfasis a la globalización, al ser esta una de las características que ha llevado a identificar al comerciante Mindalae, estableciéndolo como un factor que intervendrá en la asimilación de este personaje, puesto que gracias a la apertura de fronteras el Mindalae ha podido ir incrementando su oferta para así llegar a la expansión de su mercado en diferentes partes del mundo. Al hablar del Mindalae específicamente también podemos hacer referencia al comercio ya que este nombre se le atribuye debido a las cualidades que conlleva este personaje a la hora de comercializar sus productos desde tiempos remotos e inclusive basándonos en la conquista española y es pues que gracias a esta habilidad este comerciante ha podido trascender a lo largo de la historia a diferencia de otras culturas.

Al analizar la problemática que en un principio se lo deducía como verdadero, se pudo llegar a constatar una gran diferencia entre las opiniones referidas por parte de los comerciantes y los resultados indicados por el INEC; los comerciantes quienes afirmaban que hoy en día la afluencia de turistas y compradores es mucho menor a comparación al de años anteriores pero en el transcurso de la investigación tomando como base a los datos

otorgados por el INEC realizados en un estudio en un periodo de cuatro años a la fecha se pudo constatar que la realidad es muy diferente al manifiesto de los comerciantes, llegando a observar en los datos que cada año ha ido incrementado la afluencia de turistas al cantón. Estos datos contradicen las especulaciones negativas por parte de los comerciantes acerca del Mindalae en el cantón Otavalo creando así una duda entre las especulaciones y los datos concretos tomados como base de estudios reales, y por ende dando un nuevo planteamiento con respecto a la causa de esta disminución y la problemática que está atravesando el cantón, por consiguiente abriendo paso a nuevas interrogantes y del mismo modo ampliando las posibles causas de esta problemática. A razón de esto se procedió a realizar encuestas acerca de las posibles causas y dificultades que atraviesan los artesanos.

Para el sustento de la problemática se tomó en cuenta algunos aspectos, una de ellas es la preferencia que posee el turista acerca de los distintos lugares del Ecuador dependiendo del enfoque que busca, para llegar a determinar esto, se ha tomado como referencia a las encuestas realizadas en años anteriores y proceder a realizar una comparación en cuanto a este cambio, para ello se contó con los datos obtenidos del ministerio de turismo en el año 2006, en el cual se observa que el cantón Otavalo se encuentra ubicado en el sexto lugar de preferencias a visitar por los turistas extranjeros dando así como positivo en esos años la realización de actividades comerciales por la gran afluencia de turismo en el cantón, mientras que en el año 2018, se observó una gran disminución en la preferencia de los turistas ya que indica que el cantón pasó del sexto lugar al catorceavo puesto entre las ciudades y cantones más visitados del Ecuador, para determinar esto también se procedió a realizar el estudio pertinente basándonos en la misma entidad quien además de realizar estas observaciones también proporciona seguimiento a este tipo de actividades. De acuerdo a los datos ya mencionados se puede estimar que el cantón es menos atractivo turísticamente por varias razones una de ellas es el actuar comercial del Otavaleño además de los diferentes atractivos que se han implementado en los cantones y ciudades aledañas quienes han ido incrementando su oferta turística gracias a la agregación de nuevos productos llamativos que favorecen su comercio e inclusive exponiendo productos artesanales propios del cantón Otavalo, haciendo esto que sea innecesario ir en busca de ellos a su sitio de origen. Por este motivo las entidades del cantón Otavalo han tomado varias medidas para de alguna manera captar al turista, así como lo explica el Ministerio de turismo del Ecuador, una de ellas se

realizó aplicando campañas publicitarias. Haya sido o no de ayuda las medidas tomadas es importante recalcar que en los últimos 10 años ha incrementado en un 6% la afluencia turística en el país consecuentemente en el cantón.

Para el sustento de la problemática también se tomaron en cuenta algunos aspectos económicos, realizando un análisis de años anteriores conforme a los ingresos económicos al cantón enfocados en las actividades comerciales que se realizan. En el año 2010 se ha podido observar que el ingreso con mayor relevancia es del comercio al por mayor y menor representado con un 82.5% ubicándose en el primer puesto según datos del INEC sobre el censo económico de dicho año, mientras que en años anteriores a la misma fecha la misma entidad muestra al comercio ubicado en quinto lugar en cuanto a ingresos económicos. Se puede deducir que esto se debe a que en los últimos años las personas se han dedicado en su mayoría a realizar actividades comerciales, siendo la actividad con mayor participación, debido a esto también ha creado una saturación en el mercado haciéndolo menos favorable para ejercer este oficio, por otro lado, en años anteriores dedicaban sus labores cotidianas a manufacturas, construcción, agricultura, entre otros, diversificando así las plazas laborales .

Se ha podido constatar en el estudio realizado que el efecto negativo que se está dando en el cantón en cuanto a la disminución en ventas supuestamente bajo la afectación del comercio Mindalae ha sido una referencia no verídica pues existen datos que muestran lo contrario, por lo cual no contribuye a esta problemática, ciertos grupos de comerciantes han manifestado también lo contrario por lo cual se hace referencia a que no es un factor contundente para esta problemática que se creía desde un principio; la apreciación que se tiene sobre el causante de esta problemática tras este tipo de comercio Mindalae sumado a otros factores es lo que ha llevado a esta disminución en ventas seguido de un sin número de motivos por el cual los compradores y turistas se han visto influenciados tras el desinterés en cuanto a la compra de estos productos artesanales.

Los comerciantes Otavaleños manifiestan que existe una disminución de turistas y compradores en el Mercado Centenario al afirmar esto no se sustentan en los datos que posee la Cámara de Comercio de Otavalo y entidades gubernamentales como el ministerio de turismo en donde por el contrario se ha podido evidenciar que sí existe un aumento periódico

de afluencia de turistas en la localidad pero se debe tomar en cuenta que todos estos cambios que se han dado en el transcurso de los años dentro y fuera del Mercado Centenario ha ocasionado un enfoque distinto en los turistas ya que se ven influenciados en otro tipo de turismo no necesariamente en el comercio inclusive, cabe destacar que la aglomeración de diferentes puntos turísticos dentro de la misma ciudad beneficiaba a los comerciantes y por ende al comercio, lo cual hoy en día ha cambiado ya que se ha podido evidenciar en gran mayoría una disminución en ventas y esto se cree que se debe a la dispersión de estos sitios turísticos hacia otras partes de Otavalo debido al crecimiento del cantón .

Además se buscó una premisa en cuanto a la problemática del estudio arrojando varios temas en común y otros apuntando al mismo entendimiento del porqué de esta interrogante, así como se pudo constatar que habiendo existido varios estudios por parte de entidades gubernamentales, también se pudo comprobar que Otavalo es uno de los lugares más predominantes en la afluencia de turistas obteniendo un porcentaje del 67% en cuanto a su prevalencia de turistas tal y cómo lo indica el estudio que se realizó en el GADMO OTAVALO en noviembre del 2015 con el fin de predestinar nuevas tendencias en el campo turístico por parte del municipio, así pues contribuyó a afirmar que Otavalo es un destino competitivo a nivel nacional tomando en cuenta que esta localidad está atravesando problemas en campos económicos, al focalizarnos en cuanto al estudio realizado se pudo también observar que en su mayoría los compradores y turistas son provenientes del extranjero entre los principales países son Estados Unidos, Colombia, Alemania, Francia e Inglaterra. Este estudio podrá ser utilizado como una guía para el estudio de los diferentes mercados potenciales que pudiesen existir en los países ya mencionados puesto que estos países aún siguen interesados en el actuar cultural y social del indígena Mindalae así como también en la adquisición de productos elaborados artesanalmente por los mismos comerciantes, esto se logró interpretarlo a través de lo observado en el estudio que se tomó como referencia para las posibles conclusiones.

Así mismo se puede observar que el comercio local es sostenido por un tipo de comercio interno esto quiere decir que dentro del territorio nacional son los mismos compradores y vendedores quienes se ven beneficiados al realizar esta actividad, obteniendo de las referencias del estudio ya planteado un porcentaje del 33 % en cuanto a esta

participación en el cantón, también cabe recalcar que este porcentaje es de gran relevancia para la economía local ya que en su mayoría se efectúan visitas al cantón de todas las partes del país como, Quito y Guayaquil, siendo el fuente económico que tiene mayor fluidez en la ciudad.

También se pudo analizar mediante la investigación elaborada por parte del GADMO que la edad predominante de turistas y compradores en el Mercado Centenario se encuentra en un promedio de 26 a 65 años de edad lo que supone influir en la problemática que se presenta ya que los vendedores de este sitio comercial en el transcurso de los años no han implementado nuevas estrategias o cambios en la elaboración de sus productos artesanales que contribuyan al comercio y así captar a los turistas, es por esta razón que se ha observado una disminución en las ventas, se deberá de tomar muy en cuenta a la edad ya que esta influye directamente en la venta y producción, pues cuenta como un lineamiento más acerca de a quién va dirigido el producto.

Conforme se avanzaba con la investigación y teniendo como referencia a los datos proporcionados por la UNAIMCO se pudo comprender la dinámica y las dificultades por las cuales están atravesando los comerciantes y las posibles causas de esta disminución en ventas, también se constata que existen cada vez más artesanos que realizan este oficio del Mindalae produciendo así una saturación en el mercado local e internacional por la gran salida de productos hacia diferentes partes del mundo. Otro motivo para que exista esta disminución es la inexistencia de una entidad reguladora en el ingreso de nuevos productos y comerciantes lo cual ha ocasionado que el nombre del mercado vaya perdiendo prestigio frente a otros mercados artesanales haciéndolo menos apetecido por los turistas y compradores debido a la gran diversidad de productos no originarios del cantón.

Al sostener al Mindale como una de las figuras responsables para que exista esta disminución en ventas en el cantón se procedió a realizar una pequeña entrevista para poder obtener un conocimiento más real y concreto sobre el actuar de este personaje, pues se han analizado distintos puntos que van enfocados a quien está causando esta problemática además de los factores que han influido, pero si bien es cierto que para poder llegar a obtener un conocimiento más concreto y real acerca de la situación comercial de la localidad es

necesario analizar el pensamiento y las actuaciones comerciales del mismo actor Mindalae, y así poder concretar un juicio acompañado del rol que juega en el comercio del cantón.

Tras la realización de las encuestas y la obtención de algunos comentarios por parte de los afectados, en este caso únicamente se pudo obtener de personas quienes ejercen el comercio en el cantón pero no ha sido posible del Mindalae quien supuestamente es el causante de este descenso comercial, no se ha podido establecer el verdadero impacto del actuar Mindalae puesto que dentro de la localidad entidades quienes están encargadas de manejar datos concretos para obtener un mejor panorama en cuanto a todas las fluctuaciones comerciales turísticas y económicas no lo han realizado, es decir, no han manejado datos certeros actualizados basados en los emigrantes quienes deciden realizar actividades comerciales fuera de la localidad, se ha referido que no ha sido posible llevar a cabo esta actividad debido a la dificultad en contactarlos haciendo de esta una labor casi imposible para obtener datos certeros sobre la comercialización en el exterior, dificultando así el obtener el conocimiento concreto sobre el impacto Mindalae en el comercio local; sin embargo con el fin de obtener los datos más cercanos posibles en cuanto a la investigación y la realidad se ha procedido a realizar un conversatorio con personas vinculadas al actuar comercial del Mindalae Otavaleño quienes se encuentran fuera del país.

Tras la dificultad presentada para la obtención de datos certeros que provengan directamente del Mindalae quienes ejercen la actividad no se ha logrado obtener puntos de vista de los involucrados sino solamente de una parte es decir sólo de comerciantes quienes están siendo afectados que al parecer no son verídicos las premisas que ellos plantean, llegando así también a conocer que entidades quienes están encargadas de dar seguimiento no han cumplido con su objetivo ya que no han realizado estudios en cuanto a personas y comerciantes quienes se encuentran fuera del país, de tal manera que al no existir suficiente información y datos concretos acerca de las personas quienes emigran a diferentes localidades y países para ejercer la actividad comercial, pues no es posible obtener y establecer un conocimiento real acerca de la situación en la que se encuentran. En vista de que no existe un registro de cuántos comerciantes han salido fuera del país así como de cuántos van sumándose periódicamente, se procedió a trabajar con información de manera informal recurriendo a la utilización de entrevistas, encuestas y conversatorios con algunos

Mindalae que encontramos de manera que se pudiera captar este fenómeno , el mismo que se fue realizando conforme se avanzaba con la investigación, de modo que se puede decir que a pesar de las dificultades que se presentaban en la recolección de datos se ha podido lograr una apreciación sobre el comercio Mindalae mediante el instrumento utilizado. Entonces se puede indicar que esta acción del Mindalae no es contundente en cuanto al efecto negativo comercial del cantón como se creía en un inicio, más bien es la causa de un sin número de factores que sumados a la gran comercialización de productos artesanales hacia la localidad ha ido copando el mercado nacional y haciendo de esto un efecto negativo para esta problemática.

PROPUESTA

“Estrategia de integración del sector artesanal y turístico para el fortalecimiento del comercio de artesanías en el Mercado Centenario.”

El objetivo de la propuesta de este estudio es lograr que los comerciantes artesanales así como productores del cantón Otavalo puedan abrir nuevos mercados nacionales como internacionales todo esto gracias a la adquisición de nuevos conocimientos enfocados a todos los procedimientos comerciales desde un inicio hacia una finalización y acuerdo comercial que se pueda lograr, llegando a socializar con nuevos actores quienes se encuentren dentro de este campo laboral. Con la ayuda de entidades reguladoras se podrá crear un nuevo sistema comercial y mucho más dinámico acompañados de nuevas campañas y métodos que busquen actuar sobre las necesidades reales de los comerciantes y artesanos de la localidad en general.

Se propone incrementar los socios comerciales y los participantes quienes se encuentren dentro de las actividades turísticas así también tomando en cuenta a las entidades independientes quienes puedan lograr una mayor acogida de turistas debido a la facilidad que ameritan sus actividades, se podrán ofertar paquetes que involucren tanto al turismo comunitario como al turismo comercial ya que en la investigación se ha podido constatar que el turista está enfocado a un nuevo tipo de turismo que en este caso es el comunitario así como las visitas a distintos lugares de gran acogida, finalizando con un destino hacia el Mercado Centenario (Plaza de Ponchos). De esta manera se pretende tomar puntos a favor y de mayor alcance para la reactivación comercial y económica de la localidad, así mismo será necesario las capacitaciones en cuanto al tema productivo y comercial se refiere ya que se ha confirmado que el turista ha perdido interés a causa de la deficiencia en estos temas, al enfocarse en estos temas se podrá lograr una mayor variedad y mejor calidad en cuanto a diseños y nuevas prácticas de producción logrando una mayor diversificación en cuanto al producto artesanal que se oferta.

El objetivo de esta propuesta es el cambio en la perspectiva del turista a la hora de adquirir productos artesanales, buscando un nuevo enfoque del turista en cuanto a las compras ocasionando a que estas adquisiciones lleguen a ser un complemento y recuerdo

del turista en cuanto a la experiencia que ha podido obtener tanto en la comunidad, ya que se puede observar que este método turístico es muy demandado inclusive mucho más que el turismo comercial siendo un factor primordial para la demanda de productos netamente artesanales y de origen local. Al referirse a la comercialización se ha podido verificar con ayuda de entrevistas y encuestas que se realizaron en el proceso de la investigación un gran déficit en los modelos y diseños, se propone nuevos diseños que identifiquen la estancia del turista en la localidad siendo un factor fundamental para la atención del comprador ya que esta cualidad es mínima en la mayoría de mercancía que se oferta en el Mercado Centenario todo esto con el fin de lograr posicionarse nuevamente en la perspectiva y demanda del turista siendo así un complemento más de la travesía y la visita del turismo local, estos cambios reflejarán la vivencia en Otavalo.

Además se buscará el mejoramiento, el control que se lleva dentro del Mercado Centenario en donde las compras no sean el factor fundamental de la travesía del turista sino de la experiencia que se tiene en el cantón Otavalo, que permita reflejar en el turista el sentir de la localidad siendo así mucho más interesante y por ende más cotizado por futuros turistas.

El fin de la propuesta es darle una nueva perspectiva al turista ya que en la actualidad se ve persuadido por otros intereses más no comerciales por lo que se ha buscado un apalancamiento desde esta perspectiva para actuar conjuntamente con el crecimiento comercial, buscando ser la parte comercial un complemento hacia la experiencia que significó la visita y estancia en Otavalo. También se buscará el mejoramiento en las estrategias de promoción y publicidad del establecimiento buscando contrarrestar los efectos negativos a causa de los factores que están afectando al comercio local así como la obtención de nuevas campañas que ayuden al fortalecimiento de la identidad étnica, artesanal y comercial con el fin de conservar la perspectiva por la cuales se identificó el comercio artesanal desde un principio se pretende utilizar nuevos métodos acompañados de medios tecnológicos con el objetivo de promocionar los productos con una gran identidad cultural que ha sido caracterizada en el Mercado Centenario.

Las entidades públicas al jugar un rol importante en la dinámica comercial se propondrá el desarrollo de actividades en la temporada de menor afluencia turística

existente, incentivando a la visita de turistas por medio de estas actividades, buscando el crecimiento comercial, así el comerciante podrá combatir el estancamiento comercial y económico que atraviesa la localidad en esas fechas. Al ser partícipes de la economía local es necesario trabajar en conjunto con entidades gubernamentales y la UNAIMCO para la realización de nuevas mejoras en la infraestructura del sitio comercial.

CONCLUSIONES

El reconocimiento que se da a la localidad por su peculiar forma de realizar comercio y por los actores que influyen en esta dinámica han causado un efecto negativo formando parte de diferentes factores que estarían afectando al comercio de la localidad en especial la del Mercado Centenario ya que es el lugar de acopio de todos los comerciantes y productores de la localidad por motivo del cual se toma como referencia a la situación que atraviesa este sitio comercial, tras esta investigación como punto de partida se buscó obtener un mayor conocimiento sobre el lugar de comercialización por motivo del cual se puede constatar mediante documentos y diferentes investigaciones que el mercado es conocido como uno de los más grandes de Latinoamérica. A través de la investigación se puede apreciar que existe una tendencia acerca del turismo muy diferente a comparación de años anteriores ya que en esos años se apreciaba un turismo netamente comercial ya que existían personas quienes se sentían atraídos por las mercancías que se comercializaban en el cantón pero a diferencia de esos años hoy en la actualidad el turismo no es netamente comercial más bien existe un interés y una tendencia a nivel mundial que se siente atraído por otro tipo de turismo como el comunitario el gastronómico, entre otros tipos.

Se ha tomado como conclusión que existen factores que estarían afectando la situación comercial de la localidad todo esto influenciado por el hombre Mindalae, desde un principio se ha podido observar que la falta de nuevas prácticas y un mejoramiento continuo en conjunto con los cambios en la perspectiva de los turistas ha sido perjudicial para el comercio local de Otavalo. Mientras que la influencia del hombre Mindalae ha sido primordial para el crecimiento y desarrollo del comercio local siendo factor contundente para este cambio que se va dando en el cantón ya tomando como base al estudio y las encuestas realizadas se tomó en cuenta que existe una perspectiva equivocada hacia los Mindalae ya que no es quien está afectando al decrecimiento comercial y económico del cantón por el contrario un sin número de factores que han influenciado a este decrecimiento.

Al observar el comportamiento del mercado local del cantón Otavalo con relación de la intervención del tipo de comercialización del kichwa otavaleño acompañado de un actuar Mindalae se concluye que existe una mínima afectación negativa en cuanto al comercio por

el contrario ha sido un factor importante para el crecimiento económico y publicitario de esta peculiar forma de realizar comercio en conjunto con la muestra artesanal de productos que existen en la localidad. Además de llegar a un diagnóstico de la situación actual de los artesanos y comerciantes bajo parámetros comerciales se puede decir que esta tradición o tipo de vida se basa en la comercialización ya que se ha podido verificar que por mucho tiempo han ejercido este oficio haciéndolo un diario vivir en el cual están inmersos familiares y personas quienes estén relacionadas con estos mismos comerciantes y artesanos, en cuanto a parámetros culturales se refiere al Mindalae como un factor fundamental para la difusión cultural alrededor del mundo ha llegado a ser un actor fundamental para el crecimiento económico.

Por otro lado una parte interesante sobre el objeto del problema es que hace algunos años atrás la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo solamente involucraba a artesanos indígenas Otavaleños, pero que con el pasar de los años se ha podido evidenciar un sin número de etnias dentro de esta asociación, se han incluido diferentes etnias de esta nacionalidad en su mayoría indígenas de otras localidades siendo así un factor más para la distorsión comercial y cultural de la localidad sumando al desinterés del turista a la hora de adquirir productos netamente Otavaleños.

Cabe recalcar que este atractivo se encuentra atravesando una crisis que toma en evidencia el desorden que presentan en productos que se ofertan de distintos lugares, careciendo a la localidad de identidad y calidad convirtiendo al lugar en una mezcla de identidades por el fácil ingreso de productos provenientes de lugares como el Perú y Bolivia en su mayoría, que no reflejan la cultura local del pueblo Otavalo todo esto generando la pérdida de identidad local que caracterizó al mercado centenario llegando a ser un gran distintivo a nivel mundial como un destino turístico más. Al referirse a la distinción del mercado se ha podido constatar que esta problemática se da por el fácil ingreso de nuevos productos que no corresponden con el giro de negocio que representa la oferta turística de Otavalo que nada tiene que ver con la producción de elementos elaborados de manera artesanal con la cual ha logrado un posicionamiento turístico a nivel local y mundial.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la creación de un Centro de Diseño e Innovación enfocados en el crecimiento artesanal de la localidad el cual debería ser un espacio para la creación e investigación de nuevos productos bajo tendencias del mercado para una mayor competitividad este centro tiene el fin de buscar una mejora constante en los productos artesanales.

Mejorar la promoción y publicidad de las artesanías del Mercado Centenario con un enfoque hacia las nuevas tendencias del turista para que los productos que ahí se ofertan sean más competitivos en el mercado nacional como el internacional y obtengan mayor acogida en potenciales turistas. Capacitar a los comerciantes quienes ofertan sus productos en el Mercado Centenario buscando un enfoque turístico implementando la cultura, el idioma kichwa buscando fortalecer la imagen artesanal por la cual ha sido reconocido el cantón Otavalo.

La entidad UNAIMCO debería trabajar en conjunto con los artesanos en un plan de mejoramiento en cuanto a productos y servicios se refiere ya que existe una gran deficiencia al no ser mejorado en años los productos que se ofertan y en cuanto a servicios los comerciantes no reciben capacitaciones que impulsen su destreza comercial en el campo laboral se deberá trabajar en conjunto con entidades reguladoras buscando un mismo objetivo.

Brindar capacitaciones que sirvan al comerciante como punto de partida para la promoción y el servicio de sus artesanías se llevara acabo estas capacitaciones dando seguimiento a los propios artesanos sobre las problemáticas existentes en el Mercado Centenario. Se deberá integrar a sectores en busca de una solución en cuanto a los problemas que atraviesa el lugar comercial ya que en la investigación se llegó a analizar diferentes factores que estarían afectando al comercio local.

Con base en la promoción deberá estar enfocado al perfil del turista, las preferencias del comprador con el fin de ofrecer una imagen que motive al turista a regresar al Mercado Centenario “Plaza de Ponchos”.

BIBLIOGRAFÍA

- Vargas, H. (2014). Técnicas de investigación. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1541965429&Signature=oSAtjN47YDbcEDe%2FQBeqePwAcPA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3
- Amador, M. G. (29 de mayo de 2009). Metodología de la investigación. Recuperado el 12 de noviembre de 2017, de LA ENTREVISTA EN INVESTIGACION: <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
- Arias, F. G. (2006). El proyecto de investigación. Caracas-República Bolivariana de Venezuela : Episteme .
- Ayala Ramírez, S., & Castillo Girón, V. M. (octubre de 2014). Sistema de información científica redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12232821006>
- Ayala Ramírez, S., & Castillo Girón, V. M. (octubre de 2014). Sistema de información científica redalyc. redalyc, 6. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12232821006>
- Baldeón, J. (2017). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/98214785/metodo-analitico-sintetico>
- Barrantes, M. (2016). La cultura es poder anuario electrónico de estudios en comunicación social, disertaciones, 9(1), 1.
- Beck, U. (2001). Que es la globalización. Obtenido de http://www.derechopenalened.com/libros/beck_ulrich_que_es_la_globalizacion.pdf
- Bellucci S., A. P. (2002). Sistema de información científica redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34251806>
- Castles, S. (2009). Migración irregular: causas, tipos y dimensiones regionales. Sistema de información científica redalyc, 49-80. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66019856002>
- CEPAL. (2006). <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/2/24012/LCG2490.pdf>. Uruguay.

Córdova, G. (2014). El cuestionario. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=-JPW5SWuWOUC&printsec=frontcover&dq=cuestionario&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWn6z1gM3eAhWI0VMKHYMuC0gQ6AEIJjAA#v=onepage&q=cuestionario&f=false>

Cultura, C. d. (2009). Culturas populares y diversidad. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales* , 15.

Garcés, M. (2009). Culturas populares y diversidad cultural. *Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 15(3),1-2.

Gómez, Diana C., Astudillo, Ricardo G. (2017). Causas y efectos de la movilidad humana en la Parroquia San Pedro de Pataqui desde 1990 al 2016. Otavalo. UO. *Desarrollo Social y C.* 100p

Haro, R. G. (mar de 2017). Causas y efectos de la movilidad humana en la Parroquia San Pedro de Pataqui desde 1990 al 2016. Obtenido de <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/92>

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

I.U.T.A, J. F. (2010). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Intelectual Reserve, I. (2016). Obtenido de <https://www.ldsjobs.org/ers/ct/articles/informational-interviewing?lang=spa>

Klimovsky, G. (2018). El método hipotético deductivo y la. Obtenido de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.177/pm.177.pdf>

Lacarrière, M. (2016). Scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172016000100029&lang=es

Licata, M. (2017). *zonadiet.com*. Obtenido de Los quesos. Composición, elaboración y propiedades nutricionales: <https://www.zonadiet.com/comida/queso.htm>

Licon Valencia, E. (18 de enero-abril, de 2014). Sistema de información científica redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81430522007>

Luna, R. B. (2013). El concepto de la cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de clases de Historia*, 24.

Maldonado, R. (2004). De la imagen etnoarqueológica de “lo indígena” a lo imaginario del Kichwa Otavalo “universal”, comerciantes y viajeros, (61-63) Quito, Ecuador: Editorial Abya-Yala.

Martínez, M. S. (11 de 11 de 2018). Cuadernos metodológicos. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6xkfw-n9n8EC&oi=fnd&pg=PA7&dq=entrevistas&ots=0rb7dGVpZh&sig=BF1qxp56GF4oyE8REKNjXGtxjFA#v=onepage&q=entrevistas&f=false>

Meneses, J. (2016). Obtenido de <http://femrecerca.cat/meneses/publications/el-cuestionario>

Merino, J. P. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo>

Merino, J. P. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo>

Miras, S. (2015). Sistema de información científica redalyc . Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64039200008>

Morán, R. D. (2 de abril de 2004). Sistema de información científica redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66000201>

Morales Lema, Gabriel Alexander (2013). Diseño de un plan de comercialización para el fortalecimiento de las PYMES del sector artesanal de la plaza de ponchos de Otavalo a través de un modelo de exportación. Otavalo. UO. Comercio Exterior y Finanzas. 210p.

Newman, L. G. (2016). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/761/76109911/>

Ocampo. (10 de 05 de 2002). CEPAL. Brasilia, Brasil. Obtenido de Globalización y desarrollo.

Ordoñez, J. T. (2014). Migraciones de los Kichwas-Otavalo en Bogotá. Obtenido de Sistema de Información Científica Redalyc : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81530018004>

Proexpansión. (12 de julio de 2016). Oportunidad de negocio. Obtenido de http://proexpansion.com/es/articulos_oe/1870-oportunidad-de-negocio-queso-fresco

Puente, W. (2013). Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

Quintero, L. S. (27 de noviembre de 2007). La importancia del uso de ejemplos hipotético-deductivos. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de <http://comunidad.udistrital.edu.co/geaf/files/2012/09/2007Vol2No1-003.pdf>

Ramírez, M. T. (2000). El tiempo de la tradición. Sistema de Información Científica Redalyc , 8-14.

Resina de Fuente, J. (14 de 05 de 2012). Sistema de información científica redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90624500010>

Rocha, A. (2009). lengua extranjera en tierra indígena, *Revista de Antropología*, (14),2-3.

Salomon, F. (1980). El grupo élite de especialistas mindalae.

Sandoval, E. (2013). Los indígenas en el ciberespacio, *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 10(2), 235-256.

Sarzosa, S. C. (01 de enero de 2015). Gerente propietario comercializadora FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. Sánchez, Entrevistador)

Soriano Miras, R. M. (2015). La dimensión étnica étnica: La diáspora comercial de otavalo. *Revista de Estudio latinoamericanos*, 23.

Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.

UNESCO. (2017). Recuperando la memoria oral del Mindalae Otavalo, artesano y comerciante universal. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/multimedia/photo-galleries/communication-for-sustainable-development/oral-memory-of-mindalae-otavalo/>

Valencia, E. L. (2013). El mercado/Tianguis la Purísima. *UNIANDÉS*, 137-163.

Vásquez, G. E. (2014). Obtenido de <https://es.slideshare.net/loren096/ficha-de-observacion-39627254>

Yuni, J. A. (2014). *Técnicas para Investigar*. Recuperado el 12 de noviembre de 2017, de Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9nicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

OTRAS FUENTES

Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo

Casa de Turismo de Otavalo

Cámara de Comercio de Otavalo

ANEXO

Anexo I: Lista de integrantes de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo

N.º	NOMBRES	PROFEC ION	ACTIVIDAD
1	Amaguaña Terán María Sabina	Artesanal	Comerciante
2	Córdova Cotacachi Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
3	Anrango Anrango Víctor Manuel	Artesanal	Instrumentos musicales
4	Cotacachi Cahuasqui Tupac Yupanqui	Artesanal	Comerciante
5	Farinango Córdova José Luis	Artesanal	Tejidos telar de mano
6	Burga Burga Luis Humberto	Artesanal	Tejidos sacos
7	Burga Oyagata María Juana	Artesanal	Chales
8	Burga Cachimuel Julián	Artesanal	Comerciante
9	Burga Males Ana	Artesanal	Bordados camisa
10	Maigua Lema José Antonio	Artesanal	Comerciante
11	Campo Otavalo Luis Ernesto	Artesanal	Productor
12	Córdova Lema José Manuel	Artesanal	Comerciante
13	Cotacachi Farinango José Segundo	Artesanal	Comerciante
14	Conejo Quinche Delia Marina	Artesanal	Comerciante
15	Campo Romero Rosa Matilde	Artesanal	Comerciante
16	Chalán Amaguaña Franklin Joselito	Artesanal	Comerciante
17	Santillán Amaguaña Luis Raúl	Artesanal	Comerciante
18	Santillán Vega Rafael	Artesanal	Tejidos
19	Chiza Arias Alfonso	Artesanal	Tejidos
20	De La Torre Farinango Ana Gladys	Artesanal	Bolsos - sacos de lana
21	De La Torre De La Torre Luis Alfonso	Artesanal	Bolsos - sacos de lana
22	Campo Lema Blanca Marina	Artesanal	Bolsos - Hamacas
23	Saravino Flores Oscar David	Artesanal	Tejidos
24	Pichamba Remache José Luis	Artesanal	Comerciante
25	Rodríguez Naranjo Olga Luzmila	Artesanal	Masapan
26	Tituaña Romero José Segundo	Artesanal	Comerciante

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

58	Yacelga Maldonado Fausto Rodrigo	Artesanal	Comerciante
59	Yacelga Lita María Rebeca	Artesanal	Tejidos
60	Yacelga Otavalo José Rafael	Artesanal	Tejidos
61	Yacelga Santillán Humberto	Artesanal	Comerciante
62	Amaguaña Males Rodrigo	Artesanal	Comerciante
63	Anrango Campo Rodolfo José	Artesanal	Bolsos
64	Cáceres Maigua Joaquín	Artesanal	Comerciante
65	Córdova De la Torre José Gonzalo	Artesanal	Comerciante
66	Conejo Morales Luzmila	Artesanal	Comerciante
67	Cepeda Potosí José Segundo	Artesanal	Tejidos
68	Ordoñez Portilla Byron Ernesto	Artesanal	Muñecas étnicas y piedras
69	Cáceres Maigua Narciso	Artesanal	Tejidos
70	Maigua Muenala María Sebastiana	Artesanal	Comerciante
71	Morales Cabascango María Manuela	Artesanal	Comerciante
72	Perugachi Maigua Rafael	Artesanal	Artista
73	Anrango Arellano Marco	Artesanal	Tejidos
74	Santillán Chango María Rosa	Artesanal	Comerciante
75	Tontaquimba Terán Francisco	Artesanal	Comerciante
76	Lema Tituaña Luis Ernesto	Artesanal	Tejidos
77	Lema Cotacachi Segundo	Artesanal	Sacos
78	Amaguaña Lema Hamilton Raúl	Artesanal	Confecciones
79	Arias Chiza José Pedro	Artesanal	Confecciones
80	Achina Burga Mariano	Artesanal	Sacos
81	Cotacachi Fueres María Martha	Artesanal	Comerciante
82	Campo Romero María Zoila	Artesanal	Comerciante
83	Cachimuel Alausí Jesús Isidro	Artesanal	Hamacas
84	Díaz Pineda Luis Enrique	Artesanal	Bolsos
85	De La Torre Farinango Miryan Del Rocío	Artesanal	Comerciante
86	Farinango Conejo Mario Segundo	Artesanal	Tejidos sacos
87	Fuel López José Ruperto	Artesanal	Comerciante

88	Farinango Cotacachi Alfonso	Artesanal	Comerciante
89	Burga Chiza Gladys María	Artesanal	Comerciante
90	Matango Perugachi José Cesar	Artesanal	Sacos de lana
91	Pillajo Córdova Luis Alberto	Artesanal	Brazaletes
92	Lema Lema Rocío Elizabeth	Artesanal	Sacos
93	Panamá Oyagata Silvia Maribel	Artesanal	Comerciante
94	Picuasi De La Torre Camilo	Artesanal	Sacos de lana
95	Muenala Terán Segundo	Artesanal	Sacos
96	Maigua Lema Luis Enrique	Artesanal	Comerciante
97	Males Amaguaña Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
98	Mendoza Tixicuro Jose Miguel	Artesanal	Pulseras
99	Quinchuqui Diaz Rosa María	Artesanal	Comerciante
100	Panamá Panamá Jose Alfredo	Artesanal	Tejidos-tapices
101	Ruiz Lema Cesar Ernesto	Artesanal	Comerciante
102	Maldonado Cando Isabel	Artesanal	Comerciante
103	Santillán Conejo Nancy Maritza	Artesanal	Tejidos
104	Santacruz Yamberla Alberto Marcelo	Artesanal	Comerciante
105	Tabango Vinueza Elsa	Artesanal	Pantalones
106	Tituaña Matango Diego Alonso	Artesanal	Comerciante
107	Troya Rea Aurelia Efigenia	Artesanal	Gorras-bufandas
108	Morales Matango Rosa Elena	Artesanal	duendes y cajas de madera
109	Cushcagua Cortez Elvia Lucrecia	Artesanal	Tejidos
110	Chalán Camuendo Mario Humberto	Artesanal	Ponchos
111	Anrango Fernández María Dominga	Artesanal	Bisutería
112	Aguilar Vásquez Nancy Viviana	Artesanal	Comerciante
113	Ájala Santillán Luis Humberto	Artesanal	Tejidos gorras
114	Artes Chávez Elvis Orlando	Artesanal	atrapasueños
115	Anrango Cabascango Patricio	Artesanal	muñecas de trapo
116	Anrango Guandinango Erika Del Rocío	Artesanal	Confecciones algodón
117	Amaguaña Panamá Luis Rolando	Artesanal	Confecciones tela hindú
118	Arias Muenala Viviana Elizabeth	Artesanal	Bufandas

119	Bautista Salazar María Hilda	Artesanal	Comerciante
120	Anrango Amaguaña Julio Gustavo	Artesanal	Comerciante
121	Ascanta Morales Alex Leonel	Artesanal	Sacos de lana
122	Amaguaña De La Torre Jose Segundo	Artesanal	Cojines y chaquetas de niños
123	Anrango Cepeda Luis Holguer	Artesanal	Bufandas
124	Anrango Tituaña Jose Segundo	Artesanal	Danzante
125	Arellano Maldonado Silvia Lorena	Artesanal	General
126	Anrango Maldonado María Luzmila	Artesanal	Bolsos
127	Anguaya Cachimuel Fausto Geovany	Artesanal	Tapices
128	Albarrán Diaz Cristian Atahualpa	Artesanal	Tejidos en lana
129	Alausí Burga Francisco	Artesanal	General
130	Arellano Maldonado Fabiola	Artesanal	Comerciante
131	Anrango Cahuasqui Fabian	Artesanal	Comerciante
132	Artes Chávez Jefferson David	Artesanal	Comerciante
133	Amaguaña Cotacachi Cesar Antonio	Artesanal	Comerciante
134	Anrango Farinango Cipriano Reinaldo	Artesanal	Comerciante
135	Anrango Isama Andrés	Artesanal	Comerciante
136	Criollo Aguilar samuel	Artesanal	Comerciante
137	Álvarez Cotacachi Dayana Estefanía	Artesanal	Comerciante
138	Aguilar Aguilar José Alberto	Artesanal	Comerciante
139	Álvarez Cabezas Jose Ricardo	Artesanal	Comerciante
140	Otavalo Guerra Alberto	Artesanal	Comerciante
141	Montalvo Cachiguango Bayrón Patricio	Artesanal	Comerciante
142	Cachimuel Mendoza Marco Vinicio	Artesanal	Comerciante
143	Amaguaña Vega Bryan Geovanny	Artesanal	Comerciante
144	Chicaiza Toinga Segundo Aurelio	Artesanal	Comerciante
145	Almeida Ávila Karla Johanna	Artesanal	Comerciante
146	Córdova Campo Charic Gonzalo	Artesanal	Comerciante
147	Iza Conejo María Esthela	Artesanal	Comerciante
148	Burga Burga Eliecer Edelberto	Artesanal	Chales
149	Burga Burga Franklin Darío	Artesanal	Sacos

150	Burga Flores Adrián Salvador	Artesanal	Tejidos
151	Burga Males Diana Esthela	Artesanal	Tejidos de lana
152	Burga Burga Tarquino	Artesanal	Chales a mano
153	Burga Peralta Ángel	Artesanal	Comerciante
154	Anguaya Males Alberto	Artesanal	Comerciante
155	Cando Morales María	Artesanal	Comerciante
156	Cabascango Guerra Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
157	Conejo Gonzales Luis Felipe	Artesanal	Comerciante
158	Castañeda Fueres Carlos Roberto	Artesanal	Confecciones Hindú
159	Castañeda Cachiguango Segundo	Artesanal	Artesanal-confección bolsos
160	Cabascango Cachimuel Eduardo Alcides	Artesanal	Porta inciensos
161	Cabascango Arias Nancy Lucila	Artesanal	Maracas
162	Chiza Maldonado Alex Michael	Artesanal	Comerciante
163	Cáceres Maldonado Ramiro	Artesanal	Tejidos chales
164	Cañamar Cando Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
165	Córdova Córdova Luis Roberto	Artesanal	Bolsos
166	Carrascal De La Torre Roberto Carlos	Artesanal	Comerciante
167	Castañeda Castañeda Julio	Artesanal	Comerciante
168	Cachimuel Pastillo Jose Araham	Artesanal	Tejidos hamacas
169	Conejo Muenala Fausta Guillermo	Artesanal	Comerciante
170	Cotacachi Quinchuqui Diego Edison	Artesanal	Comerciante
171	Chiza Tituaña Javier Patricio	Artesanal	Chales
172	Chamorro Calapi Laura Cristina	Artesanal	Comerciante
173	Castañeda Castañeda Jose Julio	Artesanal	Comerciante
174	Cepeda Castañeda Luis Nelson	Artesanal	Comerciante
175	Chalampuento Maigua Alfonso	Artesanal	Instrumentos de viento
176	Castañeda Maldonado Jhon Jairo	Artesanal	Sacos bufandas
177	Coronado Moisin Luis Alfredo	Artesanal	Tejidos y prendas
178	Cabascango Espinoza Edwin David	Artesanal	Comerciante
179	Cabascango Espinoza Humberto	Artesanal	Comerciante
180	Cabascango Tuquerres Jose Miguel	Artesanal	Tejidos a mano

181	Copa Paucar Eva Lucia	Artesanal	Corte y confección
182	Cabascango Maldonado Edison David	Artesanal	Tejidos fajas
183	Conejo Quinche Martha Cecilia	Artesanal	Tejidos-estampados
184	Chaguipaz Cachimuel Mercedes	Artesanal	Comerciante
185	Cepeda Cushcagua María Laura	Artesanal	Sacos de lana
186	Camuendo Anrango Jose Mauro	Artesanal	Sacos de lana
187	Camuendo Anrango Edwin	Artesanal	Sacos de lana
188	Córdova Montalvo Jose Luis	Artesanal	Ponchos-bufandas
189	Cando Camuendo Jairo Rubén	Artesanal	Tejidos en lana
190	Catucuamba Catucuamba Diana Janeth	Artesanal	Sacos de lana
191	Cacuango Yamberla Jose Marcelino	Artesanal	Tejedor
192	Cachiguango Tabango German	Artesanal	Pulseras
193	Chalan Camuendo Iván Segundo	Artesanal	Ropas típicas
194	Cachiguango Potosí Martha Cecilia	Artesanal	Comerciante
195	Camuendo Saravino Luis Humberto	Artesanal	tapiz-bolsos de lana
196	Cisneros Cando Jose Luis	Artesanal	Comerciante
197	Cáceres Morales Alex Rolando	Artesanal	Comerciante
198	Cachimuel Ramos María Matilde	Artesanal	Comerciante
199	Cachimuel Ramos Ana Delia	Artesanal	Comerciante
200	Campo Tixicuro Verónica Alexandra	Artesanal	Comerciante
201	Cañamar Maldonado Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
202	Cáceres Maigua Diego Armando	Artesanal	Comerciante
203	Cotacachi Conteron Luis Rodrigo	Artesanal	Comerciante
204	Cáceres Maigua Yuri Esthela	Artesanal	Comerciante
205	Cortez Amaguaña María Elena	Artesanal	Bordados y tejidos a mano
206	De La Torre Sarabino Henry Geovanny	Artesanal	Bolsos de lana
207	Díaz Pineda Rosa Matilde	Artesanal	Bolsos y camisas
208	De La Torre De La Torre Jose Jaime	Artesanal	Tejidos de lana
209	De La Torre Saravino Gladys Cristina	Artesanal	Tejidos de lana
210	De La Torre Díaz Jaime Cesar	Artesanal	Sacos de lana
211	Díaz De La Torre Martha Cecilia	Artesanal	Pulseras

212	Duque Cachiguango Manuel Jaime	Artesanal	Comerciante
213	De La Torre Pineda Luis German	Artesanal	Comerciante
214	Cáceres Campo José Luis	Artesanal	Comerciante
215	Cachimuel Moreta Luis Jaime	Artesanal	Comerciante
216	Cotacachi Cacuango José Segundo	Artesanal	Comerciante
217	Castañeda Gualsaqui Luis Javier	Artesanal	Comerciante
218	Cahuasqui Remache Luis Marcelo	Artesanal	Comerciante
219	Castañeda Castañeda Martha	Artesanal	Comerciante
220	Castañeda Maldonado laydi Cristina	Artesanal	Comerciante
221	Castañeda Castañeda Segundo	Artesanal	Comerciante
222	Cotacachi Morales Edwin Salomón	Artesanal	Comerciante
223	Chiza Quinche Raúl	Artesanal	Comerciante
224	De la Torre Pineda Jose Luis Alberto	Artesanal	Tapiz
225	Otavalo Yamberla Jose Calixto	Artesanal	Comerciante
226	Cotacachi Ruiz Luz María	Artesanal	Comerciante
227	Cotacachi Morales Klever Cristóbal	Artesanal	Comerciante
228	Córdova Córdova Edwin Geovanny	Artesanal	Comerciante
229	Cachimuel Maldonado Jorge Enrique	Artesanal	Comerciante
230	Cachimuel Quilumba Jose Luis	Artesanal	Comerciante
231	Camuendo Camuendo Mercedes	Artesanal	Comerciante
232	Camuendo Flores Luis Cesar	Artesanal	Comerciante
233	Castañeda Ascanta Alfonso	Artesanal	Comerciante
234	Córdova Campo Edison Javier	Artesanal	Comerciante
235	Campo Burga María	Artesanal	Comerciante
236	Camuendo Camuendo Wilmer Giovanny	Artesanal	Comerciante
237	Cortez Males Valentina	Artesanal	Comerciante
238	Camuendo Morales Antonio	Artesanal	Comerciante
239	Chiza Yaselga Fabián	Artesanal	Comerciante
240	Chalan Maigua Sandra Maribel	Artesanal	Comerciante
241	Cando Lema Edison Xavier	Artesanal	Bolsos-bufandas
242	Cáceres Morales Alex Rolando	Artesanal	Comerciante

243	Constante Chuquitarco Mónica	Artesanal	Comerciante
244	Álvarez Cotacachi Joel Washington	Artesanal	Comerciante
245	Córdova Córdova Oscar Bayrón	Artesanal	Tejedor de gorras lanas
246	Imba Pineda María Trinidad	Artesanal	Comerciante
247	Hidrobo Arciniega Magali Yesenia	Artesanal	Comerciante
248	Guamán Muenala Germánico	Artesanal	Hamacas
249	Terán Tontaquimba Silvia Elizabeth	Artesanal	Bolsos, mochilas, monederos
250	Duque Arias Luis Antonio	Artesanal	Comerciante
251	De la Torre Conterón Ana Marisol	Artesanal	Comerciante
252	Duque arias Luis enrique	Artesanal	Comerciante
253	Enríquez Guamán Lidia Isabel	Artesanal	Platería
254	Espinoza Santillán Myrian Janeth	Artesanal	Sacos
255	Espinoza Campo Alberto	Artesanal	Comerciante
256	Espinoza Perugachi Luis Fredy	Artesanal	Comerciante
257	Córdova Morales Carlos Alberto	Artesanal	Productor
258	Yamberla De la Torre Gladys Marlene	Artesanal	Pijamas
259	Yamberla De la Torre Luis Armando	Artesanal	Pijamas
260	Farinango Vega Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
261	Farinango Tixicuro Ana María	Artesanal	Comerciante
262	Fueres Gonzales Luis Enrique	Artesanal	Manillas
263	Farinango Lema Nelson	Artesanal	Tejidos
264	Flores Maigua Luis Héctor	Artesanal	Comerciante
265	Fuentes Lema Luis Hernán	Artesanal	Comerciante
266	Farinango Cancán María Del Carmen	Artesanal	Vestidos de gasa
267	Flores Castañeda Milton Rodrigo	Artesanal	Jornalero
268	Reascos López Pilar Cecilia	artesanal	
269	Gualsaquí Panamá Fredy Fernando	Artesanal	Algodón hindú
270	Gualsaquí Tulcanazo Fausto Rene	Artesanal	Comerciante
271	Gualapuro Pichamba Mario Ernesto	Artesanal	Tejido tela pescado
272	Gualsaquí Calderón Luis Alonso	Artesanal	Comerciante
273	Guajan Morán Cinthia Natali	Artesanal	Gorras-bufandas

274	Gualapuro Pichamba Pedro Rene	Artesanal	Tejidos
275	Gualapuro Muenala Joaquín	Artesanal	Manillas
276	Gualapuro Ipiales Inti Joaquín	Artesanal	Pintura
277	Guamán Chuma Juan Gabriel	Artesanal	Comerciante
278	Jaramillo Cabrera Christian	Artesanal	Comerciante
279	Guajan Males María Esthela	Artesanal	Comerciante
280	Gualsaquí Perugachi Jesusa	Artesanal	Comerciante
281	Gualapuro Ascanta Marisol	Artesanal	Comerciante
282	Gualsaquí Cabascango Ronnie Bolívar	Artesanal	Comerciante
283	Guajan Lema Fredy Patricio	Artesanal	Comerciante
284	Guitarra Espinosa María Josefa	Artesanal	Comerciante
285	Ipiales Maigua Segundo	Artesanal	Comerciante
286	Jara Gonzales Jenny mercedes	Artesanal	Comerciante
287	Lema Córdova Luis Fernando	Artesanal	Tejidos bayetas
288	Lema Córdova Silvia Karina	Artesanal	Comerciante
289	López Pulsara María Elena	Artesanal	Tejidos hamacas
290	Lema Vásquez Dino Patricio	Artesanal	Ponchos de lana
291	Lanchimba Vaca Nelly Eudicia	Artesanal	Cerámicas
292	Lanchimba Guanga María Lorena	Artesanal	Sacos de lana
293	Lema Luis Alfonso	Artesanal	Sacos-chaes
294	Lema Lema Cesar Carlos	Artesanal	Tejidos
295	Lema Vega Wilson Hernán	Artesanal	Tejidos en lana
296	Lema Cotacachi Manuel	Artesanal	Comerciante
297	Bautista Vinueza Segundo	artesanal	Comerciante
298	Lechón Sinchico Luis Jose	Artesanal	Comerciante
299	Lema Amaguaña Jose Antonio	Artesanal	Comerciante
300	Moisin Cachiguango Elisa Belén	Artesanal	Comerciante
301	Moreta Campo Lourdes Sofia	Artesanal	Anacos y pantalones
302	Maldonado Guerra Luz Marlene	Artesanal	Comerciante
303	Morales Pineda Elsa Adela	Artesanal	Comerciante
304	Muenala Álvarez Lizeth Joselyn	Artesanal	Comerciante

305	Muenala Muenala Tanya Alexandra	Artesanal	Comerciante
306	Morales Gonzales Marco	Artesanal	Comerciante
307	Maigua Santacruz Aida Marisol	Artesanal	Comerciante
308	Moreta Campo Marco Javier	Artesanal	Comerciante
309	Males Morales Rubén Darío	Artesanal	Tejidos fajas
310	Maldonado López Jose Segundo	Artesanal	Tejidos chales
311	Muenala Maldonado Franklin Rolando	Artesanal	Tejidos bufandas
312	Maigua Maigua María Shosein	Artesanal	Tejidos gorras
313	Morales Ramos Luz María	Artesanal	Camisas bordadas
314	Males Tambaco Sandra Inés	Artesanal	Comerciante
315	Males Burga Aida Manuela	Artesanal	Tejidos
316	Muenala Anguaya Luz María	Artesanal	Sacos
317	Muenala Morales Marcela Jéssica	Artesanal	Tejidos de lana
318	Moreta Maldonado Franklin Roberto	Artesanal	Hamacas
319	Morales Arias Blanca Janeth	Artesanal	Sacos-bufandas
320	Maldonado Anrango Enrique	Artesanal	Pulseras en tagua
321	Morales Salazar Francisco	Artesanal	Pulseras de collar
322	Mendoza Cáceres Paola Alexandra	Artesanal	Atrapa sueños
323	Morales Anrango Jose Antonio	Artesanal	Atrapa sueños
324	Matango Suarez Rodrigo	Artesanal	Tejedor
325	Maite Muenala Jenny Fernanda	Artesanal	Gorras de lana
326	Montalvo Viñachi Luis Humberto	Artesanal	Tejidos en lana
327	Morales Álvarez Verónica Patricia	Artesanal	Atrapasueños
328	Maigua Pillajo Casar Fabian	Artesanal	Tapices
329	Montalvo Muenango Diego Armando	Artesanal	Tejidos
330	Males Cachimuel Olga Esthela	Artesanal	Chales-suéteres de lana
331	Maldonado De La Torre Gladys Cecilia	Artesanal	tejidos en lana
332	Males Gualsaqui Nely	Artesanal	Comerciante
333	Morales Anguaya Luis Humberto	Artesanal	Comerciante
334	Morales Cotacachi Luis Álvaro	Artesanal	Comerciante
335	Maigua Terán Edwin Marcelo	Artesanal	Comerciante

336	Mendoza Pastillo Sonia Esthela	Artesanal	Comerciante
337	Moreta Saransig Luis Fabian	Artesanal	Comerciante
338	Maldonado Tontaquimba German	Artesanal	Comerciante
339	Muenala Cabascango Néstor Fabian	Artesanal	Comerciante
340	Moreta Campo Jose Rodrigo	Artesanal	Comerciante
341	Morocho Santacruz Byron Vinicio	Artesanal	Comerciante
342	Morales Ramos Inti Jefferson	Artesanal	Comerciante
343	Matango Gualapuro Lidia Estela	Artesanal	Comerciante
344	Morales Camuendo Jose Enrique	Artesanal	Comerciante
345	Muenala Segundo Manuel	Artesanal	Comerciante
346	Males Morales Sara Ñusta	Artesanal	Comerciante
347	Morales Díaz Henry David	Artesanal	Comerciante
348	Morales Díaz Tania Lorena	Artesanal	Comerciante
349	Arias Males Josefina	Artesanal	Tejidos bufandas
350	Males Farinango Luis Alfonso	Artesanal	Comerciante
351	Muenala Quilumba María cristina	Artesanal	Comerciante
352	Moreta Quishpe Blanca Cecilia	Artesanal	Comerciante
353	Males Anrango Tamia Lucia	Artesanal	Comerciante
354	Moreta Moreta Manuel	Artesanal	Comerciante
355	Males Males Humberto	Artesanal	Comerciante
356	Maldonado Díaz Luis Raúl	Artesanal	Comerciante
357	Muenala Santillán Elvis Patricio	Artesanal	Comerciante
358	Chicaiza Morales Cristian Santiago	Artesanal	Comerciante
359	Medrano Guevara Daniel Antonio	Artesanal	Comerciante
360	Muenala Males Laura	Artesanal	Comerciante
361	Maldonado Sinchico Ana Lucia	Artesanal	Comerciante
362	Yacelga Remache Luz María	Artesanal	Tejedor en gorras, bufandas
363	Mendoza Tixicuro Jose Miguel	Artesanal	Comerciante
364	Mendoza Cáceres Paola Alexandra	Artesanal	Comerciante
365	Camuendo Camuendo Esthela María	Artesanal	Comerciante
366	Chiriboga Rea Pablo Javier	Artesanal	Comerciante

367	Burga Tixicuro Luis Alfredo	Artesanal	Comerciante
368	Lara Cartagena Bertha Elizabeth	Artesanal	Comerciante
369	Quilumbango Pichamba Oswaldo	Artesanal	Comerciante
370	Bonilla Oyagata Vladimir Santiago	Artesanal	Comerciante
371	Cando Maldonado Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
372	Anrango Cabascango Rodrigo Francisco	Artesanal	Musico
373	Carvajal Mediavilla Jose Patricio	Artesanal	Comerciante
374	Santillán Cushcagua Luis Alberto	Artesanal	Comerciante
375	Yamberla Ipiales Luis Patricio	Artesanal	Comerciante
376	Benavides Hurtado Genith Esmeralda	Artesanal	Comerciante
377	Montalvo Galindo Wester Rene	Artesanal	Comerciante
378	Lema Cotacachi Edwin Jonathan	Artesanal	Comerciante
379	Maldonado Conejo Atic Jayac	Artesanal	Comerciante
380	Narvárez Maigua María Sebastiana	Artesanal	Tejidos sacos de lana
381	Lema Amaguaña María Gladys	Artesanal	Comerciante
382	Panamá Oyagata Carlos Rodrigo	Artesanal	Comerciante
383	Perugachi Pillajo José Carlos	Artesanal	Tejidos fajas
384	Panamá Maldonado Jose Alberto	Artesanal	Comerciante
385	Panamá Cotacachi Wilson Orlando	Artesanal	Comerciante
386	Saransig Chiza Gladys Ximena	Artesanal	Bolsos de paja
387	Pillajo Anrango Alfredo	Artesanal	Bisutería
388	Pichamba Túquerres Manuel Mesías	Artesanal	Tejidos
389	Palacios Jácome Cristian Pier	Artesanal	Comerciante
390	Pineda Vega Juan Carlos	Artesanal	Comerciante
391	Panamá Oyagata Edison Rolando	Artesanal	Pulseras
392	Picuasi Espinosa Blanca Lucila	Artesanal	Tejidos a mano
393	Potosí Arias Luis Leonardo	Artesanal	Tejidos
394	Picuasi De la Torre Luis Eduardo	Artesanal	Tapiz
395	Panamá Sánchez Jose Jorge	Artesanal	Comerciante
396	Perugachi Peralta Mónica Giovanna	Artesanal	Cerámicas
397	Panamá Cotacachi Elsa Edilma	Artesanal	Comerciante

398	Pinsag Cabascango Luis Armando	Artesanal	Comerciante
399	Peralta Cacuangó Luis Calixto	Artesanal	Comerciante
400	Pineda Díaz Jessica Verónica	Artesanal	Tejidos de lana
401	Padilla Benítez Julio Cesar	Artesanal	Parafinas
402	Pichamba Ruiz Luis Enrique	Artesanal	Tejidos en lana
403	Pillajo Panamá Jonathan Alfredo	Artesanal	Comerciante
404	Perugachi Sandoval Mario Fernando	Artesanal	Comerciante
405	Picuasi Chiza Jose Jaime	Artesanal	Comerciante
406	Perugachi Tuquerres Mariana	Artesanal	Comerciante
407	Pinto Proaño Edgar Manuel	Artesanal	Comerciante
408	Padilla Cachiguango María Rebeca	Artesanal	Comerciante
409	Picuasi Lema Luis Marcelo	Artesanal	Comerciante
410	Picuasi Santacruz Jose Modesto	Artesanal	Comerciante
411	Perugachi Morales Judith Andrea	Artesanal	Comerciante
412	Muenango Albarrán Jose Enrique	Artesanal	Comerciante
413	De la Torre Yamberla Néstor Fabian	Artesanal	Tejidos -tapices
414	Morales Conterón Rosa María	Artesanal	Comerciante
415	Quilca De la Cruz Luis Víctor	Artesanal	Comerciante
416	Ponce Tapia Luis Efraín	Artesanal	Comerciante
417	Potosí Cando Milton Javier	Artesanal	Comerciante
418	Córdova Chalampunte Elvis Rolando	Artesanal	Confección tela térmica
419	Navarrete Tituaña Jose Bolívar	Artesanal	Chofer profesional
420	Otavalo José Manuel	Artesanal	Tejedor
421	Perugachi Otavalo José	Artesanal	Comerciante
422	Ulcungo Burga Fernando	Artesanal	Negociante
423	Jácome Rojas Alicia Oliva	Artesanal	Chofer profesional
424	Saransig Espinosa Oswaldo	Artesanal	Comerciante
425	Maldonado Morales Cristian David	Artesanal	Comerciante
426	Otavalo Maigua Laura Rebeca	Artesanal	Comerciante
427	Villagrán Peña Dolores	Artesanal	Comerciante
428	Paspuezan Revelo Segundo Camilo	Artesanal	Comerciante

429	Villalva Sánchez Renato Xavier	Artesanal	Estudiante
430	Maldonado Zambrano Luis Iván	Artesanal	Estudiante
431	Moreta Muenala Melany Esmeralda	Artesanal	Estudiante
432	Molina Oyagata Laura Susana	Artesanal	Artesanal
433	Narváez Ruiz Inés Fraiceda	artesanal	Artesanal
434	Quinatoa Mediavilla Nelly Paulina	Artesanal	Blusas bordadas
435	Quinchiguango Cachiguango Segundo	Artesanal	Tejidos
436	Quinchiguango María Ester	Artesanal	Tejidos
437	Quinche Tambaco Luis Román	Artesanal	Pulseras
438	Quinchiguango Córdova Lenin Javier	Artesanal	Manillas
439	Quinatoa Cando Luis Alberto	Artesanal	Fajas
440	Quilumbango Cumbal Luis Alberto	Artesanal	Tejidos
441	Quinche Remache Luz María	Artesanal	Comerciante
442	Quilumba Santillán Miguel Ángel	Artesanal	Comerciante
443	Quilumbaqui Ulcuango Leonardo	Artesanal	Comerciante
444	Quinchiguango Ipiales María Cecilia	Artesanal	Comerciante
445	Quimbiulco Arias Luis Germán	Artesanal	Comerciante
446	Chasiguano Montenegro Luis Alfonso	Artesanal	
447	Remache Santillán Miguel Ángel	Artesanal	Atrapasueños bolsos
448	Maigua Quinche Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
449	Pineda Díaz Carlos Manuel	Artesanal	Comerciante
450	Rivera Anrango Luis Gustavo	Artesanal	Ponchos de lana
451	Ramos Cotacachi José Roberto	Artesanal	Sacos y ponchos de lana
452	Ramos Morales Elvis Hernán	Artesanal	Tejidos sacos de lana
453	Ramos Flores Luis Alberto	Artesanal	Sacos de lana
454	Remache Morales Rosa Elena	Artesanal	Comerciante
455	Ramos De La Torre Luis Humberto	Artesanal	Tejidos sacos de lana
456	Reino Moyon María Del Carmen	Artesanal	Tejidos a mano
457	Ramos Cachiguango Luis Enrique	Artesanal	Tejidos
458	Ruiz Pinsag Daniel	Artesanal	Comerciante
459	Remache Quilumba María Carmen	Artesanal	Comerciante

460	Ramos Zamora Luis Christian	Artesanal	Comerciante
461	Rivas Condor Silvina Flor	Artesanal	Comerciante
462	Santellan Males Luis Ángel Libardo	Artesanal	Comerciante
463	Santellan Amaguaña German	Artesanal	Tejidos en lana
464	Sarancig Tabango Luis Oscar	Artesanal	Tejidos sacos
465	Santacruz Marlene Eliza	Artesanal	Comerciante
466	Santellan Alausí Darío Moisés	Artesanal	Chales
467	Santellan Alfonsí Jose Israel	Artesanal	Gorras y guantes
468	Santillán Conterón Jose Luis	Artesanal	Sacos de lana
469	Santacruz Quinchiguango Inés Jéssica	Artesanal	Comerciante
470	Saransig Tabango Alexandra Viviana	Artesanal	Tejidos en hilo
471	Santa Cruz Cachiguango Martha Cecilia	Artesanal	Comerciante
472	Saravino Quinchuqui María Mercedes	Artesanal	Chales
473	Santellan Amaguaña Rodrigo	Artesanal	Comerciante
474	Santillán Fichamba Ligia Elena	Artesanal	Comerciante
475	Santellan Remache Jose Luis	Artesanal	Comerciante
476	Santillán Guajan Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
477	Santacruz Yamberla Luis Fermín	Artesanal	Comerciante
478	Quilumba Fichamba Edison Jonathan	Artesanal	Comerciante
479	Tixicuro Maldonado Jose Manuel	Artesanal	Comerciante
480	Tontaquimba Viñachi Juan Carlos	Artesanal	Tejidos chalinas
481	Tituaña Pineda Raúl Enrique	Artesanal	Comerciante
482	Tamayo Quinchiguango Luis Javier	Artesanal	Comerciante
483	Tamayo Maigua Nicolás	Artesanal	Comerciante
484	Padilla Cachiguango Silvio Rolando	Artesanal	Hamacas
485	Tituaña Chiza Hilda Oliva	Artesanal	chales
486	Terán Velásquez Silvia Cristina	Artesanal	Gorras bufandas
487	Tituaña Gonzales Vicente	Artesanal	Tapices
488	Túquerres Tabí María Hermelinda	Artesanal	Comerciante
489	Tocachi Pujota Ercilia	Artesanal	Bisutería
490	Tabango Maldonado Luis José	Artesanal	Comerciante

491	Tabango Maldonado Marco Antonio	Artesanal	Comerciante
492	Tixicuro Gualsaquí Cesar Humberto	Artesanal	Comerciante
493	Túqueres Gualapuro María Cristina	Artesanal	Comerciante
494	Terán Cachiguango Luis Ernesto	Artesanal	Tejedor
495	Tixicuro Yamberla Cesar Humberto	Artesanal	Comerciante
496	Tituaña Pineda Nelson Fabian	Artesanal	Comerciante
497	Terán Cachiguango Jose Rafael	Artesanal	Comerciante
498	Tabango Yacelga María Elena	Artesanal	Comerciante
499	Visarrea López Luis Alberto	Artesanal	Comerciante
500	Velásquez Males Blanca Cecilia	Artesanal	Tejidos sacos
501	Viñachi Conejo María Mercedes	Artesanal	Hamacas
502	Vega Cachiguango Jose Mauricio	Artesanal	Tejidos sacos de lana
503	Villagrán Tocagon Rafael	Artesanal	Comerciante
504	Vega Cachiguango Martha Cecilia	Artesanal	Gorros de lana
505	Velásquez Males Nelson Enrique	Artesanal	Gorros de lana
506	Velásquez Aguilar Jairo Nelson	Artesanal	Pulseras
507	Valencia Gómez Mirian Maribel	Artesanal	Atrapasueños
508	Vega Maldonado Rafael	Artesanal	Tejidos en lana
509	Vega Amaguaña Luis Jaime	Artesanal	Bisutería a mano
510	Velásquez Aguilar Miriam	Artesanal	Totoras
511	Vaca Coba Aníbal Marcelino	Artesanal	Comerciante
512	Vera Simbaña César Geovanny	Artesanal	Comerciante
513	Vásquez Tabango María Hilda	Artesanal	Comerciante
514	Vinueza Gramal Miryan Yolanda	Artesanal	Comerciante
515	Viñachi Cisneros Alfonso	Artesanal	Comerciante
516	Yamberla Córdova Sandra Marisol	Artesanal	Comerciante
517	Yamberla Cacuango Luis Javier	Artesanal	Tejidos en lana
518	Yamberla de la Torre María Rebeca	Artesanal	Bordados y tejidos
519	Yacelga Otavalo María Estela	Artesanal	Chompas de lana
520	Yaselga Morales Jose Miguel	Artesanal	Comerciante
521	Yamberla Lema Luis Alfonso	Artesanal	Camisas bordadas a mano

522	Yamberla Pineda Isabel	Artesanal	Sacos de lana
523	Yanes Guerrero Edgar Eduardo	Artesanal	Tejidos sacos de lana
524	Yanes Guerrero Heraldo Iván	Artesanal	Tejidos sacos de lana
525	Yamberla De la torre Luis Alfonso	Artesanal	Comerciante

Anexo II: Formato de Entrevista al director de la UNAIMCO.

De acuerdo a lo expresado en la entrevista realizada al director de la UNAIMCO se obtuvo la siguiente información:

1. ¿Cómo ha trabajado la UNAIMCO frente a la disminución de ciertos comerciantes?
 - ¿Qué medidas se han tomado frente al monopolio existente por grupos que se dedican a la exportación de productos artesanales?
2. ¿Realizan algún tipo de seguimiento a los productores?
 - ¿Qué tipo de seguimiento realizan?
 - ¿Cada qué tiempo se lleva a cabo ese seguimiento?
 - ¿Este seguimiento ha permitido establecer acciones o políticas que cubran las necesidades de los productores?
 - ¿Qué resultados se han obtenido con estas acciones?
3. ¿Cree usted que ciertos grupos se ven beneficiados al exportar sus productos fuera del mercado local?
4. ¿La institución ofrece capacitaciones a los artesanos?
 - ¿Qué tipo de capacitaciones ofrecen?
 - ¿Cada que tiempo realizan estas capacitaciones?
5. ¿Considera usted que ha aumentado el comercio por parte del sector artesanal?
6. De acuerdo a la información que ustedes manejan. ¿La exportación de productos artesanales ha afectado de alguna manera el comercio local de los productos ofertados en el mercado Centenario?
 - ¿De qué forma ha afectado?
 - ¿Se han establecido desde la UNAIMCO, algún tipo de estrategias para reducir los impactos negativos?

- ¿Se han obtenido resultados?
7. ¿Conocen ustedes de iniciativas o estrategias de ventas llevadas a cabo por los comerciantes para reducir los impactos negativos a causa de las exportaciones en el comercio local?
 8. ¿Cómo influye el mindalae en el comercio local? ¿Existe algún vínculo entre las fluctuaciones comerciales locales y este personaje?
 9. ¿Qué problemas considera que tiene el comercio de productos locales en el mercado Centenario.

Anexo III: Formato de Entrevista a comerciantes del mercado Centenario



La siguiente entrevista se realiza con la finalidad de determinar el flujo comercial que existe en el cantón Otavalo, para lo cual se procede a realizar la siguiente entrevista a cinco comerciantes del mercado Centenario (Plaza de Ponchos) con una trascendencia de tiempo no menor a 10 años obteniendo la siguiente información:

1. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la comercialización de artesanías en la localidad?
 - Qué le motivó a seguir en el oficio de comerciante artesanal.
2. ¿Del tiempo que usted lleva comerciando, qué años fueron de mayor afluencia de turistas y ventas en el Mercado Centenario?
 - Según su criterio, cuál es el motivo es predominante para el alza o la disminución de turismo y de sus ventas.
3. ¿Cuáles fueron hace aproximadamente 5 años los productos de mayor acogida entre los compradores?
 - ¿Aún comercializa esos productos?
 - ¿Aún tienen acogida esos productos?
4. ¿Cuántos puestos posee en el Mercado Centenario?
 - Explique sobre la dinámica que existe en la adquisición de estos puestos de venta.
 - Al ser puestos fijos como explicaría que los comerciantes van incrementándose.

5. ¿En su opinión a qué se debe que el comercio de la localidad haya disminuido?

- ¿La competencia de productos foráneos le ha afectado?
- ¿Considera usted que se mantienen la calidad y la novedad de productos locales?
- ¿Considera usted que el costo de los productos locales le ha afectado?
¿Considera que los productos foráneos son más novedosos o económicos?
- ¿Adquiere usted productos foráneos para su venta.?
- ¿Sus productos son netamente originarios?
- ¿Usted elabora los productos que comercializa?

6. ¿Ha podido acogerse de algún tipo de ayuda que es brindada por parte de la UNAIMCO?

- ¿Qué capacitaciones o cursos a tomado para mejorar su negocio?
- Han servido de ayuda para mejorar su negocio.
- ¿Usted como comerciante del Mercado Centenario observa que esta entidad puede hacer algo sobre la problemática existente de bajas ventas?

7. ¿Cómo influye el Otavaleño Mindalae en sus ventas?

- ¿Considera usted que este tipo de comerciante actúa en beneficio de su negocio? O considera que lo perjudica

Anexo IV: Formato de Encuesta a comerciantes del mercado Centenario



La siguiente encuesta se realiza con la finalidad de determinar el flujo comercial que existe en el cantón Otavalo, para lo cual se procede a realizar la siguiente encuesta a los comerciantes y productores del mercado Centenario (Plaza de Ponchos).

Lea detenidamente las siguientes preguntas y complete marcando con una X en la opción que crea correspondiente.

Género: Masculino..... Femenino.....

Edad: 20-25..... 26-35..... 36-45..... 46 en adelante.....

1. ¿A qué línea va enfocado su negocio?

- Vendedor
- Productor
- NS/NC

2. ¿Cuáles son sus potenciales clientes?

- Nacionales
- Extranjeros
- NS/NC

3. ¿En los últimos años ha observado alguna disminución en la adquisición de sus productos artesanales? ¿En qué medida?

- Poco
- Medio
- Alto

- NS/NC
4. ¿Cree usted que el crecimiento de vendedores en el mercado ha causado alguna disminución en sus ventas?
- Si
 - No
 - NS/NC
5. ¿Considera un problema a la masiva emigración de ciudadanos otavaleños y posible causa de la disminución del turismo en el cantón?
- Si
 - No
 - NS/NC
6. ¿Si su respuesta fue “si” considera a la emigración como una problemática, y en qué porcentaje estaría afectando a sus ventas?
- 15%
 - 25%
 - 50%
 - NS/NC
7. ¿Cuál es el motivo para que en su negocio hayan disminuido sus ventas?
- Saturación del mercado
 - Precios altos
 - Cotización del dólar en el mercado
 - Desinterés del comprador
 - NS/NC
8. ¿Considera usted que los otavaleños mindalae han afectado al comercio del Mercado Centenario?
- Si

- No
- NS/NC

9. ¿A quién ha beneficiado el actuar del otavaleño mindalae?

- Ciertos grupos
- Comerciantes del mercado Centenario
- A toda la localidad
- NS/NC

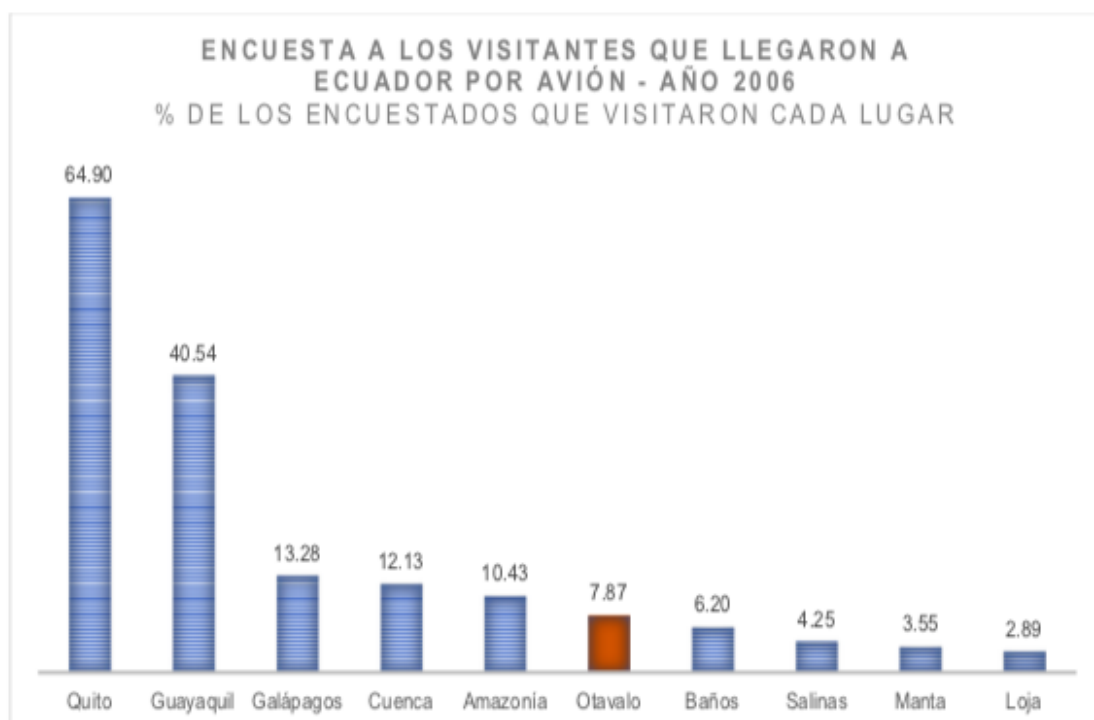
10. ¿Por qué cree que la afluencia de compradores ha disminuido en Otavalo?

- Nuevos mercados artesanales en las principales ciudades del país
- Mismos productos en centros artesanales
- Disminución de turismo en el cantón
- Excesiva exportación de productos artesanales
- Ausencia de nuevas estrategias de venta
- NS/NC

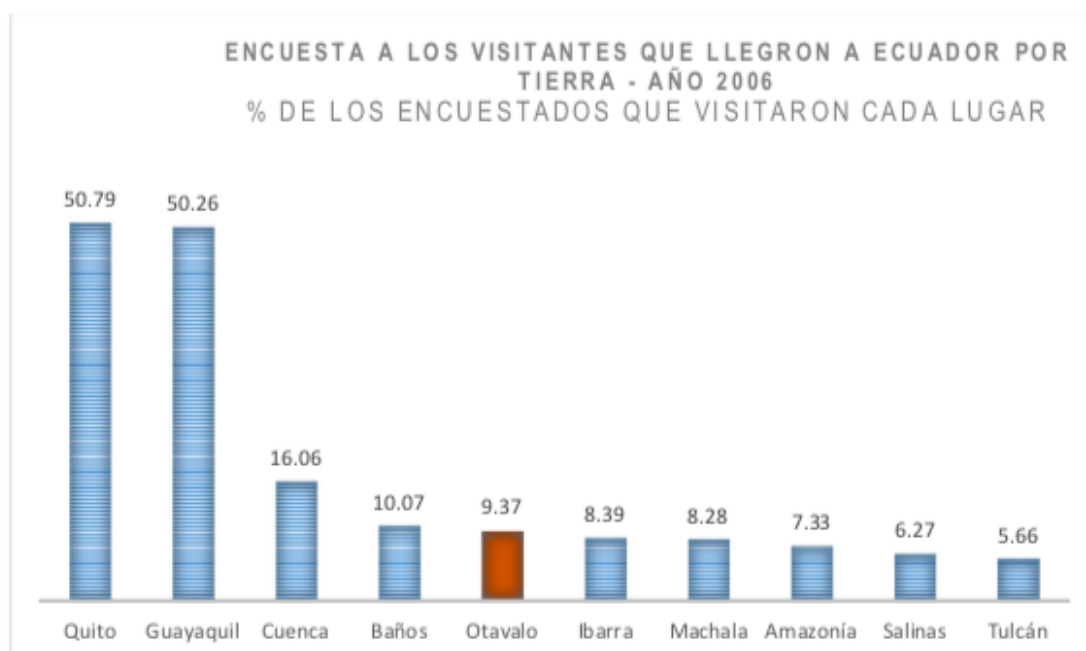
11. ¿La implementación de nuevos productos sean o no artesanales ha influido en la disminución del comercio del Mercado Centenario?

- Si
- No
- NS/NC

Anexo V: Turistas que ingresaron a Otavalo

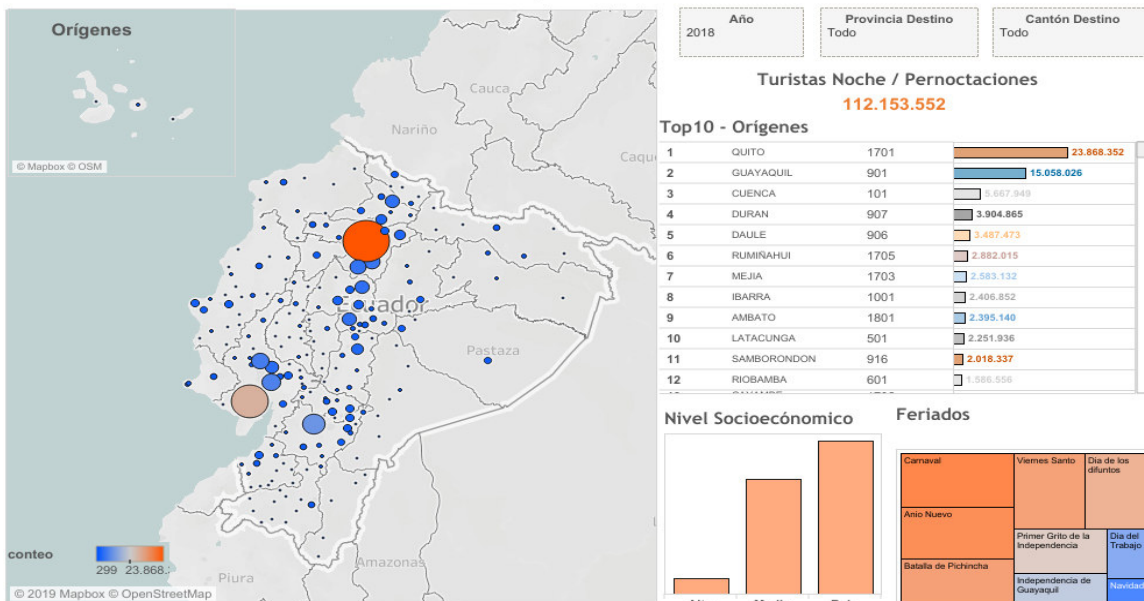


Fuente: Ministerio de Turismo, 2006 – Elaboración: Equipo consultor



Fuente: Ministerio de Turismo, 2006 – Elaboración: Equipo consultor

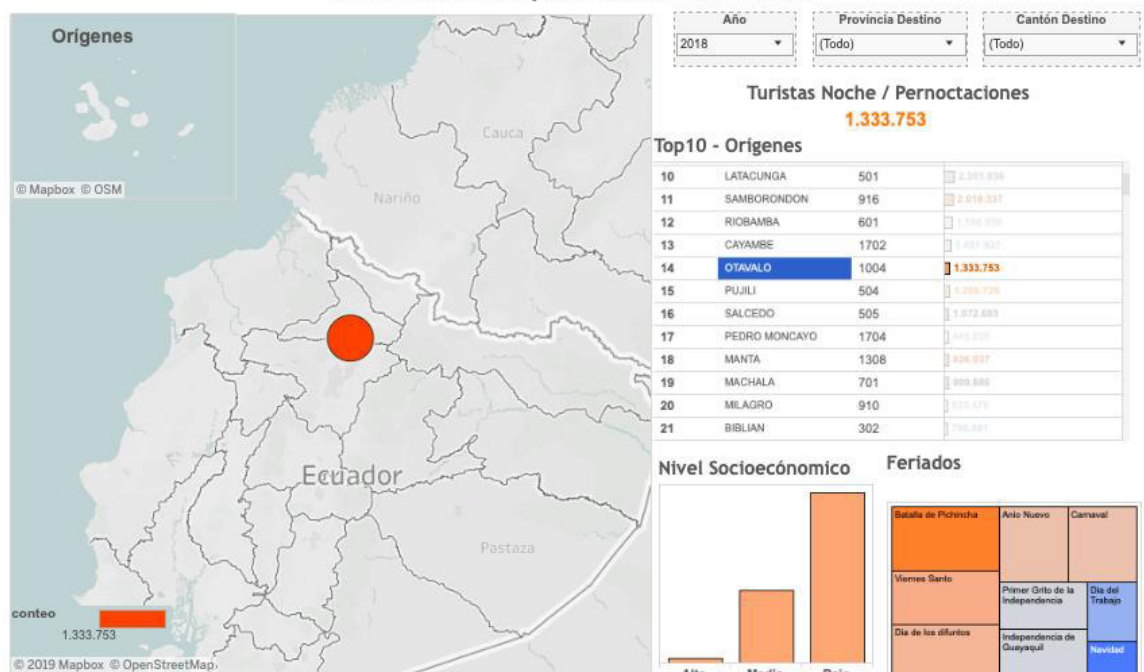
Pernoctaciones por Cantón de Destino



Estacionalidad



Pernoctaciones por Cantón de Destino



Estacionalidad



Turistas que visitaron Otavalo

Periodo 2017-2018

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN (TURISTA)		
AÑO	Población	Porcentaje
2017	1.328.808	100%
2018	1.333.753	100%

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

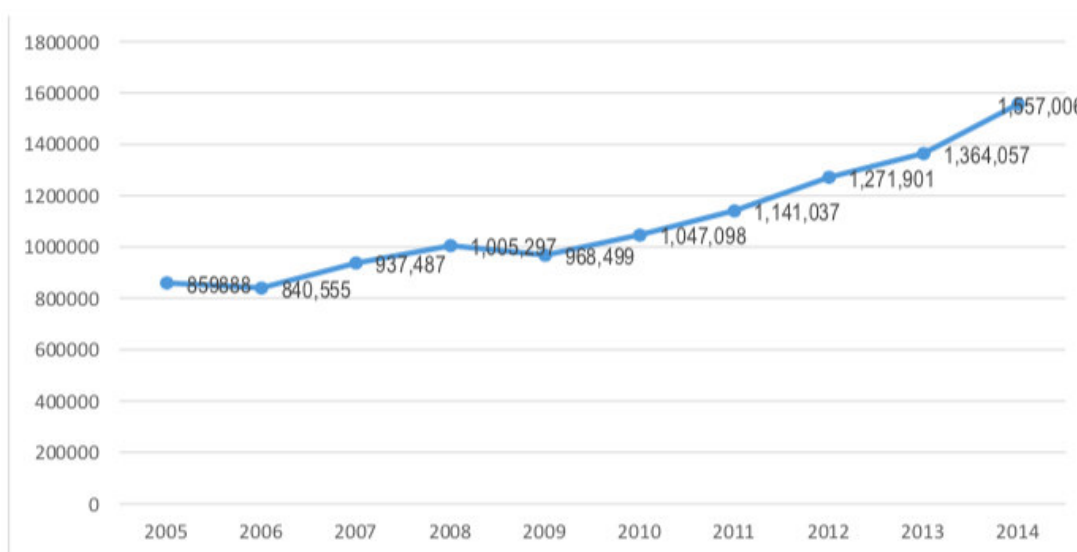
Elaborado por: El autor

Anexo VI: Ingreso de extranjeros en el Ecuador

Ecuador, pese a importantes esfuerzos para incrementar el número de turistas mediante la realización de varias campañas internacionales a través del Ministerio de Turismo, ha tenido un crecimiento modesto en los últimos 10 años, con una tasa promedio anual del 6% (período 2006-2014), pasando de 859.888 registros en el 2006 a 1'557.006 en el 2014.

Fuente :GADMO

Gráfico 1: Ingreso de extranjeros al Ecuador (personas)



Fuente: Ministerio de Turismo – **Elaboración:** Equipo consultor

Anexo VII: Ingresos económicos al cantón por actividades realizadas. Año 2010

Principales actividades que generan mayor ingreso	
Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	%
Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas.	82.5%
Industrias manufactureras.	3.4%
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	3.4%

Fuente: INEC, Censo Económico 2010



Fuente: INEC, Censo Económico 2010

Anexo VIII: Censo del 2001 Población económicamente activa (comercio)

CANTÓN OTAVALO

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO

SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	33.730	21.396	12.334
MIEMBROS, PROFESIONALES			
TÉCNICOS	2.152	1.083	1.069
EMPLEADOS DE OFICINA	1.197	623	574
TRAB. DE LOS SERVICIOS	5.085	2.392	2.693
AGRICULTORES	4.344	3.096	1.248
OPERARIOS Y OPERADORES			
DE MAQUINARIAS	11.840	8.644	3.196
TRAB. NO CALIFICADOS	7.178	4.404	2.774
OTROS	1.934	1.154	780

SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	33.730	21.396	12.334
AGRICULTURA, GANADERÍA			
CAZA, PESCA, SILVICULTURA	7.706	5.774	1.932
MANUFACTURA	8.309	5.191	3.118
CONSTRUCCIÓN	2.471	2.416	55
COMERCIO	5.659	3.025	2.634
ENSEÑANZA	1.462	577	885
OTRAS ACTIVIDADES	8.123	4.413	3.710

Anexo IX: Plan de trabajo de titulación



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES REALIZADAS POR
MINDALAES, EN EL CANTÓN OTAVALO.”

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Políticas macro, meso y micro económicas nivel nacional e internacional

SUBLÍNEA:

Negocios Internacionales

AUTOR: SAIRE CÁCERES MORALES

IBARRA, ENERO, 2019

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICA:.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA	v
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
Variables diagnósticas	3
Variable independiente	3
Variable dependiente	3
ESTADO DEL ARTE	4
Estado de la cuestión y marco conceptual	6
1.1.1. Estado de la cuestión.....	6
Marco conceptual.....	7
1.1.2. Globalización	7
1.1.3. Comercio.....	9
1.1.4. Tipos de migración	17

1.1.5. Migración y cambio cultural del pueblo indígena de Otavalo.....	18
1.1.6. Indígenas	22
MATERIALES Y MÉTODOS.....	26
1.1.7. Mecánica Operativa “ Población y Muestra de artesanos del Mercado Centenario”	27
1.1.8. Comerciantes	27
Resultados	32
1.1.9. Entrevistas aplicadas	59
Discusión	72
PROPUESTA.....	79
CONCLUSIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	85
ANEXO	89
JUSTIFICACIÓN	129
ESTADO DEL ARTE	131
OBJETIVOS	149
1.1. Objetivo General.....	149
1.2. Objetivos Específicos	149
HIPÓTESIS	149
5.1 VARIABLES	150
5.1.1 Variable independiente	150
5.1.2 Variable dependiente	150
5.2. Índice	151
CAPÍTULO I ESTADO DEL ARTE	151
METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	152
Conclusión	157

RECURSOS.....	157
RELEVANCIA SOCIOECONÓMICA.....	158
PLANIFICACIÓN TEMPORAL	160
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	163

TABLA DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1 Árbol de problemas.....	13
Tabla 1 Recursos humanos, materiales y otros.....	36
Figura 2 Planificación temporal.....	39

RESUMEN

La siguiente investigación aporta con nuevas evidencias sobre el origen de nuevos contextos migratorios que con el pasar de los años cambiaron la dimensión étnica o la identidad de los migrantes otavaleños .La comercialización de sus productos en tiempos atrás convirtió al indígena otavaleño a tomar este tipo de vida como un oficio laboral , dentro del mismo contexto también se analizará la diáspora de la población indígena migrante teniendo como consecuencia los cambios que se presentarán en la demografía indígena .

A lo largo de la historia los Mindalae fueron conocidos como un grupo de elite a diferencia de otros grupos se merecían un trato especial por parte de los conquistadores españoles , ellos fueron quienes estuvieron libres del pago de tributos por el gran desempeño y la ayuda que realizaba con la comunidad y el progreso del mismo, también influyó la ideología del liberalismo económico lo cual dio paso al nuevo indígena Otavalo a emprender nuevos rumbos y realizar negociaciones ya no solo regional sino también con el resto del mundo .

El beneficio tras la investigación será como repercute el Otavalo en las actividades comerciales, es necesario la investigación para que de esta manera se puedan implementar nuevas estrategias siempre y cuando estas actividades estén afectando al comercio regional, se verán beneficiados las entidades quienes se encuentren en la región donde sean ejercitadas estas actividades comerciales.

También se pretende analizar cómo el proceso artesanal ha influido en el desarrollo turístico de la nacionalidad Kichwa de Otavalo en la provincia de Imbabura, Ecuador. Se realizó una revisión bibliográfica, análisis de documentos y fuentes estadísticas que permitió una aproximación a las particularidades y el aporte de la producción artesanal para el desarrollo turístico. Se analizan los factores culturales que hacen que el Kichwa Otavalo haya ganado influencia económica a través del éxito de sus artesanías, el comercio, la inversión en maquinaria moderna, tecnología de la comunicación, infraestructura y turismo, lo que ha provocado cambios en las condiciones de vida de esta población.

Palabras clave: Kichwa - Mindalae - indígena – comercio

Abstract

The following research provides new evidence on the origin of new migratory contexts that over the years changed the ethnic dimension or the identity of the Otavaleños migrants. The commercialization of their products in the past converted the indigenous Otavaleño to take this type of life as a job, within the same context the diaspora of the migrant indigenous population will also be analyzed, having as a consequence the changes that will appear in the indigenous demography.

Throughout history the mindalae were known as an elite group to deference of other groups deserved a special treat by the Spanish conquerors, they were those who were free of the payment of taxes for the great performance and the help that made With the community and the progress of it, the ideology of economic liberalism also influenced, which gave way to the new Otavalo indigenous to embark on new paths and to negotiate not only regionally but also with the rest of the world.

The benefit after the investigation will be how the Otavaleño affects the commercial activities, it is necessary the investigation so that new strategies can be implemented as long as these activities are affecting the regional trade, the entities that are in the region will benefit. region where these commercial activities are exercised. It is also intended to analyze how the artisanal process has influenced the tourist development of the Kichwa nationality of Otavalo in the province of Imbabura, Ecuador. A bibliographic review, analysis of documents and statistical sources was carried out, which allowed an approximation to the particularities and the contribution of artisanal production for tourism development. The cultural factors that make Oitavale Kichwa have gained economic influence through the success of their handicrafts, trade, investment in modern machinery, communication technology, infrastructure and tourism are analyzed, which has caused changes in the conditions of life of this population.

Key words: Kichwa - Mindalae - indigenous – commerce

PROBLEMA

La problemática de los kichwas Otavalo ha sido la pérdida de identidad en sus productos lo cual ha llegado a ser un factor fundamental para la disminución de sus ventas.

Siendo considerados como un pueblo peculiar, distintos a los demás ubicados en Sudamérica específicamente en Ecuador, provincia de Imbabura. Uno de los reconocimientos que ha obtenido el Otavalo es por su masiva migración en el mundo que forma parte del estilo de vida, su identidad se basa en el kichwa Mindalae lo que ha llevado a su pueblo a la masiva distribución de productos artesanales siendo protagonista de su propio declive ya que ha llegado a ser mucho más fácil obtener el mismo producto en el extranjero sin la necesidad de viajar a otros sitios en busca de ellos.

La diáspora migratoria ha llevado al otavaleño Mindalae a la pérdida de identidad y la inclusión de nuevas prácticas en la elaboración de productos artesanales haciéndolos menos demandados en el mercado internacional.

El Mindalae considerado un personaje nómada, del pueblo Kichwa de Otavalo está históricamente conformado por hábiles artesanos y productores del textil, herederos de las ancestrales destrezas de los Mindalae, antigua élite indígena especializada en el arte del comercio. Arte que ha llevado los kichwas Otavalo a viajar por todo el mundo. (UNESCO, 2017).

Mientras ha evolucionado la dinámica del comercio por implementación de nueva tecnología y nuevas formas de realizar comercio se ha podido o analizar el pro y el contra que conlleva esta actividad la apertura de nuevos mercados ha sido indispensable para la problemática que hoy en día existe en el cantón ya que se ven beneficiados ciertas elites o pequeños grupos que han logrado conquistar estos mercados internacionales lo cual han afectado al comercio local inclusive al turismo local.

Los otavaleños a diferencia de otros pueblos indígenas han sido considerados como grupos elites en el arte del comercio al poseer ciertas habilidades que promueven el crecimiento del

pueblo Kichwa Otavalo tanto político como económico al ser uno de los personajes que mayor influencia tiene en el cantón por su poderío económico.

El modo comercial del Mindalae otavaleño se ha generado extraterritorialmente por lo cual extranjeros o turistas han podido obtener los mismos productos en el extranjero sin la necesidad de viajar hacia nuestro país específicamente al cantón de Otavalo para así obtener productos textiles y artesanales provocando una disminución de afluencia extranjera en las calles del cantón afectando directamente al comercio y a las familias quienes sobreviven por medio de la venta y distribución de productos elaborados en los pueblos que se encuentran a costados de Otavalo.

La diáspora cultura que se originaron en el transcurso de estos años incidió con gran relevancia al Kichwa Otavalo a su forma de vida a su hibridación cultural con la de otros pueblos la adquisición de nuevas prácticas y costumbres lo que resultó en un intercambio cultural que dio paso a la pérdida de esencia en aspectos artesanales en el pueblo Kichwa Otavalo llegando al punto en el que indígena de antes es muy diferente al que existe en la actualidad por la falta de identidad y pérdida de costumbres propias de la región .

Un aspecto negativo es la influencia de nuevas prácticas en los saberes artesanales del pueblo Otavalo lo cual hace parecer que el producto de la región no sea netamente originario ya que por medio de la práctica ancestral del mindalae tras sus largos viajes hicieron que en ese transcurso fueran aprendiendo o adaptándose a ese nuevo entorno en el cual se encontraban y realizaban sus labores diarias como comerciantes netos.

Al hablar de la esencia en los productos y del constante movimiento del indígena otavaleño alrededor del mundo comercializando sus productos ha hecho que disminuyan las ventas en la región de Otavalo ya que el producto ya no es buscado o apetecido por el comprador extranjero por motivo de que con la actividad del otavaleño Mindalae ha llevado el mismo producto a todas partes del mundo haciendo que el viaje en busca de ellos sea innecesario para el turista o posible comprador extranjero afectando al comerciante local .

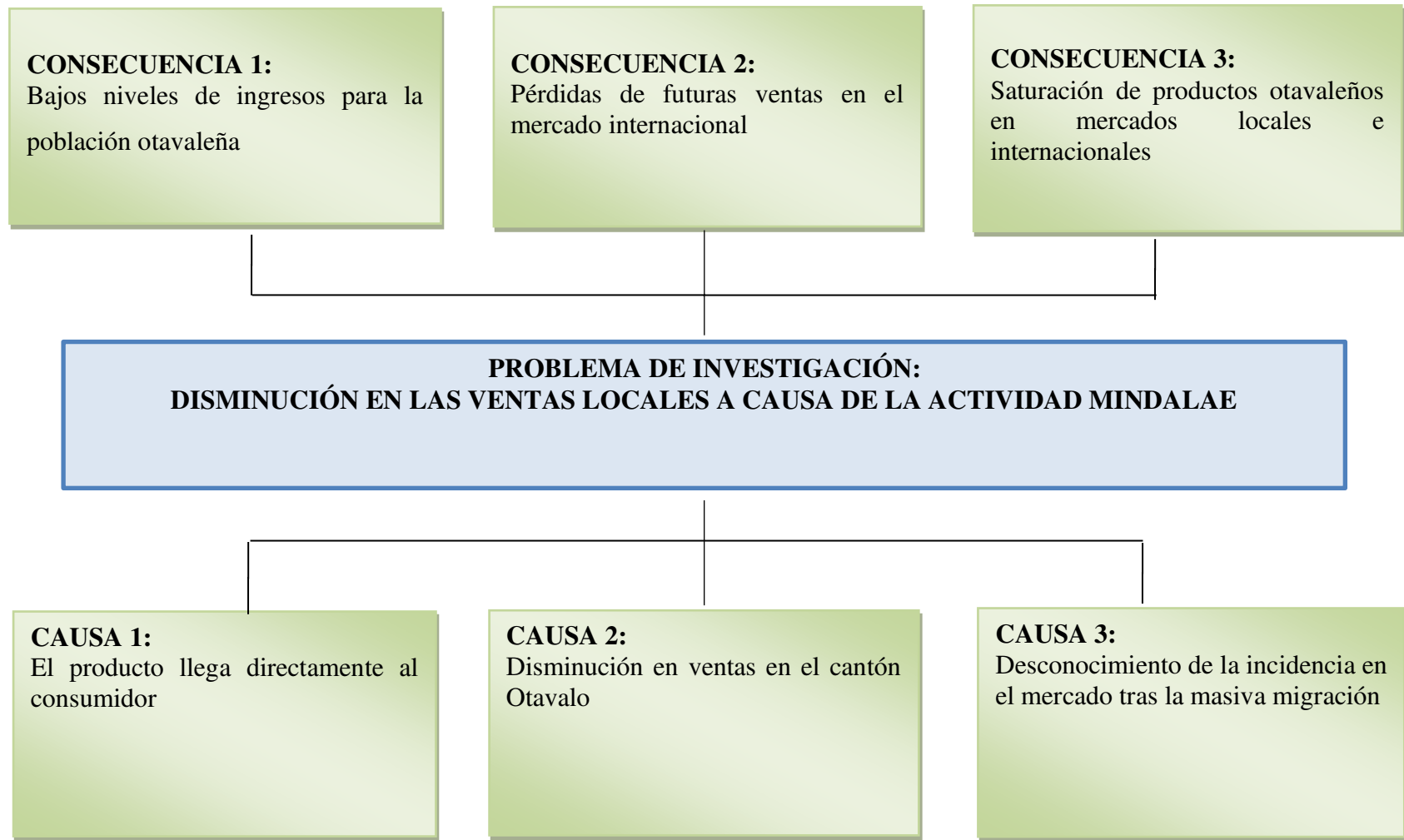


Figura 1 Árbol de problemas
Elaborado por: El Autor

JUSTIFICACIÓN

La siguiente investigación tiene como fin llegar al análisis migratorio que existe y qué consecuencias ocasionan los kichwas Otavalo mejor conocidos como Mindalae trasnacionales por ende se llegará a conocer como el indígena otavaleño repercute significativamente en el comercio local , cómo se verán afectadas las ventas de los mismos productos que se comercializan en el exterior .El objetivo es conocer los movimientos migratorios del indígena para así poder tomar en cuenta cómo está afectando al comercio local este flujo migratorio por el hecho de que este tipo de individuo ha sido considerado a lo largo de la historia como un nato comerciante y un hábil proveedor .

La justificación de la investigación es profundizar los estudios sobre los impactos que tiene el Otavaleño en el comercio local cómo afecta o influye en la comercialización de productos al realizar sus actividades laborales. El beneficio a obtener será cómo repercute el otavaleño en las actividades comerciales, es necesario la investigación para que de esta manera se puedan implementar nuevas estrategias siempre y cuando estas actividades estén afectando al comercio regional, se verán beneficiados las entidades quienes se encuentren en la región donde sean ejercitadas estas actividades comerciales.

El beneficio tras la elaboración de la investigación será que con una mayor comprensión de las actividades que están afectando al comercio local se podrá actuar de una manera adecuada para así poder tomar decisiones que ayuden al progreso económico con la ayuda de capacitaciones frente a las problemáticas que existan en la investigación se obtendrá un fortalecimiento en las debilidades que existan en la actividad comercial del Mindalae otavaleño.

Ha existido diferentes tentativas tras el Mindalae cómo repercute en la región en donde se encuentra, para Maldonado (2002) El indígena otavaleño influyó en los cambios culturales comerciales , económicos de la región en donde se sitúa , tras la investigación se busca llegar al análisis y al entendimiento de cómo una cultura puede afectar al comercio local por medio de prácticas ancestrales y su peculiar forma de vivir , se llegará a la investigación del boom comercial y migratorio del otavaleño , cómo afectó esta práctica

milenaria en su cultura costumbres e incluso en su política y economía a nivel local ya que con el surgimiento de nuevas elites de comerciantes indígenas en el exterior trajo consigo un acelerado cambio por nuevas adquisiciones de conocimientos también como la influencia de diferentes culturas a la hora de realizar negocios o intercambios comerciales alrededor del mundo (pg17).

Al realizar un estudio sobre la historia del mercader Otavalo, se observa que el pueblo Kichwa Otavalo fue considerado a un nivel de estatus social muy diferente al de otras culturas por su gran aportación en la economía por su singular destreza en el oficio de comercializar sus productos , fue un pilar fundamental en el crecimiento económico de la región y grandes avances culturales , intelectuales en diferentes áreas por la adquisición de diferente conocimiento tras grandes viajes objeto de la comercialización de productos.

Las expectativas que se quiere lograr tras esta investigación son la captación o el mayor entendimiento del actuar cultural, se llegará a la comprensión de que su forma diaria de vivir de manera directa e indirectamente inciden en una expansión o contracción económica a nivel local , al ser un personaje sumamente importante en el crecimiento del lugar en donde se encuentra ya que en su mayoría tiende a ser un pueblo nómada y comerciante por el mismo hecho de sus antecesores quienes se dedicaban exclusivamente al oficio del mindalae o comerciante, por este motivo la presente investigación se basará en el actuar del Mindalae otavaleño y las incidencias que con ello trae sus actividades diarias.

ESTADO DEL ARTE

1. Comercio tradicional

“Según Ayala Ramírez, Suhey; Castillo Girón, Víctor Manuel, (2014). Afirma que, Los comerciantes tradicionales, por su parte, no solo tienen menor capital e infraestructura sino que también son menos proclives a los cambios organizacionales para atender las demandas y necesidades cambiantes de los nuevos segmentos de consumidores.”

El comercio común o tradicional se ha ido posicionando en un segmento de mercado no muy extenso ya que cuenta con sus propias características a la hora de distribuir y realizar sus ventas muy diferentes al comercio en gran dimensión, este tipo de comercio es fundamental en pequeños lugares, sectores y plazas no cuentan con un gran capital o grandes distribuidores que ayuden en el ejercicio de comercio entre pueblos o naciones ya que existe un número limitado de productos que producen una falta de abastecimiento en el mismo mercado nacional lo cual limita al comerciante a extender sus plazas.

En base a la investigación el comercio tradicional juega un papel importante en la proliferación de personajes relacionados al comercio internacional e interregional persiguiendo un mayor poderío económico para sus familias ya que este tipo de comercio al ser un comercio muy limitado por lo general se ven involucradas las familias para el funcionamiento de esta micro empresa, relacionando al personaje Mindalae si bien es conocido como comerciante neto en la actividad de distribución de productos se ha podido concluir que al encontrarse en comunidades alejadas de la ciudad este comerciante ha podido aprovechar la destreza artesanal y usarlas en la producción de artesanías elaboradas por miembros familiares una distinción o similitud a la que se ve ejercida en el comercio tradicional. (Ayala Ramírez & Castillo Girón, Sistema de Información Científica Redalyc, 2014)

Para Ayala Ramírez, Suhey; Castillo Girón, Víctor Manuel, (2014) El comercio minorista tradicional, también conocido como comercio al detalle o al menudeo, se integra por comerciantes que operan en establecimientos con una superficie menor a 75 mts² emplazados en una sola ubicación física y, generalmente venden directamente a los consumidores finales pequeños volúmenes de mercancías en una misma operación

comercial, apoyados, sobre todo, en la estructura familiar y en una escasa infraestructura y equipo (García de León, Flores y Narro, 2002; Castillo y Curiel, 2014). En términos generales este tipo de comercio es preferido por la población de bajos ingresos y se integra de las pequeñas tiendas de barrio, los mercados minoristas tradicionales y el sector minorista informal.

Al ser un tipo de mercado minorista cuenta con sus propias políticas o lineamientos de venta por ejemplo la venta al menudeo a bajos costos con un mínimo de capital en inversiones del negocio el fin en común de este mercado es lograr un mínimo de ventas para así sostener su tipo de negocio tiene características de no poseer gran formalidad como otras empresas ya que no cuentan con el capital suficiente para extender sus oportunidades de mercado.

2. Migración

Hung, 2011 define que

La historia humana siempre ha sido una historia de migración, en consecuencia, esta es parte intrínseca de nuestro desarrollo. Históricamente, los seres humanos se han desplazado de un lugar a otro en busca de mejores condiciones de vida, por lo que resulta esencial que los Estados incluyan dentro de sus políticas la perspectiva migratoria como una variable que puede jalonar proceso de desarrollo locales. (p.7)

“A lo largo de la historia se ha podido observar que el ser humano siempre ha sido una persona cambiante y nómada, a causa de la necesidad se han desplazado de lugar en lugar en busca de mejores condiciones de vida.” (Hung, 2011)

La migración ha sido primordial para el desarrollo de las naciones y de los pueblos ya que por medio de este método particular de movilización los personajes o el ser humano han podido ir adquiriendo nuevas destrezas para su desarrollo a través de nuevos conocimientos tras las movilización por lo cual se ha podido observar que el Estado juega un factor importante ya que es él quien otorga las salidas y entradas de personas ,para la

investigación se partió de la migración que el mandala ha sido conocido a lo largo del tiempo como un personaje nómada y migrante en todas las regiones del país y diferentes nacionalidades y por medio de esta migración la búsqueda de nuevas oportunidades de supervivencia y un mayor poderío económico se ha podido observar que las personas han ido movilizándose de nación en nación por la búsqueda de estos factores primordiales para la supervivencia del individuo . (MORÁN, 2004)

Perruchoud,(2009) menciona que

“Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo el movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos.” (p.13)

Richard Perruchoud,(2009) señala que la migración es todo movimiento poblacional dentro y fuera de un estado o nación ,lo cual toma como referencia hacia el movimiento de las personas sin importar su condición ni el tamaño poblacional este movimiento incurre con gran relevancia hacia el actuar de las personas su condición y sus nuevas oportunidades de vida este cambio poblacional incurre en el cambio socioeconómico de las personas .

Raúl Delgado Wise y Luis Rodolfo Morán ,2004 define que

La evolución del fenómeno migratorio a nivel global, especialmente en los países de más larga tradición migratoria, da lugar a una compleja relación entre migración y desarrollo. Para los países emisores, los saldos históricos del fenómeno tienden a circunscribirse en un círculo vicioso y perverso, donde una y otro se sitúan como extremos antagónicos. Sin embargo, con la emergencia y fortalecimiento de las organizaciones de migrantes, se abre la posibilidad de modificar este escenario, aprovechando los recursos materiales y humanos involucrados en la formación de comunidades transnacionales para impulsar estrategias de desarrollo local y regional en los países de origen. Esta forma ascendente de transnacionalismo «desde abajo» puede encontrar un firme soporte en las políticas públicas y los acuerdos de

cooperación bilateral y multilateral de los países implicados, pero también puede encontrar en ello trabas y obstáculos difíciles de superar.(p.2)

3. Mercados tradicionales

Para Mónica Lacarrieu ,2016 define al mercado tradicional a

La mayoría de estos mercados son denominados "tradicionales", la noción de tradición que aquí se postula no es asociable mecánicamente con la de patrimonio. Puede serlo, en tanto y en cuanto el mercado en cuestión sea albergado por un edificio monumental, cuyo carácter patrimonial provenga de su pasado, de su historia, de su antigüedad e incluso de su estilo arquitectónico propio de una determinada época valorada por el campo de los patrimonialistas. La noción y la experiencia ligadas al terreno del patrimonio en el contexto de conformación de las naciones han estado atravesadas por ese sentido de lo cultural -la cultura como "cosa/objeto", como elemento de reificación y esencialidad, la cultura en su dimensión material-, donde lo tradicional ha sido focalizado en la idea folclorizada de la cultura, con posterioridad relacionada con la cultura popular. (Lacarrieu, 2016)

Se puede definir a un mercado tradicional a todo sitio en el cual exista un grado de aglomeración de personas que realicen cualquier tipo de actividad comercial un mercado de este tipo se da a conocer por la riqueza cultural o patrimonial que exista en su infraestructura o el sitio en el que se encuentre, también cabe recalcar que gracias a la existencia de estos mercados ya en vías de la extinción por el desarrollo urbano y rural existente que han sido remplazados por los centros comerciales y otro tipo de mercados por medio de este cambio ha perdido la esencia de un mercado tradicional perdiendo identidad y cultura por lo cual ha sido caracterizada estos sitios de comercio.En esa visión, la tradición como reproducción continua de la cultura popular, aunque, en ocasiones patente, ha sido subordinada al patrimonio de la monumentalidad nacional.

Para Bellucci S., Anna Paola, (2002).

“El mercado es el espacio establecido en un sitio de las ciudades, colonias, municipios, poblados y rancherías a donde se acude para la compra-venta de satisfactores y para brindar servicios; por lo que también cuenta con una historia muy antigua”(s.p).

Según los autores el mercado es todo sitio que ha sido establecido por la personas que habitan cerca del lugar en donde serán distribuidas sus productos incluso la atención de servicios hacia quienes frecuentan este tipo de mercados y se los llama mercados tradicionales a todos los lugares que ejerzan algún tipo de cultura tradición o costumbre que haya sido reconocido a lo largo del tiempo. Estos mercados para la investigación que se realizará sobre los otavaleños mindalae, es esencial ya que todos estos viajeros o distribuidores de mercancía han nacido de este tipo de comercio y ventas provenientes de estos sitios comerciales con el fin de llegar a una mayor venta de sus artesanías viendo al necesidad de emigrar hacia diferentes sitios nacionales como extranjeros teniendo el privilegio de obtener un mayor beneficio económico y social a diferencia de otros pueblos gracias a la habilidad que poseen para distribuir mercancías de todo tipo como artesanales incluso materiales ya elaborados. (Bellucci S., 2002)

4. Tianguis

Para Nallely Guadalupe Tello-Méndez ,(2018). Describe al tianguis como

Las economías populares se refieren a las distintas formas en que los sectores mayormente desfavorecidos generan y gestionan recursos económicos que les permiten subsistir. De acuerdo con Razeto (1993), en América Latina pueden comprenderse desde distintas prácticas: El trabajo por cuenta propia de innumerables trabajadores independientes, las microempresas familiares, unipersonales o de dos o tres socios, las organizaciones económicas populares, esto es, pequeños grupos o asociaciones de personas y familias que se juntan y gestionan en común sus recursos para la satisfacción de sus necesidades.

Estas economías, si bien significan un importante eje analítico para entender la desestructuración que genera el neoliberalismo en el mundo laboral actual, no pueden leerse únicamente como “destino fatal” de la población ante dicha desestructuración.

Al hablar de tianguis se puede asemejar a un mercado común popular ya que cuenta con todas las características a dicho lugar de comercio pero con una sola particularidad de que existen asociaciones dentro de estos centros de comercio que cobran diariamente mensual o como existan los acuerdos entre socios y mercaderes esta cuota tiene como fin ayudar a este sitio para así promover el comercio los fines que existen tras la implementación de estos sitios es incrementar el comercio ayudar en la pequeña economía solidaria de los pueblos más vulnerables y que menos ayuda tienen por parte del estado .

El tianguis, según Ernesto Licona Valencia ,(2014).

Los estudios antropológicos sobre tianguis en México inician en los años cincuenta del siglo XX . Antropólogos mexicanos y extranjeros se interesaron por los tianguis, debido a su continuidad histórica y a su función económica en regiones campesinas e indígenas; los tianguis han sido objeto de estudio por su origen prehispánico y los complejos sistemas de mercado que instituyen. Se han estudiado porque son expresión de economías indígenas locales, lugares de enlace social, abastecimiento de bienes y espacios de articulación con la economía nacional y global, entre otras razones.

Se puede llegar al análisis del tianguis en otros pueblos son semejantes al de todas las nacionalidades con un fin en común que es el crecimiento económico de los pueblos quienes están vinculados a este medio de comercio ya que se puede observar de que desde tiempo atrás existe un intercambio comercial entre indígenas y campesinos para así dinamizar y promover el comercio en este lugar ya establecido por personas cercanas al establecimiento. (Licona Valencia, 2014)

5. Cultura

La cultura, según Barrantes, (2009).

El Estado ecuatoriano ha diseñado estrategias para la transformación político-cultural que exige actualmente el país, impulsando planes y programas de gestión que fortalezcan la soberanía nacional, a la vez que promoviendo un mundo multipolar desde la integración latinoamericana y caribeña, y garantizando el reconocimiento del pluralismo cultural como ejercicio de ciudadanía y valoración de la diversidad

cultural. Interviniendo el estado en las investigaciones ayuda un gran porcentaje de la investigación, el estado ayuda a que la cultura sea más rica en que se haga conocer a nivel mundial. Fomentando estrategias adecuadas para que el pueblo aproveche y pueda sobre salir. (p. 6)

Es necesario tener una perspectiva muy amplia sobre la cultura ya que juega un papel muy importante a la hora de realizar el ejercicio comercial ya que por medio de este factor es posible identificar el actuar de cada pueblo o ciudad, un claro ejemplo que se ha obtenido son las interacciones que han tenido los Kichwa hablantes a la hora de llevar su cultura a través de países se ha podido observar una destreza intercultural la exportación de cultura a través de artesanías .La cultura ha sido muy significativo para el estado ya que se ha podido observar los proyectos existentes para así fortalecer el pluralismo cultural como lo menciona Barrantes .

Con la debida adecuación la “Comunicación, cultura y esferas de poder funciona como un perfecto rompecabezas, en el que la unión de cada una de las piezas va dilucidando un producto académico sólido y diverso que no se queda” (Barrantes, 2009. p, 2)

Para el estado ecuatoriano es necesario conllevar la cultura, la educación entre otros factores para así alcanzar el fortalecimiento de los pueblos y el reconocimiento cultural a través de países por motivo de que el estado hoy en día tiene como prioridad el fortalecimiento cultural ya que ha podido observar que sí existe un desarrollo en estos sectores del país podría llegar a ser un pilar fundamental para el crecimiento que el gobierno o estado busca.

6. Globalización

Según, Ulrich Beck, (2001).

La concepción según la cual el mercado mundial desaloja o sustituye al quehacer político; es decir, la ideología del dominio del mercado mundial o la ideología del liberalismo. Ésta procede de manera mono causal y economicista y reduce la pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión, la económica, dimensión que considera así mismo de manera lineal, y pone sobre el tapete (cuando, y si es que, lo hace) todas las demás dimensiones -las globalizaciones ecológica,

cultural, política y social- sólo para destacar el presunto predominio del sistema de mercado mundial.(p.13)

Se conoce como globalización al cambio ideológico por la apertura de nuevos mercados empezando por la independización de culturas y sociedades consiguiendo una liberación de mercados entre otros aspectos, con el fin de alcanzar un crecimiento acelerado gracias a la apertura y liberación de fronteras .La globalización fue fundamental en el cambio ideológico de la cultura y sociedad Mindalae ya que por medio de esta liberación se puede hablar que el crecimiento y la liberación de fronteras se logró desde tiempos muy remotos por la necesidad de crecimiento de los pueblos y comunidades ,al hablar de la globalización se ven involucrados diferentes factores como el político el social, cultural ,económico ,entre muchos otros que fueron formando parte de esta apertura con esta liberación que fue parte fundamental para el mercader Mindalae se fueron creando nuevos grupos sociales dedicados especialmente a la expansión de la cultura y productos originarios de sus pueblos todo con el fin de un mejor vivir o mayor poderío económico, gracias a esta actividad y a la especialización de estos pueblos o grupos sociales fueron formando parte primordial de la expansión y crecimiento no solo de los mismos sino también de toda la sociedad en la que formaba parte el mercader (Beck, 2001).

Para, Joseph Stiglitz, (2000).

“La búsqueda de un comercio más libre se convirtió en una posición de consenso para los economistas, los comentaristas y la gran mayoría de los políticos dominantes, hasta el punto en que los beneficios del libre comercio parecían obtener una adhesión ciega.”(s.p)

La globalización posee un sin número de dificultades o diferencias a la hora de ampliar o eliminar las fronteras de los países ya que al introducirse en este tipo de política liberal los países corren el riesgo de ocasionar un problema interno con falta de empleo ,introducción de nuevos productos en el mercado todo esto a causa de esta apertura comercial o global que ocasiona un desequilibrio comercial y económico entre los países por lo cual la teoría de Joseph stiglitz es obtener una apertura pero con un cierto grado de restricción para así salvaguardar la economía de los países y su comercio .

7. Indígenas

Con el pasar de tiempo y las actualizaciones diarias, argumenta Sandoval, (2013) que

El uso de las tecnologías digitales se ha convertido en una moneda de dos caras, que refleja la realidad socioeconómica y política del país. En una cara se registra la exclusión generalizada del ciberespacio para parte de la mayoría de la población indígena, y en la otra se presentan las múltiples oportunidades que tienen los pueblos, las comunidades y los individuos indígenas, para mejorar sus condiciones de vida colectivas y personales. Si un indígena usa la tecnología puede tener muchas ventajas, se abre al mundo y puede obtener mucha información con lo que puede sacar sus propias conclusiones e irse guiando para ir por el camino que se trazó el objetivo. Tener la mente clara de lo que desea con la investigación. Y no solo por ser indígena lo debemos discriminar. (p, 235)

Como a menudo los maestros indígenas demuestran, según Rocha (2009):

Debe tener convicción en la necesidad de valorizar y fortalecer sus lenguas propias, y son - ellos mismos - hablantes nativos de sus lenguas, las preguntas que se plantean son: ¿Por cuales razones las escuelas indígenas siguen restringiendo el espacio de la lengua autóctona? ¿Es posible que los maestros indígenas de hecho estén creyentes de las potencialidades y en el futuro de su lengua materna? Y, por fin, ¿Serán las presiones de la burocracia o de maestros no-indígenas en la escuela indígena lo que impide la experimentación de programas auténticamente bilingües? (p. 3)

La implementación de la lengua indígena en las unidades educativas “Es muy importante para la comunicación en los negocios puede, por lo tanto, no debería de haber restricciones sobre la implementación. Deberíamos de aprovechar y sobre todo que no se pierda esta potencial que se tiene maternalmente.” (Rocha, 2009, p. 3)

8. Otavalo

La identidad de Otavalo en nuevos tiempos es muy valiosa, según Miras:

Ser reconocidos y encontrarse a nivel mundial en cada rincón tuvo un proceso largo y doloroso. Esta identidad que ahora es reconocida y valorada se opta de ventaja para el comercio de las artesanías ya que por ellas nos conocen. “Hecho a mano”, esa es la palabra de convencimiento para que el extranjero añore tener una de estas artesanías en sus manos o su hogar. A la identidad no se lo debería perder puesto que nuestro ante pasados lucharon y murieron por él.

El concepto de “identidad”, al igual que otros términos afines, a pesar de su gran relevancia tanto social como científica, ha sido caracterizado por una profunda ambigüedad. Si tenemos en cuenta las declaraciones de los informantes sobre su autodefinición, predomina la categorización según la nacionalidad de origen, pero especifican y destacan a la vez pertenencia étnica. Se intercambian los términos de “indígena”, “kichwa” y “otavaleño” restringiéndolos a la población Kichwa procedente, ellos o sus antepasados de Otavalo. (Pg, 212)

La historia de Otavalo como cualquier otro tuvo un proceso largo, donde se hubo enfrentamientos, guerras civiles, concesiones políticas. “Debe a la gente del campo a los runas, ellos con un solo propósito de migrar rompiendo los esquemas tradicionales y mostrándoles una lección a los mestizos que ellos fueron capaces de salir del país, con su música, artesanías e idioma.” (Borchart, 1523, p. 187)

9. Mindalae

Maldonado, (2004) argumenta que:

Los mindalae fueron proveedores, dentro y fuera de la región, de bienes imprescindibles y altamente apreciados. Sancho de Paz Ponce de León, por ejemplo, asegura haber conocido de la existencia de "Indios mercaderes “antes de 1582 quienes desempeñaron una labor mercantil de largo alcance y trascendencia tanto para el grupo indígena como para la economía colonial. (p.62)

El oficio ancestral de la actividad Mindalae ha sido constituida por los primeros pueblos, en este caso el pueblo Kichwa otavaleño quien se especializó en un intercambio más generalizado lo que definió al pueblo otavaleño como especialistas mercaderes con un gran estatus a comparación de otras nacionalidades indígenas. El aprendizaje rápido a la hora de realizar estas actividades convirtió al indígena de esta región como actor fundamental para el crecimiento económico. Por otro lado, el Mindalae fuera de la comercialización fue un hábil productor de artesanías textiles lo que generó que esta cultura a pesar de los años no deje de perder su identidad comercial, también que hayan tomado este oficio como un modo más de vida. (Maldonado, 2004)

Según Salomón, (2004)

“Los datos históricos nos describen a los mindaláes como “un grupo de elite de especialistas “quienes merecieron un trato distinto por parte de la corona española.” (p164-168) Frank Saloman, (2004) señala que los datos históricos hacen referencia a que los mindaláes fueron conocidos como un grupo diferente a todos los pueblos kichwas de la región ya que se dedicaban al comercio e intercambio de productos también conocidos como grupo elite, también menciona que merecieron un trato distinto por sus habilidades.

Según Gina Maldonado, Frank Saloman nos proporciona información y registros que nos prueban la existencia de mindaláes desde 1559. Estuvieron libres de mitas y tributos monetarios, a pesar de ser estas prácticas de dominación extendidas para la población indígena. Los mindaláes “... solo pagaban tributo de oro y mantas y chaquiras de hueso blanco o colorados”. De ahí que su conducta tributaria fuese "diferente a la de otros naturales" (Paz Ponce citado en: Saloman 1980: (pg164-168).

Gina Maldonado, (2004) indica que gracias al conocimiento ancestral del Mindalae este pueblo de la sierra norte ecuatoriana han sido considerados como indispensables en el comercio de mercados y tianguis tomando como papel de proveedor de estas plazas de concentración y comercialización de productos, al poseer un grato conocimiento en la habilidad de movilización así como de la distribución fueron llevando a diferentes pueblos. Los viajeros fueron llevando no solo productos sino también el conocimiento que se les fue

inculcado, las creencias, costumbres, entre otros aspectos que formaron parte de la personalidad de este grato comerciante.

Los Mindalae obtuvieron poderío social ,político y económico a diferencia de otros pueblos ya que fue considerado como personaje importante a la hora de establecer una comercialización entre pueblos, puesto que es un factor fundamental en el intercambio su influencia llegó a ser tan grande que en momentos históricos como la conquista incásica este pueblo o grupo social pudo tener un trato diferente con ciertas preferencias a diferencia de otros pueblos de la sierra americana .

10. Kichwa

Para Solís, (2009)

El pueblo kichwa se encuentra compuesto por aquellos descendientes de pueblos indígenas amazónicos que fueron ‘quechuizados’ por misioneros, desde el siglo XVI. La lengua quechua se implantó sobre diversos pueblos, ocasionando la desaparición de muchas lenguas originarias y, en otros casos, reduciendo su uso a unos pocos individuos. A pesar de tener diversos orígenes, los grupos kichwa comparten cierta identidad común como pueblo. (p.1)

También se denomina al kichwa a las personas hablantes de este dialecto, por lo general esta interpretación se las da a las nacionalidades indígenas, esta lengua con el paso del tiempo se implantó sobre todos los pueblos indígenas por ende este dialecto es similar en todos los pueblos con una mínima diferencia. (solís,2009)

La identidad kichwa no es solamente un dialecto sino también es una forma de vida una historia tras esta cultura, también nos habla de que este dialecto transfiere conocimientos es la esencia misma del indígena. (Maldonado,2017)

Ati Amaru Maldonado Espinosa, (2017) refiere que el kichwa no es nada más que un dialecto por el contrario es la esencia misma del pueblo indígena, su palabra relata historia, cultura, el sentir pensante de la persona misma, la identidad propia del indígena.

La denominación que adoptan el indígena que se encuentra inmerso al dialecto por ende se denominan Kichwa hablantes por su dialecto, existen varias culturas que adoptan ese lenguaje como en pueblos indígenas amazónicos, peruanos no será posible hallar alguna referencia de su origen o el porqué de su denominación. (DNLO, 2013, s.p.)

11. Comercio internacional

Según Romero, (2015)

El comercio mundial ha venido creciendo mucho más que la producción mundial en los últimos treinta años, y el mismo está articulado cada vez más en torno a las cadenas globales de valor. Entre 1980 y 2011, el valor del comercio mundial de mercancías aumentó más de 7 % promedio anual, totalizando los US \$ 18 billones en el último año del periodo. El crecimiento real del comercio de mercancías se multiplicó por cuatro y, desde 1980 ha crecido en promedio casi dos veces más que la producción mundial, por lo que se ha dado un aumento en el "coeficiente de apertura externa" de la economía mundial. (s.f)

El comercio en el transcurso del tiempo ha sido primordial para el crecimiento económico de las naciones ya que cuenta con un factor fundamental para realizar el dicho avance, el intercambio de bienes y servicios dinamiza la economía de un país, gracias a todo esto en los últimos treinta años se han podido lograr metas o crecimientos que en el pasado no las hubiésemos pensado. (Romero,2015)

12. Comercio

Se definirá como el intercambio de bienes y servicios a cambio de cierto valor económico, se diferenciarán el lugar, modalidad en que se genere el comercio, a continuación las siguientes definiciones por los autores:

El magíster (2013) denomina al comercio como la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El

comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. (pg.1)

1.1 Comercio Interior: es el que se realiza entre personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción. (E magíster,2013,pg.1)

El comercio interno es el que se realiza dentro del territorio de un país, también es llamado comercio interior, comercio nacional o comercio doméstico. Está regido por un conjunto de normas únicas para cada nación, generalmente denominado código de comercio. (Posada de Herrera, José. Lecciones de administración, INAP, 1988, p.662)

Se entenderá como comercio interior a toda comercialización que se efectúe entre personas que estén en un mismo país con la finalidad de obtener un valor económico o monetario siempre y cuando las partes involucradas estén de acuerdo.

1.2 Comercio exterior es el que se efectúa entre personas de un país y las que viven en otro.(E magíster,2013,pg.1)

Para Luis Ceballos (2012) El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.(s.p.)

Se entenderá como comercio exterior a toda mercancía o transacción que se realice con personajes fuera del país de origen, obligatoriamente intervendrán dos o más países en el comercio exterior o internacional.

1.3 Comercio Terrestre y Comercio Marítimo, ambos hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada una es propia de una rama del derecho mercantil, que llevan el mismo nombre. (E magíster,2013,pg.2)

1.4 Comercio por cuenta propia y Comercio por comisión, éste último es el que se realiza a cuenta de otro. (E magíster,2013,pg.2)

1.5 Migración y cambio cultura del pueblo indígena de Otavalo

La migración es un fenómeno causado por diversos factores entre uno de ellos el factor económico, ya que no satisfacen sus ingresos para una mejor calidad de vida, distintos pueblos autóctonos en el mundo han sufrido ese fenómeno, a causa de eso traen consigo diversas tradiciones y culturas del país al cual decidieron migrar, por ende se presenta una pérdida de identidad cultural, afectando así las tradiciones y costumbres del pueblo; El pueblo indígena de Otavalo es reconocido a nivel mundial y categorizado como embajadores culturales del país, el otavaleño es considerado un persona mindalae, lo cual significa que en sus raíces tiene la costumbre de buscar nuevos destinos el cual pueda comercializar sus productos artesanales que ha mantenido desde tiempos pasados, gracias a la globalización, lo cual es un factor positivo para comercializar el producto otavaleño, pero consigo trae efectos negativos como todo efecto de la globalización .

Elías Hung (2011), afirma que:

La historia humana siempre ha sido una historia de migración, en consecuencia, esta es parte intrínseca de nuestro desarrollo. Históricamente, los seres humanos se han desplazado de un lugar a otro en busca de mejores condiciones de vida, por lo que resulta esencial que los Estados incluyan dentro de sus políticas la perspectiva migratoria como una variable que puede jalonar proceso de desarrollo locales. (p. 7)

La migración ha existido desde tiempos remotos de la existencia del hombre, y este fenómeno ha sido de gran importancia para el desarrollo de la especie humana, desplazándose a distintos lugares tanto interna o externamente dentro de un estado, buscando

mejorar su calidad de vida y niveles de ingresos, proceso migratorio que a lo largo de la historia se vivieron muy frecuentemente.

Por su parte Richard Perruchoud (2009), menciona que la migración es el “Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo el movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos.” (p. 38)

La migración se define como el traslado de una o varias personas de un lugar hacia otro que no sea propio de él, puede ser tanto en el extranjero como en su propio país; este fenómeno puede ser causado por distintos motivos, pero el principal se puede decir que es el ámbito económico que sufre el país donde habitaba anteriormente.

Uno de los factores que más efectos sufre acusa de la migración es la cultura que según la UNESCO citado en Liesa (2014), define cultura como el:

Conjunto de rasgos diferenciadores, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o aun grupo social que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias. (p. 15)

Para el primer autor la cultura es denominada como los rasgos, que diferencia a un pueblo con respecto de otro, por lo cual son conocidos, su modo de vivir, sus creencias entre otros aspectos, que van de generación en generación.

También Raúl Barrera Luna (2013), menciona que “La cultura... en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad.”(p. s/n)

La cultura es la complejidad de entender los hábitos de vida de un pueblo, los conocimientos que solo ese pueblo mantiene gracias a sus ancestros, su arte único que no tiene comparación alguna con la sociedad actual, y que se ha conservado aun con los avances tecnológicos y la globalización, factores que amenazan a un pueblo.

En cuanto a la globalización y cambio social para los países menos desarrollados son la fuente de ingresos económicos, en función algunas dimensiones como:

Dimensión económica: la creciente demanda por mano de obra para el fomento de la competitividad y el impulso de la economía; como lo pone de manifiesto la oferta de trabajo suministrada por personas provenientes de economías menos desarrolladas o en condiciones de mayor pobreza, parecieran ser dos partes de una ecuación que debería resolverse sin mayores conflictos. Sin embargo, las crecientes restricciones al ingreso de los inmigrantes, la discriminación que sufren al interior de las sociedades de llegada y las dificultades con las que se enfrentan para ejercer sus derechos, dan cuenta de los elementos que entran el desarrollo de esta relación en condiciones de mayor fluidez.

Dimensión social y cultural: dentro de la dimensión social, están las formas de organización entre los migrantes que han sido profusamente documentadas por diversos estudios, los que destacan la importancia de las redes sociales a la hora de migrar, tanto desde el punto de vista de la promoción del desplazamiento como del apoyo al momento de la llegada. Al mismo tiempo, en las sociedades de llegada y de salida existen organizaciones que articulan una respuesta colectiva respecto de la condición de migrante, ya sea desde un punto de vista afirmativo (como los clubes sociales, deportivos y diversas organizaciones culturales), como político (organizaciones de defensa de los derechos de los migrantes). (CEPAL, 2006, pág. s/n)

Como menciona la CEPAL, la globalización permite que compartamos con todas las personas en el planeta la gran diversidad de culturas, conocimientos, atracciones, ventajas, beneficios para personas, familias y empresas que eligen tomar un rumbo y

moverse a cualquier país que le permita el acceso legal y muchas veces ilegal, varias veces el cambio cultural no es fácil, la adaptación, el tipo de trabajo y en algunos casos el idioma son barreras que tienen que enfrentar, sin embargo a muchos de ellos no les queda otra opción que vivir en una ambiente social totalmente confundidos, especialmente los niños son los sufren este impacto emocional.

Los efectos que ha causada la globalización en los procesos migratorios, se caracterizan por enfrentar distintos escenarios como consecuencia:

Los procesos migratorios actuales se caracterizan en este sentido por tener que enfrentar escenarios sociales, culturales y económicos diferentes ya sea en los países de origen que en aquellos de destinos. Al mismo tiempo las personas que experimentan tales procesos enfrentan situaciones, vivencias, emociones no muy distintas a las que los antepasados hicieron frente. Más que los contenidos parecen haber cambiado los escenarios y las claves de lecturas para comprender los procesos (Castaldi, 2011, p. s/n).

Las oportunidades, así como las vulnerabilidades ligadas a los movimientos migratorios son interdependientes y que se destaquen las primeras respecto de las segundas depende de una multiplicidad de factores cuya influencia nunca es lineal. Los desafíos además no conciernen solo a aquellos que se mueven sino también el país receptor, cuyos habitantes enfrentan los necesarios cuestionamientos que el contacto con la diversidad estimula. De hecho, la diferenciación entre los países desde los cuales las personas se mueven y aquellos a los que se dirigen no está dada: si bien todavía los movimientos más importantes de personas se producen desde las zonas más pobres, desde aquellas en situaciones de guerra o de hambruna, muchos países son al mismo tiempo puerto de partida y de llegada. O países que en otros tiempos fueron trampolín de emigración de un gran número de personas ahora pueden ser destinos de otros tantos, que los eligen como residencia. (Castaldi, 2011, p. s/n)

Existen diferentes factores que empujan a las personas a migrar a otras partes del mundo, como por diferentes propósitos como el de mejorar su calidad de vida, persecución política, conflictos bélicos, entre otros donde al llegar al país de destino empiezan a sentirse como propios ya que lograron un cambio de vida digna. En algunos países desarrollados conseguir una residencia permanente es una oportunidad que les permite vivir con todos los derechos y beneficios que esos países ofrecen.

OBJETIVOS

1.1. Objetivo General

Analizar el impacto del Mindalae en el comercio local del cantón Otavalo.

1.2. Objetivos Específicos

- Analizar el actuar del otavaleño en el comercio local.
- Analizar el comportamiento del mercado local del cantón Otavalo en base a la intervención y comercialización del Kichwa otavaleño.
- Diagnosticar la situación actual de los artesanos bajo parámetros comerciales y culturales tras la incidencia del comerciante Mindalae.

HIPÓTESIS

Los cambios culturales en el pueblo indígena Otavalo por efecto de la migración se hacen presentes de acuerdo con la presente investigación, según Soriano Miras (2015), existen tres factores muy peculiares que ha experimentado el pueblo otavaleño en el proceso de migración, siendo el primero de ellos el idioma, es decir la afectación que ha producido este fenómeno en la lengua kichwa específicamente. Para este mismo Autor:

Entre los otavaleños de Villanueva la percepción de la necesidad de preservar o, más bien, de recuperar el kichwa se entremezcla con un trato instrumental de las capacidades lingüísticas. La fractura entre los bilingües kichwa-hablantes y las

personas que manejan solo el español es más visible en un nivel intergeneracional. Dentro de las preocupaciones sobre la incipiente “segunda generación” predomina la visión de dar prioridad al aprendizaje de otros idiomas por encima del kichwa por razones prácticas. En este sentido las explicaciones ofrecidas reflejan la visión de la generación de los padres de los migrantes kichwa monolingües en español, tal como demuestra la siguiente cita: Yo no tengo recuerdo de mi padre que me ha hablado en Kichwa. Mi madre sí, pero mi padre no, entonces mi padre siempre dijo: “Mira, algún momento [sic] van a tener que migrar y eso es seguro y el Kichwa no os va a servir fuera de Ecuador. Necesitan aprender algún otro idioma. Puede ser francés, puede ser inglés. (Soriano Miras, 2015, pág. 23)

Tal como se evidencia, la lengua es uno de los factores importantes que se ha ido perdiendo en este pueblo, ya que es visible que interregionalmente la mayoría del pueblo son bilingües, pero al predominar el idioma español, su idioma oficial como el Kichwa se va perdiendo de generación en generación, por el ambiente en el cual viven, también por la necesidad de aprender diferentes idiomas para adaptarse a la sociedad en sí y involucrarse al entorno en el cual viven.

5.1 VARIABLES

Para el adecuado desarrollo de la investigación a realizarse, se han identificado las siguientes variables:

5.1.1 Variable independiente

La variable independiente de la presente investigación se basa en el comportamiento del mercado bajo las fluctuaciones que ocurren en el mismo.

5.1.2 Variable dependiente

Con el análisis de los diferentes factores que inciden en el comportamiento del mercado se llegará a la determinación del por qué ocurren estos cambios en el mercado local.

5.2. Índice

CAPÍTULO I ESTADO DEL ARTE

1.1 Mindalae.

1.1.1 Definición

1.1.2 Tipos de cultura.

1.1.2.1 pueblos Artesanales.

1.2 Artesanía.

1.2.1 Definición

1.2.2 Tipos de Artesanía.

1.3 kichwa

1.3.1 Definición.

1.3.2 Identificación del pueblo Kichwa.

1.4 Exportación

1.4.1 Definición

1.4.2 Tipos de exportación.

1.4.2.1 Exportación Directa.

1.4.3 Requisitos para la exportación en Ecuador.

1.5 Comercio.

1.5.1 Definición.

1.5.2 Tipos de comercio.

2. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes

2.2. Objetivos

2.3. Variables diagnósticas

2.4. Indicadores

2.5. Matriz de relación

- 2.6. Información primaria
 - 2.6.1 Entrevista
 - 2.6.2 Observación
- 2.7 Información secundaria
- 2.8 Encuestas aplicadas al sector artesanal
- 2.9 Tabulación y análisis de la información
- 2.12 Determinación del problema diagnóstico

3. CAPÍTULO III ANÁLISIS

- 3.1 Estrategias de comercialización.
- 3.2 Propuesta de frente a la problemática.

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

6.1. MÉTODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

El método utilizado en la investigación ayudará a obtener conclusiones generales partiendo de premisas particulares ya que este método es el más usual para distinguir pasos como la observación de todos los hechos acontecidos para así realizar sus registros basados en antecedentes válidos. Dicho método será usado a través de hechos para así llegar a la formulación de diferentes conclusiones teóricas que ayudarán al análisis real de la investigación. (Merino, 2008)

“En el desarrollo del proyecto se utilizó dicho método para iniciar la investigación basándose en premisas reales, conclusiones que tengan validades, para así forjar un camino a seguir para la obtención de información válida y consistente “. (Newman, 2016)

6.1.2. Método Deductivo

Este método ayudará a obtener nuestras propias deducciones sobre el tema ya que la particularidad de esta metodología es que se parte de una ley en general ya validada anteriormente, para el desarrollo del proyecto se buscará una sustentación sobre la propuestas ya efectuada en el tema a tratar para así llegar a la obtención de una teoría específica y válida. (Merino, 2008)

“El método se tomará en cuenta en la investigación ya que es uno de los más usados en instancias para la obtención de conclusiones que formarán argumentos que sustenten la teoría de la investigación.” (Klimovsky, 2018)

6.1.3. Método Analítico – Sintético

Método analítico

Al usar el método analítico en las investigaciones facilitará la manera de obtener nuevas conclusiones además de conocer más sobre el material de estudio con el cual se llegará a aplicar, realizar analogías y también mejorar la percepción de dichas teorías como también la creación de las mismas. Con el método que se utilizará, facilitará el proceso investigativo para así profundizar de mejor manera sobre el tema investigado, se obtendrán nuevas percepciones, nuevos puntos de vista desde el investigador para el desarrollo del tema. (Intelectual Reserve, 2016).

Con la ayuda de este método se procederá al análisis documental ya existente conforme se relacione con el tema a investigar será de gran ayuda para tener un panorama claro de la problemática e incidencia a investigar sobre el Mindalae y su actuar comercial en el cantón de Otavalo.

Sintético

La síntesis es un elemento fundamental en el desarrollo de la investigación ya que se tomarán distintas teorías de las cuales se llegará a la síntesis de todo el tema tratado para la

reconstrucción de los elementos distinguidos por el análisis, esto quiere decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades. (Baldeón, 2017)

6.2. TÉCNICAS

6.2.1. Observación

“La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.” (Puente, 2013)

Mediante esta técnica se podrá reconocer el comportamiento del personaje estudiado en el proyecto, con la finalidad de llegar a tener una mayor percepción sobre las actividades que realizan diariamente, la relación existente entre el vendedor y el comprador, si está siendo afectado el comercio por el actuar del vendedor otavaleño .

6.2.2. Entrevista

La entrevista será utilizada para la recopilación de información por medio de la interacción con personal calificado sobre el tema de la investigación , se realizará entrevistas a personas conocedoras del tema investigado ya que es una de las mejores maneras de obtener información ,también es importante tener conocimiento alguno sobre el tema que se tratará con el entrevistado todo esto dependerá en gran medida del nivel de comunicación que se utilice entre el investigador y los participantes del tema . (Martínez, 2018)

Se perseguirá el fin de la entrevista, obtener un mayor conocimiento del tema se procederá a elaborar una estructura mediante un cuestionario previamente elaborado. Cuando la entrevista es aplicada en diferentes etapas previas en la investigación en donde se requiere obtener un conocimiento de fuentes externas sin que se requiera aun la profundización del tema. (Merino, 2008)

La entrevista se realizará a personajes quienes estén involucrados directa e indirectamente con la problemática de la investigación generalmente se realizará al grande y pequeño comerciante ya que ellos son quienes están siendo mayormente afectados tras la incidencia del actuar del comerciante Mindalae otavaleño.

6.3. INSTRUMENTOS

6.3.1. Ficha de Observación

Este tipo de instrumento será de gran ayuda ya que por medio de este instrumento se procederá a obtener una mayor información y recolección de datos con el fin de llegar al análisis de toda la información recolectada en el mismo, el documento intentará obtener la mayor información del tema facilitando al investigador en su organización de todo el material recolectado en la ficha, para obtener un punto de vista, una conclusión más certera y válida de todo el tema investigado. (Abril, 2014)

Es un instrumento de recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas. Una ficha de observación es un documento que intenta obtener la mayor información de algo, (sujeto) observándolo. La ficha puede ser de gran duración o corta duración en el tiempo. Las características del sujeto a observar determinarán las características de la ficha. (VÁSQUEZ, 2014)

6.3.2. Cuestionario

La realización de preguntas entorno a la investigación serán primordiales para la obtención de información , este instrumento será de gran ayuda ya que por medio del mismo responderemos a incógnitas que se presenten a lo largo de la investigación y de una u otra manera obtendremos lineamientos a seguir conforme se vayan elaborando las preguntas del cuestionario . (Córdova, 2014)

Un cuestionario es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados. Aunque a menudo están diseñados para poder realizar un análisis estadístico de las respuestas, es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información. (Meneses, 2016)

6.3.3. Interpretación de resultados procesados (entrevista)

Para el efecto de la distorsión o las fluctuaciones que se realizan en el mercado otavaleño por parte de los mismos comerciantes de dicha ciudad mejor conocidos como otavaleños Mindalae se ha procedido a realizar la siguiente investigación en una de las entidades más grandes de la ciudad como es la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario(UNAIMCO), esta entidad es quien representa al comerciante y artesano otavaleño ya que es quien emite los certificados de ser comerciantes calificados ;también es responsable de las ayudas que puedan otorgarse a indígenas quienes necesiten capacitaciones en todo el entorno de la comercialización y la internalización de los productos artesanales producidos por los mismos comerciantes y sus familias.

Tras la realización de la entrevista se supo manifestar el diligente de la entidad citando a la problemática y a los efectos realizados por los comerciantes otavaleños a diferentes contextos históricos que ocurrieron en la gobernación del periodo de los años 2002 se realizaron diferentes estudios sobre la población gracias a las encuestas realizadas en la ciudad que arrojó como resultados de que sí existe un gran flujo migratorio por parte de los ciudadanos, gracias a este flujo se ha podido eliminar la discriminación el racismo por parte de los mestizos hacia los indígenas ya que al regreso de dichos migrantes se ha podido apreciar un mejoramiento en ciertos aspectos de la ciudad como por ejemplo la vivienda convirtiendo la zona urbana en indígena ,también como la adquisición de nuevas experiencias en negocios la apertura de nuevas dinámicas en las negociaciones como nuevos emprendimientos que eran poco comunes en la ciudad , un efecto más es la burguesía que se

desarrolló por parte del movimiento indígena migratorio así concluyó esta entrevista con todos los temas o interrogantes planteados en la problemática y objetivo de la investigación ,además nos supo brindar nuevas fuentes con las cuales se podrá sustentar el tema a investigar .

Conclusión

Se concluye que los indígenas otavaleños han creado esquemas de producción y comercialización de acuerdo con las demandas del nuevo mercado, logrando que las artesanías hayan entrado en la dinámica de un mercado global. Este grupo indígena que no ha mercantilizado su cultura para potencializar el turismo como una actividad prioritaria en su pueblo, por el contrario, ha fortalecido su identidad cultural. El uso del lenguaje Kichwa ha pasado a ser parte de la oferta turística cultural.

En el año dos mil a consecuencia de la crisis política económica que existió en el Ecuador se produce la gran diáspora migratoria de la población ecuatoriana hacia el exterior, entre dicha población se encontraban los indígenas Kichwa Otavalo quienes gracias a su habilidad ancestral del comerciante Mindalae ha podido sobrellevar este nuevo estilo de vida ,para lo cual se llegará a analizar la incidencia del indígena Mindalae en el comercio regional de la ciudad de Otavalo en los periodos del 2010-2018.

Al realizar un estudio sobre la historia del mercader Otavalo se observa que ,el pueblo Kichwa Otavalo fue considerado a un nivel de estatus social muy diferente al de otras culturas por su gran aportación en la economía por su singular destreza en el oficio de comercializar sus productos , fue un pilar fundamental en el crecimiento económico de la región y grandes avances culturales , intelectuales en diferentes áreas por la adquisición de deferente conocimiento tras grandes viajes objeto de la comercialización de productos.

RECURSOS

Tabla 1 Recursos humanos, materiales y otros

a) Materiales

- Internet	150.00
- Impresiones	50.00
- Copias	22.00
- Empastados	30.00
- Materiales de oficina	45.00
- Esferos	5.00
- CD's	10.00
Subtotal	\$312.00

b) Otros

- viáticos y movilización	150
-refrigerios	25
-transporte	50
Subtotal	\$225.00

Subtotal	312.00
Imprevistos	225.00
TOTAL	537.00

Elaborado por: El Autor

RELEVANCIA SOCIOECONÓMICA

La siguiente investigación está enfocada a la contribución del desarrollo sociocultural del cantón Otavalo ya que es allí donde se encuentra la mayor población de indígenas Mindalaes tomando como marco normativo al plan nacional toda una vida. El beneficio a obtener será como repercute el otavaleño en las actividades comerciales por ende, será necesario la investigación para que de esta manera se puedan implementar nuevas estrategias siempre y cuando estas actividades estén afectando al comercio regional, se verán beneficiados las entidades quienes se encuentren en la región donde sean ejercitadas estas actividades comerciales.

El propósito de la investigación es profundizar los estudios sobre los impactos que tiene el Otavaleño en el comercio regional, cómo afecta o influye en la comercialización de productos al realizar sus actividades laborales.

Según el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) manifiesta que Impulsar una cultura de gestión integral de riesgos que disminuya la vulnerabilidad y garantice a la ciudadanía la prevención, la respuesta y atención a todo tipo de emergencias y desastres originados por causas naturales, antrópicas o vinculadas con el cambio climático. (pág. 58).

De tal manera que la siguiente investigación se focalizará en el incremento de nuevas técnicas y el análisis de dicha problemática sociocultural que está afectando al comercio regional tomando como marco normativo a las políticas ya ejercidas en el nuevo plan de desarrollo efectuado por el actual gobierno.

Según el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) el primer objetivo que buscará ser alcanzado es la garantía a una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. (pág. 53).

La siguiente investigación se basa en el alcance de una garantía igualitaria para todas las personas, se tomó en cuenta este objetivo por el motivo de que los problemas socioeconómicos efectuados por la trascendencia de la actividad Mindalae por parte de los Kichwa otavaleños de una u otra manera están afectando al comercio local de manera significativa tomando en cuenta un pro y en contra del desarrollo del comercio del cantón Otavalo.

PLANIFICACIÓN TEMPORAL

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO O ESTADO DEL ARTE																					El autor
Recopilación de Bibliografía																					El autor
Análisis de la información																					El autor
Redacción del marco teórico																					El autor
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA																					El autor
Antecedentes																					El autor
Objetivos																					El autor
Objetivo General																					El autor
Objetivo Específico																					El autor
Variables																					El autor

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, V. H. (2014). TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1541965429&Signature=oSAtjN47YDbcEDe%2FQBeqePwAcPA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3
- Amador, M. G. (29 de mayo de 2009). Metodología de la Investigación. Recuperado el 12 de noviembre de 2017, de LA ENTREVISTA EN INVESTIGACION: <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
- Ayala Ramírez, S., & Castillo Girón, V. M. (octubre de 2014). Sistema de Información Científica Redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12232821006>
- Baldeón, J. (2017). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/98214785/metodo-analitico-sintetico>
- Beck, U. (2001). que es la globalización. Obtenido de http://www.derechopenalenlared.com/libros/beck_ulrich_que_es_la_globalizacion.pdf
- Bellucci S., A. P. (2002). Sistema de Información Científica Redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34251806>
- Campo Galego. (s.f.).
- CEPAL. (2006). <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/2/24012/LCG2490.pdf>.
URUGUAY.
- Córdova, G. (2014). El Cuestionario. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=JPW5SWuWOUC&printsec=frontcover&dq=cuestionario&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWn6z1gM3eAhWI0VMKHYYMuC0gQ6AEIJjAA#v=onepage&q=cuestionario&f=false>
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). Administración estratégica. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- I.U.T.A, J. F. (2010). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

- Intelectual Reserve, I. (2016). Obtenido de <https://www.ldsjobs.org/ers/ct/articles/informational-interviewing?lang=spa>
- Klimovsky, G. (2018). El método hipotético deductivo y la. Obtenido de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.177/pm.177.pdf>
- Lacarrière, M. (2016). scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172016000100029&lang=es
- Licata, M. (2017). zonadiet.com. Obtenido de Los quesos. Composición, elaboración y propiedades nutricionales: <https://www.zonadiet.com/comida/queso.htm>
- Licon Valencia, E. (18 de enero-abril, de 2014). Sistema de Información Científica Redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81430522007>
- Luna, R. B. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. Revista de clases de Historia, 24.
- Martínez, M. S. (11 de 11 de 2018). Cuadernos Metodológicos. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6xkfw-n9n8EC&oi=fnd&pg=PA7&dq=entrevistas&ots=0rb7dGVpZh&sig=BFlqxp56GF4oyE8REKNjXGtxjFA#v=onepage&q=entrevistas&f=false>
- Meneses, J. (2016). Obtenido de <http://femrecerca.cat/meneses/publications/el-cuestionario>
- Merino, J. P. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo>
- Merino, J. P. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo>
- MORÁN, R. D. (2 de abril de 2004). Sistema de Información Científica Redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66000201>
- Newman, L. G. (2016). EL RAZONAMIENTO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO DENTRO DEL PROCESO INVESTIGATIVO EN CIENCIAS EXPERIMENTALES Y SOCIALES. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/761/76109911/>
- Proexpansión. (12 de julio de 2016). Oportunidad de negocio. Obtenido de http://proexpansion.com/es/articulos_oe/1870-oportunidad-de-negocio-queso-fresco
- Puente, W. (2013). Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- Quintero, L. S. (27 de noviembre de 2007). LA IMPORTANCIA DEL USO DE EJEMPLOS HIPOTÉTICO-DEDUCTIVOS. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de <http://comunidad.udistrital.edu.co/geaf/files/2012/09/2007Vol2No1-003.pdf>

- Salomon, F. (1980). El grupo élite de especialistas mindalae.
- SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)
- Soriano Miras, R. M. (2015). La dimensión étnica: La diáspora comercial de Otavalo. *Revista de Estudios Latinoamericanos*, 23.
- Thompson Arthur, Strickland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.
- UNESCO. (2017). Recuperando la memoria oral del Mindalae Otavalo, artesano y comerciante universal. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/multimedia/photo-galleries/communication-for-sustainable-development/oral-memory-of-mindalae-otavalo/>
- VÁSQUEZ, G. E. (2014). Obtenido de <https://es.slideshare.net/loren096/ficha-de-observacion-39627254>
- Yuni, J. A. (2014). *Técnicas para Investigar*. Recuperado el 12 de noviembre de 2017, de Recursos Metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9nicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>
- Garcés, M. (2009). Culturas populares y diversidad cultural. *Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 15(3),1-2.
- Barrantes, M. (2016). La cultura es poder *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social, Disertaciones*, 9(1), 1.
- Sandoval, E. (2013). Los indígenas en el ciberespacio, *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 10(2), 235-256.
- Rocha, A. (2009). lengua extranjera en tierra indígena, *Revista de Antropología*, (14),2-3.
- Maldonado, R.(2004).De la imagen etnoarqueologica de “lo indígena” a lo imaginario del Kichwa Otavalo “universal”, comerciantes y viajeros,(61-63) Quito,Ecuador:Editorial Abya-Yala.