

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**Tema: “EL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL Y LA COMERCIALIZACIÓN
INTERNACIONAL DE LA OFERTA EXPORTADORA DE LA PROVINCIA DEL
CARCHI”**

Trabajo de titulación previa a la obtención del
título de Ingeniero en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Franklin Ramón Cuarán Pinto

TUTOR: Ing. Luís Ramiro García Revelo Msc

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante Franklin Ramón Cuarán Pinto con el número de cédula 0401586870 ha elaborado el trabajo de titulación: “El emprendimiento comercial y la comercialización internacional de la oferta exportadora de la provincia del Carchi”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f.....

**Ing. Luis Ramiro García Revelo. MSc
MSc)**

f.....

Ing. José Luis Vallejo Ayala,

Tulcán, 29 de Agosto de 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero/a Licenciado/a de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Franklin Ramón Cuarán Pinto con cédula de identidad número 0401586870 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Franklin Ramón Cuarán Pinto

Tulcán, 29 de Agosto de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Franklin Ramón Cuarán Pinto declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “El emprendimiento comercial y la comercialización internacional de la oferta exportadora de la provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f.....

Franklin Ramón Cuarán Pinto

Tulcán, 29 de Agosto de 2019

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la oportunidad de la vivir, por las bendiciones derramadas, por darme salud, y una vida digna.

A mis padres Ruffo Cuarán y Cristina Pinto, quienes me han dado su apoyo incondicional día a día, demostrando el gran amor de un padre hacia un hijo, tratando de dar lo mejor, haciendo esfuerzos extraordinarios, para que sea un hombre de bien, gracias por sus consejos, por ayudarme a formar mi carácter y por apoyarme en todas las decisiones permitiéndome desarrollarme como persona.

A mi hermana Estefanía Cuarán, por ser un ejemplo y por haberme dado la felicidad de tener una sobrina quien ha transformado nuestras vidas con su alegría.

A los docentes por los conocimientos impartidos, por ayudar a sus alumnos a desarrollar sus capacidades, pero sobre todo por darnos lecciones de vida que nos ayudan en nuestro camino al profesionalismo.

A mis familiares quienes siempre han confiado en mis capacidades, por el apoyo incondicional y por hacerme sentir que nunca estoy solo.

DEDICATORIA

A todas las personas que de alguna u otra forma me han confiado en mí, han hecho que me sienta seguro de quien soy y me han mostrado hasta donde puedo llegar.

A mi madre la señora Cristina Pinto, para quien su prioridad siempre han sido sus hijos, procurando que nunca falta el amor, el respeto y los valores en su hogar.

A mi padre el señor Ruffo Cuarán, por su ejemplo, por enseñarme valores que ahora son parte de mí ser.

A mi hermana Estefanía Cuarán y mi sobrina Valeria Méndez, por inspirarme a ser una mejor persona, para apoyarlas en todo lo que necesiten.

A Lizzeth Ramírez, por apoyarme en todas mis decisiones, por la comprensión y por todo el cariño brindado en estos años.

A mis amigos, por compartir experiencias que me han hecho sentir vivo

INDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
INDICE.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS	10
ÍNDICE DE ANEXOS	10
RESUMEN	11
SUMMARY.....	12
INTRODUCCIÓN	13
I. EL PROBLEMA	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3.JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS	18
1.4.1 Objetivo General.....	18
1.4.2 Objetivos Específicos	18
1.4.3 Preguntas De Investigación	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	20
2.2. MARCO TEÓRICO	25
2.2.1 Teorías Del Comercio Internacional.....	25
2.2.2 La Teoría De Las Industrias Nacientes.....	28

2.3. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	29
2.3.1 Emprendimiento.....	29
2.3.1.1 Características De Los Emprendimientos.....	29
2.3.1.2 Procesos	30
2.3.1.3 Producto	30
2.3.1.4 Producción Agrícola	31
2.3.1.5 Valor Agregado.....	31
2.3.1.6 Fuentes De Financiamiento	31
2.3.1.7 Clasificación De Las Empresas	32
2.3.1.7.1 Microempresa	32
2.3.1.7.1 Pequeña Empresa.....	32
2.3.1.7.3 Mediana Empresa	32
2.3.1.7.4 Empresa Conjunta.....	32
2.3.1.7.5 Contrato De Gerencia	32
2.3.2 Mercado Internacional	33
2.3.3 Comercialización Internacional	33
2.3.4 Exportaciones.....	33
2.3.4.1 Exportación.....	33
2.3.4.2 Contrato De Manufactura (Maquila)	34
2.3.4.3 Licenciamiento.....	34
2.3.4.4 Franquicias.....	34
2.3.5 Oferta	35
2.3.6 Demanda	35
III. METODOLOGÍA	36
3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO	36
3.1.1 Enfoque.....	36
3.1.2 Tipos De Investigación	36
3.1.2.1 Descriptiva.....	36
3.1.2.2 Documental.....	37
3.1.2.3 Correlacional.....	37
3.1.2.4 De Campo	37
3.2. IDEA A DEFENDER.....	37

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	37
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	42
3.4.1 ANÁLISIS ESTADÍSTICO	42
3.4.1.1 Entrevista	47
3.4.1.2 Coeficiente De Concordancia W. Kendall.....	53
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	58
4.1. RESULTADOS	58
4.2.DISCUSIÓN	59
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
5.1.CONCLUSIONES	66
5.2.RECOMENDACIONES.....	67
5.3 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
VI ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable independiente	26
Tabla: 2 Operacionalización de variable dependiente	28
Tabla 3 Principales destinos de exportación por la provincia	43
Tabla 4 Exportaciones no petroleras en 2017 (Enero diciembre) Distrito de Aduanas Tulcán	43
Tabla 5 FOB PROD. Porcentajes de enero 2017 - junio 2018	44
Tabla 6 Exportaciones no petroleras Distrito de Aduanas Tulcán.....	44
Tabla 7 Cuantificación de las preguntas de la entrevista.....	51
Tabla 8 Niveles de correlaciones	54
Tabla 9 Calificación de la variable dependiente e independiente.....	54
Tabla 10 Calificación de la variable dependiente.....	54
Tabla 11 Calificación de la variable independiente.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura metodológica.....	42
---------------------------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Productos Carchi año 2016.....	45
Grafico 2 Productos Carchi año 2017.....	46
Grafico 3 Productos Carchi año 2018.....	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Exportación de productos del Carchi	71
Anexo 2 Guía de entrevista.....	71
Anexo 3 Respuestas de los entrevistados	75

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, cuyo objetivo fue el determinar la incidencia que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos que se elaboran en la provincia del Carchi analizando desde la perspectiva comercial y emprendedora de las personas de la provincia. La oferta exportable de la provincia del Carchi por parte de los productores es limitada y escasa debido a que los productos que se elaboran en esta zona únicamente se los utiliza para consumo interno, más no para la comercialización a otros países. Tal es así que las estadísticas investigadas hacen mención a que la provincia, en especial al cantón Tulcán, es un lugar intermediario para poder comercializar los productos de otras empresas, las cuales tienen su sitio de funcionamiento en otras provincias del Ecuador. De acuerdo a la metodología utilizada se menciona el uso de la entrevista, aplicada a los profesionales de las instituciones de Agrocalidad y Gad Provincial del Carchi aplicando el coeficiente de concordancia de Kendall cuyo valor fue del 33.33% de nivel de concordancia entre las variables dependiente e independiente. Adicional de esta situación se señala que uno de los principales factores negativos de la provincia del Carchi es el estancamiento en el tema de emprendimiento por la falta de apoyo gubernamental y la devaluación del peso colombiano, ya que a través de estos dos elementos los productores no han tenido la suficiente capacitación y asesoramiento en temas de emprendimiento, logrando tener poca inversión y financiamiento para emprender un negocio. Finalmente en el presente estudio titulado “El emprendimiento comercial y la comercialización internacional de la oferta exportadora de la provincia del Carchi” se señala que este debe de ir acompañado de la utilización de una fundamentación teórica y de metodologías, análisis y diagnósticos los cuales le permitan a los productores de la provincia del Carchi identificar cuáles son los potenciales productos que se pueden explotar al máximo para estos sean comercializados a mercados nacionales e internacionales.

Palabras Clave: Emprendimiento, comercialización, análisis situacional, análisis comparativo, oferta exportable.

SUMMARY

The aim of this research is to determine the impact of a business venture on the exportable range of products that are made in the province of *Carchi* taking into account the commercial and entrepreneurial perspectives of its people. The producer exportable offer in this province is limited and scarce because the products made in this area are only used for internal consumption but not for marketing to other countries. Such is the case that according to statistics; the *Carchi* province, especially the *Tulcán* canton, is an intermediary place to market products of other companies that operate in other provinces of *Ecuador*. The interview is used as a methodology, which was applied to professionals from institutions such as *Agrocalidad* and *Gad Provincial del Carchi*, obtaining a rate of 33.33% of agreement level between the dependent and independent variables according to the Kendall coefficient of concordance. In addition to this situation, it is pointed out that one of the main negative factors of the province of *Carchi* is to stop entrepreneurship due to the devaluation of the Colombian currency (*Peso*) and the lack of government support. Both have been a difficulty for producers who have not had sufficient training and advice to counteract these effects. For this reason and the lack of entrepreneurship, it has had little investment and financing to start a business in the mentioned place. Finally, the present study "Commercial entrepreneurship and the international commercialization of the *Carchi* export offer" indicates that this must be accompanied by theoretical foundation and methodologies, analyzes and diagnoses which allow *Carchi* producers to identify what are the potential products that can be exploited as much as possible to be marketed to national and international markets.

Keywords: Entrepreneurship, marketing, situational analysis, comparative analysis, exportable offer.

INTRODUCCIÓN

Uno de los factores determinantes para iniciar o crear un nuevo proyecto es el entender el desarrollo de un emprendimiento. En este contexto varias personas del país han tendido buenas ideas innovadoras las cuales la mayoría de ellas las han plasmado en la generación de emprendimientos de varios productos que se elaboran en el Ecuador a través de las distintas fuentes de financiamiento que en los últimos cinco años viene otorgando el gobierno de turno.

En el capítulo I se ha identificado el problema de investigación que enfrentan los productores de la provincia del Carchi, en cuanto a que en este lugar no se ha podido explotar al máximo los recursos naturales que esta zona posee y que a su vez no existen muchos emprendimientos, ni generación de ideas de emprendimiento por parte de las personas que habitan en esta provincia, por lo tanto existe una gran falencia que hace referencia a que los productos no se puedan exportar al mercado internacional.

En el capítulo II se muestran los fundamentos teóricos como teorías e investigaciones realizadas por otros autores que han escrito temas similares al tema planteado, donde se señala que tanto en forma directa como indirecta explican el detalle de las variables planteadas en el estudio como son la oferta exportable que ofrece la provincia del Carchi y el emprendimiento comercial de los productores de la provincia conjuntamente con la comercialización internacional.

En el capítulo III se ha desarrollado el marco metodológico, mediante la utilización de métodos teóricos, tipos de investigación y técnicas de investigación cualitativas como es el caso de la entrevista a personas profesionales, la misma que ha servido como base para determinar el diagnóstico situacional realizado a los distintos sectores de la provincia del Carchi en cuanto al tema de emprendimiento comercial y la comercialización internacional de la oferta exportadora de la provincia.

En el capítulo IV se menciona a la discusión del tema señalando que la problemática de la provincia del Carchi en cuanto al emprendimiento es una situación preocupante que afecta a la oferta exportable de los productos que se cultivan en esta zona.

Finalmente en el desarrollo del presente documento se indica que el estudio prospectivo se lo ve reflejado en el capítulo V donde se menciona las respectivas conclusiones y recomendaciones conjuntamente con los resultados obtenidos del análisis del diagnóstico situacional de la provincia del Carchi.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los emprendimientos comerciales a nivel del Ecuador ha constituido un avance significativo a nivel productivo en los últimos cinco años para todas las personas y una alternativa de generar fuentes de empleo y de ofertar bienes y servicios a un determinado mercado objetivo tanto a nivel local como internacional. Por lo que situación se ha visto apoyada e incentivada por diversas instituciones del gobierno central y de los gobiernos seccionales, aunque dicho apoyo no ha sido tan significativo para las personas que quieran emprender un negocio. La problemática que se presenta en Ecuador es que según Carriel (2017) en la recopilación de información sobre emprendimientos, es que del 100% de empresas que se crean en el Ecuador el 60% no logra consolidarse, debido a que no utilizan sistemas de gestión actualizados y no buscan oportunidades de crecimiento en las exportaciones, ocasionando que la oferta exportable sea mínima.

Para dar una idea general de dichos emprendimientos comerciales, según Delgado & Chávez (2018) se ha podido evidenciar en el Ecuador que tan solo algunas provincias de la región como la provincia de Imbabura, Pichincha, Azuay, Loja, Tungurahua y Chimborazo y de la región costa como la provincia de Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro, han desarrollado algunos emprendimientos de los productos que son propios y característicos de su zona, logrando que los emprendedores de dichas provincias realicen actividades y transacciones comerciales tanto internas como externas. En cuanto a la oferta exportable de estas provincias en la mayoría de los casos se ha podido evidenciar que el apoyo gubernamental no ha sido del todo positivo ya que algunas provincias de las dos regiones antes mencionadas han comercializado sus productos con recursos propios.

Enfocándose al tema planteado en esta investigación, se menciona que en la provincia del Carchi el emprendimiento comercial no ha tenido grandes avances significativos, pese a que esta provincia se ha caracterizado en ser una zona rica en actividades agrícolas y ganaderas. Uno de los motivos principales por los que las personas emprendedoras de la provincia del Carchi no han podido ofrecer los productos a nivel internacional, ha sido por la falta de financiamiento y asesoramiento técnico en temas de comercialización, por lo que esta situación se ha visto estancada y a veces vista de forma deprimida ya que en esta provincia

no existe ninguna empresa industrial local que fabrique y comercialice sus productos a nivel internacional.

Otro elemento importante es que los profesionales de comercio exterior no utilizan otros mecanismos de emprendimiento como son las oportunidades comerciales, la innovación de productos, la planificación estratégica ni herramientas como los sistemas de inteligencia de mercados, al momento de pretender introducir un producto al mercado extranjero. Los emprendimientos en el Carchi no surgen porque la cultura, las personas ya tienen determinado sus negocios y son conformistas, lo que no genera una actitud emprendedora.

El emprendimiento es considerado cada vez un factor más importante para contribuir al desarrollo económico, la generación de puestos de trabajo, la inclusión social, la reducción de la pobreza y el desarrollo de la innovación. Eso ha llevado al interés de políticos, académicos y organismos internacionales en el proceso de creación de nuevos emprendimientos. (Data Mining Techniques, 2015, p. 236).

Según el Banco Mundial en su informe “El emprendimiento en América Latina” en (2014) la realidad en América Latina es que existen muchas empresas y poca innovación, países como Ecuador, Jamaica, México y Venezuela introducen o desarrollan productos nuevos a un ritmo que es menos de la mitad que en países como Tailandia o Macedonia.

Para que la actividad emprendedora de un país se dinamice, no basta con que los individuos tengan valores y competencias para iniciar nuevos negocios; es fundamental que el entorno macroeconómico y empresarial aporte con un adecuado ecosistema que genere una cultura de apoyo, adecuadas redes de contacto e instituciones eficientes. Si bien en Ecuador las métricas respecto de la actividad emprendedora temprana, del Monitor de Emprendimiento Global, muestran que el ecuatoriano tiene un alto espíritu emprendedor, los índices globales en temas macroeconómicos, de competitividad y de innovación evidencian que el entorno está generando obstáculos permanentes al desarrollo de la actividad emprendedora (Sánchez, 2014, p.101).

Ecuador exporta a 12 bloques comerciales en todo el mundo pero debido a sus políticas de restricción, ha disminuido las operaciones de importación y exportación

en los últimos años, como se demuestra en el boletín mensual de comercio exterior Septiembre – Octubre, 2016 con un decremento del 20, 80% al 3,91% en las exportaciones de productos industrializados (p. 8).

Con los antecedentes antes expuestos se pretende realizar una propuesta que permita realizar un análisis comparativo entre el emprendimiento comercial y la oferta exportable de la provincia del Carchi tomando en cuenta a todos los productores y comerciantes de la provincia para poder vender los productos en grandes cantidades tanto a mercados nacionales como a mercados internacionales, ya que según datos de las fuentes de información secundaria proporcionada por los gobiernos seccionales y entidades competentes en dicha provincia no existen productos que se comercializan en grandes cantidades al mercado internacional, ni tampoco existe grandes emprendimientos que tengan un buen posicionamiento en el mercado.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la incidencia del emprendimiento comercial internacional en la oferta exportadora de la de la provincia del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La globalización es un proceso económico, tecnológico, político y social que interrelaciona y comunica a los países, principalmente por el desarrollo de las telecomunicaciones que ha permitido la transferencia de información a gran velocidad permitiendo conocer, la política, modelos económicos, factores sociales, nuevas tecnologías, y legislación de otros países; información que si es bien utilizada y analizada con las herramientas adecuadas puede traer beneficios y oportunidades para descubrir nuevos mercados.

En un mundo globalizado es necesaria la búsqueda de nuevos mercados, debido a la alta competencia internacional, que día a día busca nuevos modelos para la introducción de productos, aplicando estrategias para tener ventajas frente a sus rivales.

Esta investigación es importante porque beneficiará a microempresarios, importadores, exportadores, comerciantes y nuevos profesionales de la Carrera de Comercio Exterior de la

Universidad Politécnica Estatal del Carchi, que quieran generar nuevos emprendimientos basados en la innovación y la planificación estratégica como oportunidades para encontrar mercados en el exterior.

También hay que tener en cuenta que el análisis de nuevos mercados nos permite conocer la legislación y requerimientos de cada país, para tomar una decisión al momento de elegir un producto, a donde y como enviarlo, la investigación tiene un enfoque social y económico porque pretende buscar nuevos mercados para generar emprendimientos sostenibles.

Por tal motivo la presente investigación se justifica a nivel social, ya que los principales beneficiarios del tema serán los comerciantes y productores de la provincia del Carchi, por lo que ellos tendrán una alternativa de venta en los productos con el desarrollo de la propuesta planteada en el presente estudio.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Determinar la incidencia que tienen el emprendimiento comercial en la oferta exportable de la provincia del Carchi.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar documentalmente factores que inciden al momento de generar emprendimiento comercial de la oferta de los productos de la provincia del Carchi.
- Diagnosticar el flujo de las actividades productivas y comerciales de la Provincia del Carchi.
- Establecer un análisis comparativo entre el emprendimiento comercial y la oferta exportable de la provincia del Carchi frente al mercado de la Frontera Colombiana.

1.4.3 Preguntas de investigación

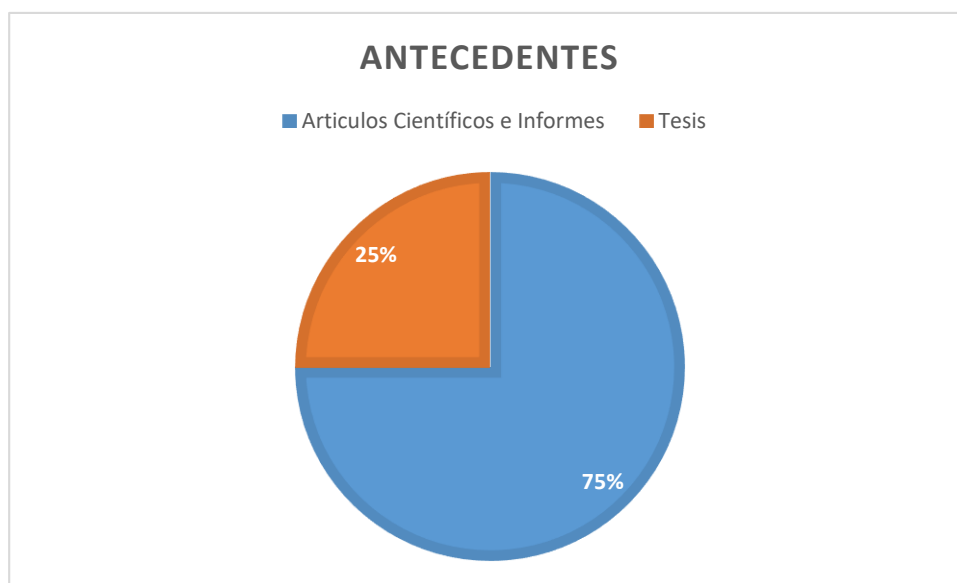
- ¿Por qué investigar documentalmente los aspectos de los mercados internacionales que inciden al momento de generar emprendimiento comercial en la provincia del Carchi?

- ¿Cuál es el diagnóstico del flujo de mercados y las actividades productivas y comerciales de la Provincia del Carchi?
- ¿Cómo establecer un análisis comparativo entre el emprendimiento comercial y la oferta exportable de la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tomando en cuenta los requerimientos de la Universidad en cuanto a los antecedentes hemos tomado en cuenta el 75% artículos científicos e informes y el 25% tesis.



El emprendimiento en el Ecuador en ha significado un aporte valioso para la economía del país. Este elemento de gran importancia ha sido considerado por muchas personas que necesitan crear sus propias microempresas, generando valor agregado para que los productos sean comercializados en grandes volúmenes tanto a nivel nacional como internacional.

El emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico, desde los negocios inclusivos, simboliza las oportunidades ofrecidas a la población vulnerable, social y económicamente con el objetivo de disminuir el índice de pobreza en la relación existente entre emprendimiento social, desarrollo económico e inclusión social. Lo que incorpora, objetivos de desarrollo sostenible e incluso políticas públicas en el contexto del ofrecimiento de servicios y/o productos que se distinguen del emprendimiento de negocios con ánimo de lucro. A manera, de nuevo paradigma

en el acceso a oportunidades, bienes y servicios como derecho en la garantía de la satisfacción de necesidades básicas, generación de ingresos y períodos productivos, encarna el desafío del emprendimiento social en la eficacia de la sostenibilidad que pretende dar soluciones a problemáticas sociales. (Jimenez Coronado & Hernandez Palma, 2018, p. 96).

Por lo que a continuación se mencionan varios autores que han realizado investigaciones relacionadas al tema planteado.

(Salazar, 2016, p. 39). Este estudio pone a disposición de los investigadores y profesionales que actúan en el ámbito agrario algunos elementos de análisis sobre aspectos tanto agronómicos como económicos y sociales de los distintos sistemas de producción lecheros de los Andes ecuatorianos. Contribuye al debate en cuanto al modelo de desarrollo que se debería de promover en el Ecuador, dado que el porvenir de estas distintas formas de agricultura dependerá en parte de las decisiones políticas tomadas acerca de la fijación de precios, el control de mercados y en general, del modelo de desarrollo escogido. El enfoque de análisis integrador permite destacar que las prácticas agropecuarias de los productores están estrechamente ligadas a su condición socioeconómica, y en particular, a las circunstancias de acceso a los medios de producción, así como a las relaciones de producción e intercambio en las cuales están involucradas.

La provincia del Carchi se ha caracterizado por ser una zona eminentemente agrícola y ganadera, tal es así que su actividad emprendedora se ha visto determinada por los productos agrícolas y ganaderos producidos en esta provincia.

Sin embargo esta provincia es un territorio con muchas potencialidades, no solo por su ubicación estratégica, en la frontera norte del Ecuador, sino también por sus recursos naturales, económicos, humanos y paisajísticos. La provincia se caracteriza por su interculturalidad, matizada por un alto porcentaje de población afro ecuatoriana, indígena mestiza y blanca. Sus habitantes se distinguen por su actitud y costumbre de organización comunitaria, participación y trabajo solidario. (GAD Carchi, 2010, p. 24).

Es por ello que en la presente investigación se destaca que los productos de mayor producción en la provincia son:

- 1.- En la agricultura: Papa (producto muy apreciado a nivel nacional). Además se cultiva fréjol, maíz, trigo, arveja, caña de azúcar, haba, café, melloco, aguacate, ají, y frutas como papaya, piña y uvilla.
- 2.- En la ganadería: Res, cerdo, pollo, borrego, cuy, conejo y actividad piscícola.
- 3.- En el turismo: Aguas Termales (Tufiño). Balneario La Calera (Espejo). Balneario Uyamá (Mira). Bosque de los Arrayanes (Montúfar). Cementerio Tulcán (Tulcán). Gruta de la Paz (Montúfar). Reserva Ecológica El Ángel. Turismo comunitario. Estación Biológica Guanderas - Jatun Sacha (Huaca).
- 4.- En el transporte se tiene Pesado y de servicio público
- 5.- En el comercio se tiene los Textiles, productos alimenticios, materias primas y todo tipo de mercadería.
- 6.- En la industria se tiene los lácteos y sus derivados: queso fresco, queso maduro, yogurt y cremas. Maderera: cedro, eucalipto y pino. (GAD Carchi, 2010, p. 24).

Con respecto a la búsqueda de información del tema planteado se menciona que no existen estudios, realizados por autores referentes al tema propuesto, por lo que se ha tomado como referencia algunos artículos y e investigaciones realizadas por varios investigadores conforme se indica a continuación:

Pozo, (2017) en su tesis de investigación “Emprendimiento para mejorar el área de producción y comercialización de la asociación agroindustrial de la Libertad, cantón Espejo provincia del Carchi”. Determina que la enseñanza para la comunidad ha servido para ampliar conocimientos en emprendimiento y a conocer cuáles de los productos que produce este cantón se los puede comercializar en grandes cantidades. (p.2)

La capacitación es uno de los elementos importantes que se debe de tener en cuenta para determinar la oferta exportable en la provincia del Carchi, hacia los países vecinos como Colombia y Perú.

Moncayo, (2017) en su trabajo de titulación “*Crecimiento de la empresa familiar a través de la gestión de los canales de comercialización agrícola en Ecuador*”. Explica que las empresas familiares agrícolas pequeñas y medianas usan canales de comercialización directos, que les permiten tener un poder de negociación, en cuanto a la fijación de precios de sus productos, las empresas agrícolas micro comercializan a través de canales indirectos, en donde participan varios intermediarios, en mercados tradicionales con estructuras preestablecidas. (p.4)

Los mercados agrícolas son más incompletos en los países de menor nivel de desarrollo; en donde se observan fallas de mercado, tales como monopolios y especulación que explican.

El Gad Carchi (2016) en su informe “*Plan estratégico para el desarrollo institucional de la agencia de desarrollo económico ADECARCHI*”, indica que En estos últimos cuatro años, la economía de la Provincia del Carchi ha tenido una reactivación económica leve que no satisface a la población. La economía de Carchi la marca históricamente el intercambio comercial con Colombia. Sin embargo, las restricciones y los controles excesivos en ambas fronteras frenan el desarrollo comercial. (p.3)

La oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi debe de estar relacionados con el mercado colombiano, ya que en los últimos años el intercambio comercial se ha determinado mediante estos dos países.

Realpe, (2016) en su artículo científico “*La gestión de emprendimientos y la incidencia en la población con necesidad de protección internacional*” menciona que el trabajo conjunto entre la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y la Organización Hebrea de Ayuda para Inmigrantes y Refugiados (HIAS) ha brindado apoyo técnico a través de proyectos de emprendimiento, ejecutados mediante capacitaciones en distintas áreas como psicológicas, financieras y contables. (p.2)

Cuando las empresas exportadoras de la provincia del Carchi necesitan mostrar su oferta exportadora y no la puede realizar por falta de recursos, es necesario realizar un convenio, con organizaciones que puedan ayudar a comercializar los productos para lograr vender a otros mercados.

González & Pulg (2015) en el artículo científico “*Retos en la internacionalización y supervivencia de los nuevos emprendimientos manufactureros*” Evidencian que en la actualidad las empresas compiten en un entorno globalizado, en donde prima la rivalidad dada por la fuerte competencia los países desarrollados quienes cuentan con monopolios y oligopolios, pero no solo se mira en países desarrollados sino también en países latinoamericanos. Ante esto los nuevos emprendimientos deben buscar estrategias para sobrevivir en el mercado, ya que la problemática que se presenta es que el 50% de los nuevos emprendimientos fracasan en los primeros 4 a 5 años en economías occidentales. El objetivo del trabajo presentado por el autor es analizar la relación entre la orientación internacional y las empresas manufactureras de reciente creación. La metodología utilizada son modelos de duración mediante regresiones de Cox, a 2975 nuevos emprendimientos constituidos en el periodo 2001-2010 en la industria textil de España. En las conclusiones nos muestra que las empresas que se han internacionalizado tienen menor riesgo al fracaso; que las empresas que tienen mayor edad y mayor valor agregado tienen más posibilidades de supervivencia. (p.23)

La contribución que nos da este trabajo es que coincide con los aspectos planteados en nuestras variables emprendimiento comercial (empresas manufactureras de reciente creación) y oferta exportable (orientación internacional). En sus conclusiones nos muestra que el trabajo tiene aportes prácticos para la administración de empresas porque no solo basta con tener una idea sino de tener el conocimiento técnico para desarrollar un emprendimiento, por un lado recomienda desarrollar un perfil emprendedor y por el otro que vaya desarrollando ideas innovadoras. También que para internacionalizarse existe un momento óptimo y eso es en las primeras etapas de vida. Finalmente recomienda que los poderes públicos deben ser quienes potencien la internacionalización.

Requelme & Bonifaz (2012) en su tesis *Sistemas de Producción Lechera (SPL) en Ecuador* en función de sus regiones agroclimáticas con el objetivo de identificar limitaciones, potencialidades e interacciones que determinen su productividad y sostenibilidad. Se muestrearon Unidades Productivas (UPA's) de manera aleatoria bajo un esquema de muestreo bietápico, estratificado de acuerdo al tamaño de finca para luego proceder por cuotas en siete provincias de la Sierra y Costa. Los sistemas

que se caracterizan en esta investigación están orientados a la producción lechera y eso define el uso de los recursos así como el tipo de ganado existente en las fincas. La zona de Tufiño, Tulcán, Huaca y Julio Andrade; en Imbabura las estribaciones del Cotacachi; una parte de Pintag y Machachi en la provincia de Pichincha; en el Azuay, Paute y Cuenca; y, en Chimborazo los cantones de Riobamba y Chambo pertenecen a la región húmedo temperado, la altitud varía entre los 1.800 a 3.000 msnm con temperaturas que van desde los 12 a 18°C, tanto la época seca como la lluviosa varían considerablemente. En el período de verano se pueden presentar heladas y la neblina se presenta con mucha frecuencia. (p.7)

Esta tesis nos indica que Ecuador por sus distintas regiones geográficas presenta, diversidad de climas, que hace que existan gran cantidad de productos agrícolas y ganaderos, de los cuales se pueden procesar alimentos y vestimenta, pero también existe un lado negativo ya que los climas pueden intensificarse en la sierra provocando heladas y en la costa sequías, esto perjudica tanto la producción agrícola como ganadera, disminuyendo los niveles de producción.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1 Teorías del comercio internacional

El comercio internacional estudia al conjunto de movimientos o transacciones comerciales y financieros que se realizan entre dos o más países soberanos y su objetivo es lograr entre todos los países un crecimiento armónico y equilibrado. El comercio internacional estudia la Balanza Comercial (BC) y la Balanza de Pagos (BP), que se expresan a través de las exportaciones, las importaciones, la entrada y salida de activos financieros, el resultado del comercio internacional mucho depende de las políticas económicas adoptadas por cada país. En base a la calidad de los productos y mayor productividad. El paradigma competitivo en la nueva economía mundial requiere que un país debe tener capacidad de liderazgo en el comercio mundial y ser competitivo en el mercado internacional (Chosgo, 2016, p. 69).

De acuerdo al concepto de comercio internacional se analiza varias teorías de diversos autores en las cuales se analizará cuál es la más adecuada para el desarrollo del tema planteado.

La teoría del comercio internacional se fundamenta en dos teorías clásicas, la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, la una nos dice que, un país posee ventaja absoluta sobre los demás en la producción de un bien cuando puede producir mayores cantidades de este con los mismos recursos que sus vecinos. Para Smith, cada país debería especializarse únicamente en la producción de aquellas mercancías en las que gozará de condiciones naturales que le predeterminaran una ventaja absoluta; es decir, donde tuvieran un coste medio de producción inferior al de los demás países; y este, medido en función de la cantidad de trabajo que se requiriera para su producción y realización. (Garces, 2015, p. 12).

En esta teoría es importante analizar qué productos son las más cotizados y populares en de la provincia del Carchi para lograr obtener una respuesta positiva en la oferta exportable que se realice, ya que al producir y vender en grandes cantidades le permitirá a cada empresa o productor obtener mayores ganancias.

Y la ventaja comparativa detecta el problema de la carencia o menor grado de movilidad de los llamados factores productivos en el ámbito internacional, que llevaría a que si un país tuviera ventajas absolutas en la producción de varios bienes, este los produciría todos y los demás países ninguno, fue el inconveniente central en el que Ricardo (1817) se concentró para plantear una nueva teoría: la ventaja comparativa. Según el principio de la ventaja comparativa, los países pueden especializarse en la producción de los bienes que puedan fabricar a un costo relativamente menor, aun sin gozar de condiciones absolutas ventajosas para su producción (Garcés, 2015, p. 19).

La teoría de la ventaja comparativa, reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sean relativamente más productivos, es decir, que la nación en la que el precio relativo - valor de un bien o servicio respecto al valor de otros bienes y servicios, de un bien es más bajo, presenta una ventaja comparativa en la producción de dicho bien, por lo que, en el ámbito del libre comercio, podrá exportar este producto e importar otro. De lo que se deriva, que ambas teorías sustentan la importancia de

abrir las fronteras para el desarrollo de la producción y crecimiento económico para cada país. (Vanegas, 2018, p. 6).

Esta teoría aporta fundamentalmente en la comparación de los precios de los productos ecuatorianos de la oferta exportadora de la provincia del Carchi con otros países. Por lo que es importante en este punto realizar una comparación de factores tanto internos como externos del mercado al cual se quiera exportar el producto para determinar las fuerzas y recursos de mercado que se necesitan para el emprendimiento comercial y la comercialización internacional.

La teoría del comercio exterior también estudia las dos contraposiciones el Librecomercio o el Proteccionismo, en donde el librecomercio es generalmente aceptado como la mejor solución porque cada país se especializará en la elaboración de los bienes que mejor fabrica, se concentrará en su fabricación y se dedicará a importar otros bienes para los que esté peor dotado según sus factores de producción o su pericia. No obstante, hasta los economistas clásicos aceptaron que podían existir circunstancias que justifiquen el proteccionismo como medio para proteger a las industrias locales y por eso se crean teorías como la teoría del arancel óptimo que expresa que el establecimiento de un arancel de importación en ocasiones puede conducir a un mayor bienestar social. Existen dos razonamientos para justificar esto:

- a. El efecto que produce el establecimiento de un arancel, su gravamen, supone más beneficios que costes si se trata de un país importador de gran dimensión, con poder de mercado y con posibilidad de influir en los precios mundiales, en una situación cercana al monopsonio. La imposición de un arancel de importación puede tener el efecto de una bajada de los precios de importación, de los precios que cobran los exportadores, sencillamente porque no les queda más remedio que vender a ese país, y quizá sea esta la única forma de mantener el volumen de ventas. La consecuencia final sería una apreciable mejora en la relación real de intercambio, que compensaría con creces la pérdida de eficiencia producida por el establecimiento del arancel. La pérdida de eficiencia se mide como la diferencia entre la pérdida del excedente del consumidor y la ganancia del excedente del productor (Bustillos, 2015, p. 41).
- b. Si existen fallos de mercado dentro de los países, de tal manera que pueda considerarse

que el mantenimiento de los puestos de trabajo de una industria, genera un bienestar social superior a la pérdida de eficiencia producida por el arancel. Debemos suponer en estos casos que no se vacían algunos mercados, en concreto el mercado de trabajo, por la existencia de desempleo: ahí es donde aparece el fallo de mercado.

Cuando se menciona que la oferta exportadora del Carchi, depende del emprendimiento comercial y la comercialización internacional hace referencia a que uno de los elementos importante a considerar en este tipo de negocios es la conmisericación del arancel, debido a que la provincia del Carchi en la mayoría de la venta de sus productos en cuanto al tema de exportaciones lo ha realizado con el vecino país de Colombia. Por lo que un cambio de aranceles puede significar un efecto tanto positivo como negativo para la oferta exportable de la provincia del Carchi.

2.2.2 La teoría de las industrias nacientes

La desarrolló el pensador alemán F. List durante el siglo XIX, en 1844. Según este autor, un país puede tener una ventaja comparativa en la producción de un bien, pero no puede iniciar su producción sin protección ya que a corto plazo no puede alcanzar los niveles de productividad y competitividad que poseen las empresas competidoras que se encuentran en ese momento vendiendo en el mercado (Bustillos, 2015, p. 8).

Es de vital importancia tener en cuenta lo manifestado por el autor en cuanto a la protección de la productividad de los productos que se pretenden exportar desde la provincia del Carchi hacia otros países, por lo que este elemento es de suma importancia al momento de realizar las respectivas transacciones comerciales entre los comerciantes de los otros países.

2.3. Fundamentación Conceptual

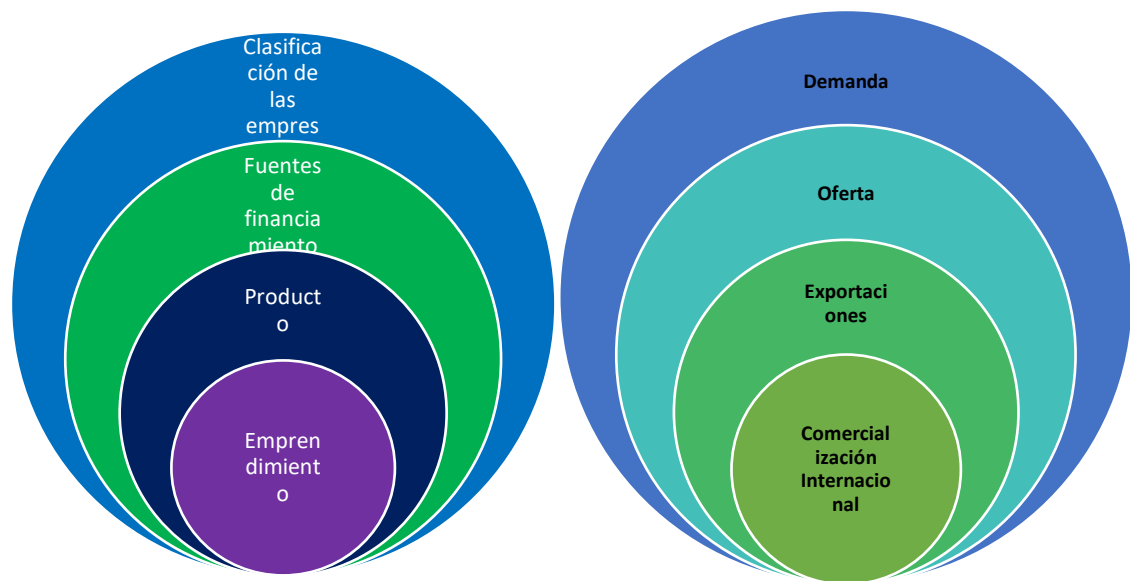


Figura 2. Conceptualización las variables tomando en cuenta temas que se relaciones con los componentes que conforman cada variable.

2.3.1 Emprendimiento

La palabra emprendedor proviene del francés **entrepreneur** que significa pionero, siendo utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Cristóbal Colón que se aventuraron a venir al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar. Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor (Gerencie, 2014, p .78).

El emprendimiento es considerado como una idea que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diferentes problemas, con la resolución de llegar a un determinado punto.

2.3.1.1 Características de los Emprendimientos

Los Emprendimientos se caracterizan, generalmente, por nacer en estructuras familiares, que por lo general sus colaboradores se limitan a la participación de sus

parientes, esto determina la ausencia de gestión administrativa y de estructura organizacional, pues no se encuentran definidos claramente los niveles organizacionales. Entre las características más evidentes de la micro y pequeña empresa se identifican: (Aguirre, 2014, p. 29).

Escaso nivel tecnológico.

- Baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos.
- Falta de fuentes de financiamiento, los existentes tienen altos costos y son de muy difícil acceso.
- Mano de obra sin calificación.
- Producción con orientación mayor al mercado interno.
- Escasa penetración de pequeñas empresas al mercado internacional.
- Ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector.
- Son escasos e insuficientes los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación y para el uso de tecnología (Aguirre, 2014, p. 15).

2.3.1.2 Procesos

En el ámbito de la economía se habla de proceso productivo a la transformación de entradas (insumos) en salidas (bienes o servicios), aprovechando recursos físicos, tecnológicos humanos entre otros. Desde un enfoque de negocio un proceso está basado en diversas actividades entrelazadas de forma lógica para obtener un resultado en concreto, en este contexto un proceso se compone de entradas, funciones y salidas. En la industria consiste en modificar la materia prima por medio de prácticas operacionales de esto resultan los productos. (Pérez y Garney, 2013, p. 5)

2.3.1.3 Producto

Es el bien o servicio que se desea comercializar en el mercado exterior, no todos los productos presentan las condiciones para ser exportados ya que para llegar al mercado meta es necesario tener alguna ventaja competitiva y observable, en la evaluación del producto es

aconsejable analizar la estructura del producto para conocer sus fortalezas y debilidades y si determinar si es conveniente hacerle cambios ya sea para estandarizar o adaptar el mismo. (Lerma y Enríquez, 2010, p.16)

2.3.1.4 Producción Agrícola

En el ámbito de la economía hace referencia al tipo de productos y beneficios que una actividad agrícola puede generar; el cultivo de granos, cereales y vegetales, ha sido una de las principales actividades de supervivencia del ser humano por tal motivo siempre es una parte relevante en la economía. Cuando se habla de producción agrícola estamos hablando del resultado de la actividad agrícola denominada agricultura, ejemplo papa, zanahoria, o frutas como frutillas, manzanas, etc. Que son utilizados en un porcentaje muy alto como alimentos aunque también pueden ser utilizados en perfumería, indumentaria, higiene, etc. (Bembibre, 2011, p. 16)

2.3.1.5 Valor agregado

Valor económico que gana un bien cuando es modificado en el marco del proceso productivo, es el valor económico que se genera como resultado del proceso productivo, la tecnología y los procesos industriales son las herramientas que añaden más valor a un bien, si una nación vende solo materias primas, creará un valor reducido. El término de valor agregado también es conocido como valor añadido.

2.3.1.6 Fuentes de financiamiento

Otorgar dinero para solventar algo, cubrir costos de un proyecto o actividad. Es el origen de un recurso económico, para solventar la cobertura de un gasto o una inversión. Se recurre a una fuente de financiamiento cuando se recurre a un crédito esta puede ser un banco ya sea para realizar compras o invertir en negocios. También pueden ser programas gubernamentales, a través de subsidios; en el caso de los bancos el financiamiento se realiza para obtener una ganancia en el cobro de intereses, mientras que en los planes de gobierno para generar desarrollo económico. (Porto y Garley, 2019, p. 7)

2.3.1.7 Clasificación de las empresas

2.3.1.7.1 Microempresa

“Aquella que tenga entre 1 a 9 trabajadores, el valor de las ventas o ingresos brutos de menos de cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen activo de cien mil dólares”. (Aguilar, 2014, p. 2)

2.3.1.7.1 Pequeña empresa

Aquella que tenga entre 10 a 49 trabajadores, el valor de las ventas o ingresos brutos anuales entre mil y un millón de dólares de los Estados Unidos de América o el volumen de bienes entre cien mil uno y setecientos cincuenta mil dólares. (Aguilar, 2014, p. 3)

2.3.1.7.3 Mediana empresa

Aquella que tenga entre 50 a 199 trabajadores, un valor de ventas o los ingresos brutos anuales de un millón a cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América o el volumen de activos entre setecientos cincuenta mil uno y cuatro millones de dólares. (Aguilar, 2014, p. 3)

2.3.1.7.4 Empresa conjunta

Esta modalidad, como su nombre lo indica, es una inversión conjunta entre dos o más empresas que aportan capital y/o activos con el fin de crear una nueva empresa. Lo más común es que una empresa local forme una sociedad con una internacional para tener operaciones en el país de la primera. En estos casos, las dos empresas comparten la propiedad y el control de la nueva empresa. (Botero, 2012, p.11)

2.3.1.7.5 Contrato de gerencia

El contrato de gerencia se enfoca en la exportación de servicios y no de productos. En este caso, una empresa internacional con experiencia en el manejo de cierto tipo de negocios le ofrece el servicio a una empresa local a cambio de honorarios. Un contrato de gerencia puede abarcar un gran número de funciones dentro de la empresa a la que se le presta el

servicio; estas van desde la operación de una fábrica hasta el manejo del personal. Este método de internacionalización es usado con frecuencia en las cadenas hoteleras

Para la oferta exportable tomamos conceptos como:

2.3.2 Mercado Internacional

Es aquel que se presenta cuando un oferente comercializa bienes o servicios en el extranjero realizando actividades de importación y exportación, en este se presentan un serie de factores que pueden hacer complejo el proceso de introducción de productos y crecimiento de estos mercados, como son aranceles, normativas, cultura del consumidor, canales de distribución. (Lerma y Enríquez, 2010, p.17)

2.3.3 Comercialización Internacional

Hace referencia a la acción del comercio internacional, que es el movimiento que tienen los bienes y servicios a través de distintos países y sus mercados, utilizando como medios de pago las divisas, las ventajas de realizar operaciones comerciales son posicionar sus productos e ingresar a mercados extranjeros. (Comercio y Aduanas, 2012, p. 8)

2.3.4 Exportaciones

Acción de vender mercancías a otro país con fines comerciales, por distintos medios de transporte aéreo, marítimo o terrestre, también hace referencia al tráfico legítimo de mercancías y servicios. Por eso las condiciones están determinadas por cada país. (Pérez & Gardey, 2013. p. 5)

Para la internacionalización de los productos que pretende la provincia del Carchi exportar se toma en cuenta los siguientes métodos.

2.3.4.1 Exportación

Podríamos afirmar que la exportación es la forma más simple de internacionalizarse. En síntesis, la definición de exportación es vender productos en un país diferente del local. La exportación implica la fabricación de un producto en un país y su envío al extranjero por tierra, mar o aire, para que sea comercializado en otros países, teniendo en cuenta todos los

trámites necesarios para traspasar las fronteras, nacionalización, cambio de monedas y las posibles diferencias de idiomas y leyes. (Botero, 2012, p.11)

2.3.4.2 Contrato de manufactura (maquila)

Un contrato de manufactura, o maquila, le permite a las empresas obtener centros de producción en otros países sin comprometerse a invertir en operaciones de manufactura o ventas.

Se puede considerar que las principales razones por las que una empresa puede buscar esta forma de internacionalización son las siguientes:

- 1.- Los costos de manufactura son menores en el país del maquilador.
- 2.- Los costos de transporte para exportar son más elevados que los de tener producción local.
- 3.- Permite que las empresas se acerquen más a sus clientes internacionales, ya que hay mayor interacción con ellos y puede generar mejor servicio.
- 4.- Los aranceles del país al que se va a ingresar pueden ser elevados para prevenir el ingreso de productos importados, con el fin de proteger la industria local. (Botero, 2012, p.11)

2.3.4.3 Licenciamiento

El licenciamiento es otra forma en la que una empresa puede obtener centros de producción en otros países sin inversión de capital. En este modelo, el licenciador le otorga valor al licenciado con el fin de obtener desempeño o regalías de dicha licencia. La diferencia con los contratos de manufactura es que en el licenciamiento la empresa productora asume la responsabilidad de otros procesos como el mercadeo, las ventas y el servicio posventa. (Botero, 2012, p.12)

2.3.4.4 Franquicias

La franquicia es un formato de negocio con posicionamiento de marca, que permite la explotación de un concepto desarrollado y probado en su viabilidad y documentado en manuales por un emprendedor denominado franquiciante, a través del otorgamiento de los

derechos a otro emprendedor inversionista denominado franquiciado, cuya unión o alianza se estipula bajo las cláusulas de un contrato de franquicia. (Botero, 2012, p.12)

2.3.5 Oferta

Está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en un mercado a un precio, en términos más simples la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.

2.3.6 Demanda

“En la economía, la demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realizan un cierto grupo social en un momento determinado” (Pérez & Gardey, 2013. p. 5)

III. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

La actual propuesta de investigación está enmarcada dentro de la modalidad cuantitativa y cualitativa.

3.1.1 Enfoque

Cuantitativa.- Los datos recopilados se calcularon de forma numérica, con la finalidad de estudiar de forma estadística la analogía entre las variables tanto dependiente como independiente y el lineamiento que tiene la oferta exportadora del Carchi, con el emprendimiento comercial y la comercialización internacional de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por las fuentes de información secundaria como el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia del Carchi.

Cualitativa.- Se utilizó en los diferentes procesos como las fuentes de información proporcionada por la institución como Agrocalidad, así como también la aplicación de la técnica de investigación de la entrevista, la misma que fue dirigida a los trabajadores del área de desarrollo local del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia del Carchi, quienes describieron la ruta y la situación problemática actual de la oferta exportadora de la provincia.

3.1.2 Tipos de investigación

A continuación se menciona los siguientes tipos de investigación: que es como lo aplican en su investigación.

3.1.2.1 Descriptiva

Este tipo de investigación se la utiliza en la descripción del problema apoyando en las características y niveles educativos del grupo de estudio a través de la relación de datos y representación en los gráficos estadísticos en este caso en la información secundaria proporcionada por las entidades públicas como Agrocalidad, Gobierno Provincial del Carchi, la cual permitió que dichos datos estadísticos se los aplique en el análisis de los productos referentes al emprendimiento comercial y la comercialización internacional de la oferta exportadora de la provincia del Carchi.

3.1.2.2 Documental

En este tipo de investigación se determinó la investigación documental, basada en documentos oficiales y personales como fuente de información como es el caso de la bibliografía de libros de la universidad, es decir realizando un análisis de la información escrita sobre el tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio.

3.1.2.3 Correlacional

Es importante que dentro del contenido de la investigación exista la relación que tienen las variables antes mencionadas, para determinar la relación o el grado de asociación que existe entre la oferta exportadora del Carchi, con el emprendimiento comercial y la comercialización internacional y de esta forma explicar las conclusiones respectivas al final de la investigación.

3.1.2.4 De campo

Es aquella que se efectuó en el lugar y tiempo en donde ocurren los fenómenos objeto de estudio. En esta investigación se realizó una observación directa acerca de la oferta exportadora del Carchi, y el emprendimiento comercial y la comercialización internacional, determinando el comportamiento y conducta de los productores y empresas que laboran sus productos dentro de la provincia.

3.2. IDEA A DEFENDER

La oferta exportadora del Carchi, depende del emprendimiento comercial y la comercialización internacional

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente

Emprendimiento comercial y la comercialización internacional.

Variable Dependiente

Oferta exportadora

Tabla 1 Operacionalización de variable independiente

Variable independiente: Emprendimiento comercial y la comercialización internacional

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuentes	Instrumentos
El emprendimiento comercial y la comercialización internacional de la provincia del Carchi se las realizará tomando en cuenta los distintos procesos exportables y la producción agrícola que oferta la provincia.	Procesos del emprendimiento comercial	Proceso que se debe realizar y Características de la situación del emprendimiento en la provincia.	¿Cuál es el emprendimiento comercial?	Entrevista	Cuestionario
			¿Cuáles son las características del emprendimiento comercial?	Bibliográfica	Observación
				Documental	
	Documentación	Número de documentos que se necesitan para el emprendimiento	¿Cuál es el número de documentos que se necesita para el emprendimiento?	Entrevista	Cuestionario
				Bibliográfica	Observación
				Documental	
Recursos	Recursos disponibles para el emprendimiento	¿Cuáles son los recursos con los que cuenta el mercado?	Entrevista	Cuestionario	
			Bibliográfica	Observación	
			Documental		

Producción agrícola	Tipos de producción agrícola	¿Cuáles son los tipos de producción agrícola?	Entrevista Bibliográfica Documental	Cuestionario Observación
Comercialización internacional	Métodos de internacionalización	¿Cuáles son los tipos de comercialización?	Entrevista Bibliográfica Documental	Cuestionario Observación

Fuente: *Investigación de mercados*

Tabla: 2 Operacionalización de variable dependiente

Variable dependiente: Oferta exportadora					
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuentes	Instrumentos
Las exportaciones de las empresas agrícolas de la provincia del Carchi se las realizará tomando en cuenta la oferta exportadora de la provincia.	Exportadores del Carchi	Número de exportadores que comercializan sus productos a Colombia	¿Cuál es el número de exportadores que comercializan sus productos a Colombia?	Entrevista Bibliográfica Documental	Cuestionario Observación
	Tipos de productos	Nivel de ingresos que tienen los exportadores	¿Qué tipos de productos se exportan a Colombia	Entrevista Bibliográfica Documental	Cuestionario Observación

Empresas exportadoras	Número de empresas exportadoras que comercializan sus productos a Colombia	¿Cuál es el número de empresas exportadoras que comercializan sus productos a Colombia?	Entrevista Bibliográfica Documental	Cuestionario Observación
-----------------------	--	---	---	-----------------------------

Fuente: *Investigación de mercados*

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

La metodología planteada parte de dos aristas, por un lado el análisis estadístico de datos numéricos reales cuantificables que nos permite identificar los productos que se exportan por el Distrito de Aduanas Tulcán y por otro la operacionalización de las variables que nos ayuda en la construcción de la guía de entrevista con el fin de recolectar información acorde al tema planteado, para de esta forma describir de forma cualitativa el mismo, una vez se juntan estas dos aristas podemos cuantificar dicha información a través del coeficiente de concordancia de W. Kendall, que nos arrojará como resultado el índice de correlación de las variables.

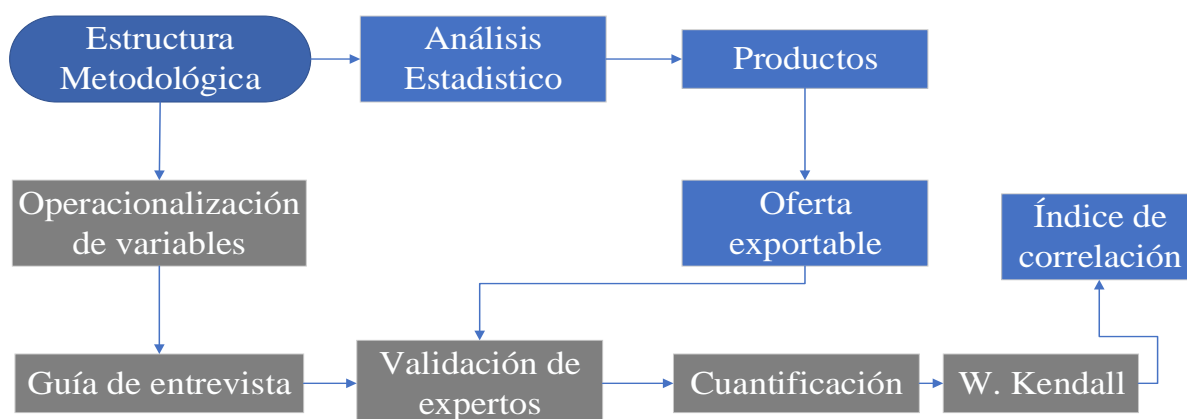


Figura 1 Estructura metodológica aplicada para interrelacionar datos cuali-cuantitativos.

3.4.1 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Mediante la información obtenida se logró determinar el funcionamiento que tiene el emprendimiento comercial en la exportación de productos desde la provincia del Carchi al mercado colombiano. De acuerdo a la información proporcionada no existen datos estadísticos de los emprendimientos que se han desarrollado en la provincia del Carchi, y que tengan cantidades de productos exportados, por lo que a continuación se señalan algunas estadísticas generales de las exportaciones que se han realizado, información proporcionada por el Distrito de Aduanas Tulcán, hacia el vecino país colombiano.

Tabla 3 Principales destinos de exportación de mercancías que pasan por el Distrito de Aduanas Tulcán

Destino de exportaciones no petroleras por la Provincia del Carchi en enero – diciembre 2017		Destino de exportaciones no petroleras por la Provincia del Carchi en enero – junio 2018	
Colombia	50.6%	Colombia	46.6%
Rusia	25.0%	Rusia	25.6%
Unión Europea	14.8%	Unión Europea	15.7%
Ucrania	9.6%	Ucrania	12.1%
Total	100%	Total	100%

Fuente: *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

El principal mercado que tiene la provincia del Carchi al momento de exportar su producto es el mercado colombiano comprendido desde el mes de enero del año 2017 al mes de junio del año 2018. Sin embargo hay que mencionar que dichas exportaciones se las ha realizado de forma intermediaria, es decir que los productos que la provincia del Carchi ha vendido a dichos países han sido productos que provienen de otras provincias, como se menciona a continuación:

Tabla 4 Exportaciones no petroleras en 2017 (Enero diciembre) Distrito de Aduanas Tulcán

Descripción	Miles usd FOB	FOB PROV %	FOB PROD %
Rosas frescas cortadas	5899	51.5%	1.5%
Aceite de palma en bruto	1640	14.3%	1.9%
Bananas frescas	1540	13.4%	3.2%
Arroz semiblanqueado	711	11.25%	45.9%
Imp. solo países de la CAN	470	9.1%	22.1%

Fuente: *Servicio de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

A continuación se indica los productos de mayor exportación en los dos últimos años que han cruzado para exportación por la provincia del Carchi.

Tabla 5 FOB PROD. Porcentajes de enero 2017 - junio 2018

Productos	FOB PROD. Porcentajes de enero 2017 - junio 2018
Rosas frescas cortadas	3,50%
Aceite de palma en bruto	5,00%
Arroz semiblanqueado	45,90%
Los demás frijoles	45,60%

Fuente: *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

Tabla 6 Exportaciones no petroleras por sector del Distrito de Aduanas Tulcán

Sector	Miles Usd Fob			Part. Fob		
	Ene-Dic		Ene-Jun	Ene-Dic		Ene-Dic
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Flores y plantas	13511	16290	5899	53.7%	48.6%	51.5%
Agroindustria	5173	11942	2818	20.5%	35.6%	24.6%
Banano y plátano	4235	1227	1750	16.8%	3.75	15.3%
Café y elaborados	1044	3000	569	4.1%	8.9%	5.0%
Frutas no tradicionales	429	575	147	1.7%	1.7%	1.3%
Cacao y elaborados	248			1.0%	0.0%	0.0%
Otros	98	10		0.4%	0.0%	0.0%
Alimentos procesados	305	345	229	1.2%	1.0%	2.0%
Confecciones y textiles	10	7	16	0.0%	0.0%	0.1%
Metalmecánico	96	121	18	0.4%	0.4%	0.2%
Forestal y productos	12	2		0.0%	0.0%	0.0%

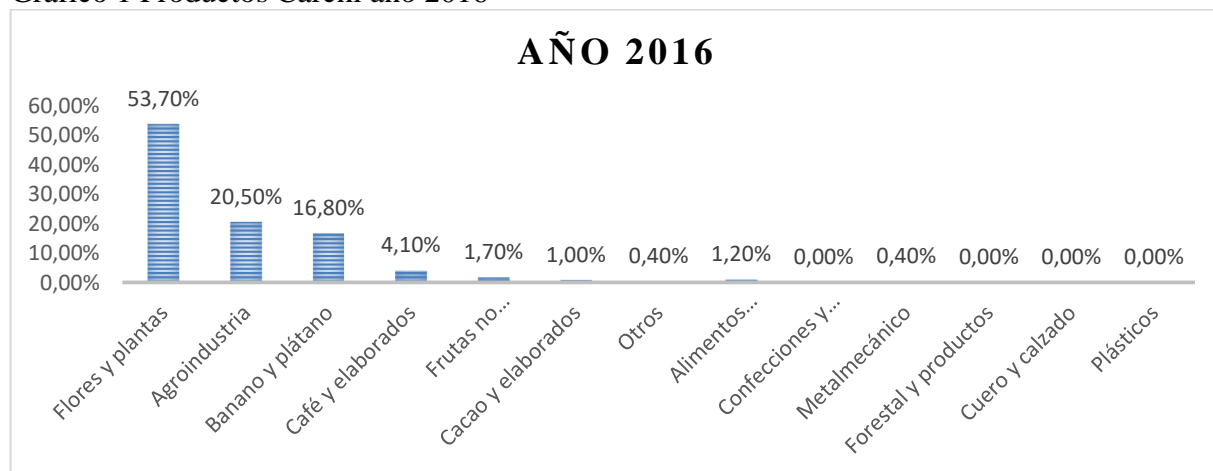
Cuero y calzado	8			0.0%	0.0%	0.0%
Plásticos	7	11	4	0.0%	0.0%	0.0%
Total	25175	33529	11451	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: *Servicio de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

De acuerdo a la tabla 6 las flores y plantas son los productos de mayor exportación al mercado colombiano conjuntamente con los productos de la agroindustria, con un valor del 75% aproximadamente. Mencionando que dichos datos provienen de una información global de parte del Servicio de Aduana del Ecuador, ya que dichos productos no son exportados de manera emprendedora, más bien de forma intermediaria.

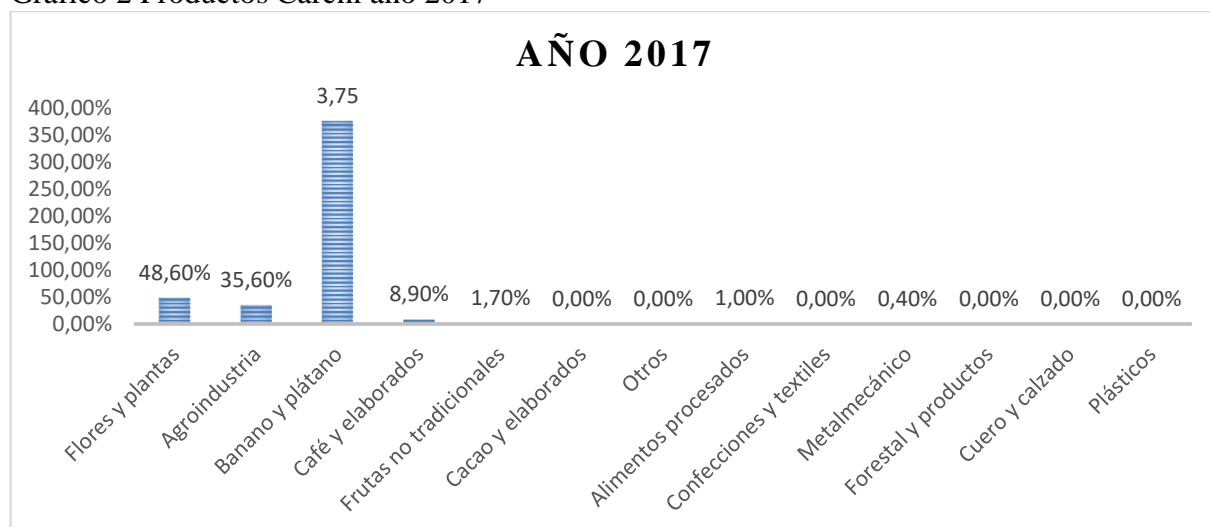
Por lo que dichos productos tendrían la siguiente presentación grafica en cada uno de sus respectivos años:

Grafico 1 Productos Carchi año 2016



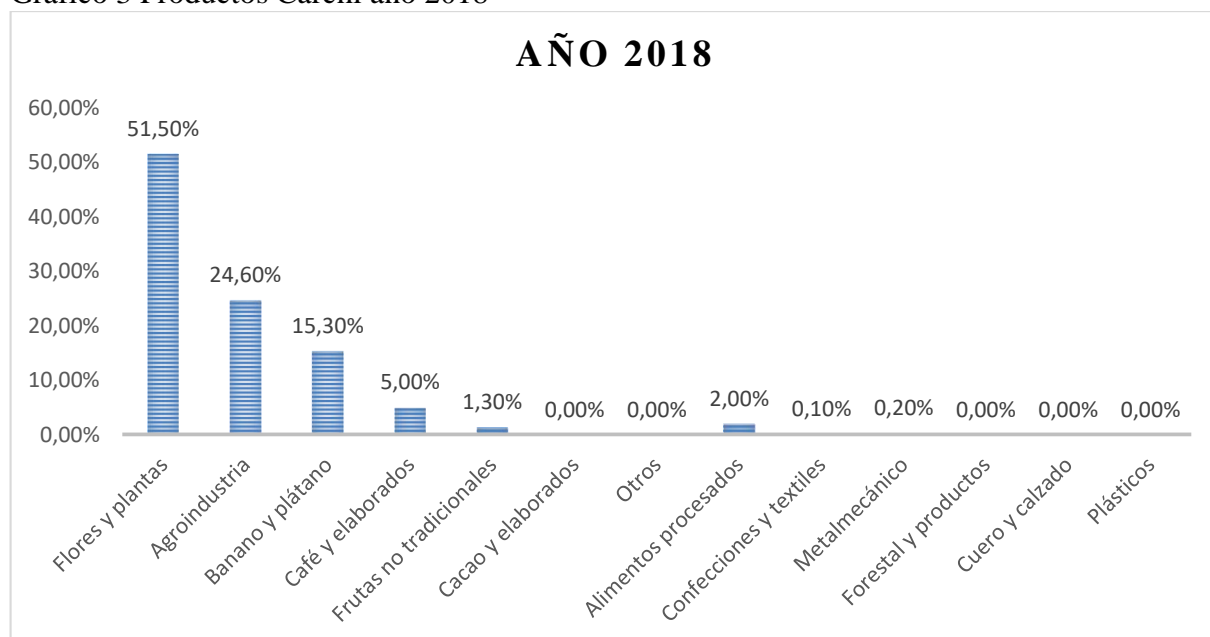
Fuente: *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

Grafico 2 Productos Carchi año 2017



Fuente: *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

Grafico 3 Productos Carchi año 2018



Fuente: *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y Dirección de Inteligencia Comercial, PRO Ecuador*

Como se puede visualizar en los tres gráficos las flores y plantas en los tres años han tenido más del 50% en cuanto a exportaciones en valores FOB en miles de dólares desde la provincia del Carchi hacia los mercados internacionales, en especial al mercado colombiano.

3.4.1.1 Entrevista

Adicionalmente se realizó la aplicación de la técnica cualitativa utilizando el instrumento como es la entrevista a las personas expertas conocedoras del tema como los profesionales que laboran en entidades públicas de la provincia, tales como Agrocalidad, Prefectura del Carchi, Cámara de comercio de Tulcán y Ministerio de Agricultura y Ganaría, quienes han sido seleccionadas por conveniencia hacia la investigación, de acuerdo a los conocimientos técnicos, perfil del tema y a la experiencia que han tenido dichas personas en trabajos de campo, y a los diferentes impulsos que estos organismos han dado a los emprendimientos, debido a que ellas en su labor diaria tienen un contacto directo con los habitantes que viven en las zonas rurales de la provincia del Carchi. El perfil de las cuatro personas entrevistadas son los siguientes:

1.- Entrevista uno: Nombre: Verónica Pozo Profesión: Ingeniera Comercial Lugar de trabajo: Gad Provincial del Carchi Puesto: Técnica en desarrollo Rural.

2.- Entrevista dos: Nombre Leiver Ruano: Profesión: Ingeniero Agropecuario Lugar de trabajo: Agocalidad Puesto: Técnico de campo.

3.- Entrevista tres: Nombre: Edison Paguay Profesión: Tecnólogo en Administración Lugar de trabajo: Magap Puesto: Técnico agropecuario.

4.- Entrevista cuatro: Nombre Juan Solarte Profesión: Ingeniero Comercial Lugar de trabajo: Cámara de comercio Puesto: Analista de emprendimientos

El formato de la entrevista se menciona a continuación:

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Objetivo: Determinar la incidencia que tienen el emprendimiento comercial en la oferta exportable de la provincia del Carchi.

NOMBRE _____

PROFESIÓN _____

FECHA _____

CUESTIONARIO

1.- ¿Desde su punto de vista que incidencia piensa usted que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi?

2.- ¿Por qué los emprendimientos en la provincia del Carchi no ha tenido un mayor crecimiento en relación a las demás provincias del país?

3.- ¿De acuerdo a su opinión explique cuales empresas de la provincia del Carchi cree usted que tienen la oportunidad de exportar sus productos a mercados internacionales?

4.- ¿Según su criterio, explique si la provincia del Carchi está cumpliendo con la política nacional del cambio de la matriz productiva, en cuanto a los emprendimientos y a la exportación de sus productos?

5.- ¿Qué recomendaciones usted brindaría a los emprendedores de la provincia para que la producción y comercialización de sus productos sean innovadores y tengan valor agregado?

6.- Al realizar un análisis general de la oferta exportable de la provincia del Carchi ¿Según su opinión explique las razones si el mercado de esta provincia se encuentra preparado para competir?

7.- ¿Cómo piensa usted que ayudaría a dinamizar la economía de la provincia Carchi en los distintos sectores comerciales que existen y que recomendaciones propondría usted, para que los productos de dichos sectores de la economía ecuatoriana sean más competitivos en el mercado local e internacional?

8.- ¿Según su criterio como analiza usted la demanda y oferta del sector agrícola y ganadero de la provincia del Carchi y su competitividad en el mercado de Colombia?

FIRMA

Tabla 7 Cuantificación de las preguntas de la entrevista

Factores determinantes de las preguntas	Ponderación porcentual	Entrevista 1		Entrevista 2		Entrevista 3		Entrevista 4	
	Valor	Peso Calificación		Peso Calificación		Peso Calificación		Peso Calificación	
Pregunta 1									
Alternativa	4,17%	8	0,3336	9	0,3753	8	0,3336	8	0,3336
Normativa	4,17%	5	0,2085	7	0,2919	9	0,3753	9	0,3753
Devaluación de la moneda	4,17%	8	0,3336	7	0,2919	8	0,3336	7	0,2919
Pregunta 2									
Falta de apoyo	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336	9	0,3753
Falta de financiamiento	4,17%	8	0,3336	9	0,3753	8	0,3336	9	0,3753
Falta de incentivos económicos	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336
Pregunta 3									
Aguacate	4,17%	6	0,2502	6	0,2502	9	0,3753	8	0,3336
Queso	4,17%	6	0,2502	5	0,2085	9	0,3753	7	0,2919
Pulpa y jugos	4,17%	8	0,3336	6	0,2502	9	0,3753	9	0,3753
Pregunta 4									
Capacitación	4,17%	6	0,2502	7	0,2919	7	0,2919	7	0,2919
Políticas nacionales	4,17%	5	0,2085	8	0,3336	8	0,3336	9	0,3753

Apoyo gubernamental	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	7	0,2919	7	0,2919
---------------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Pregunta 5

Inversión	4,17%	7	0,2919	7	0,2919	8	0,3336	8	0,3336
-----------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Partir de una idea	4,17%	6	0,2502	7	0,2919	9	0,3753	8	0,3336
--------------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Realizar capacitaciones	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	9	0,3753	8	0,3336
-------------------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Definir mercado objetivo	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336	9	0,3753
--------------------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Pregunta 6

Asumir riesgos	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336
----------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Falta de apoyo	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336	9	0,3753
----------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Pregunta 7

Apoyo gubernamental	4,17%	7	0,2919	6	0,2502	7	0,2919	7	0,2919
---------------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Asesoramiento técnico	4,17%	8	0,3336	9	0,3753	8	0,3336	8	0,3336
-----------------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Inversiones	4,17%	9	0,3753	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336
-------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Asosiatividad	4,17%	8	0,3336	8	0,3336	8	0,3336	9	0,3753
---------------	-------	---	--------	---	--------	---	--------	---	--------

Pregunta 8									
Devaluación del peso colombiano	4,17%	8	0,3336	9	0,3753	8	0,3336	9	0,3753
Falta de explotación de los productos	4,17%	8	0,3336	7	0,2919	9	0,3753	8	0,3336
Total	100%	8,0898	8,2256	7,9647	8,1315				

Fuente: *Sampieri (2014) Tabulación de datos cualitativos*

Para la determinación del análisis de las preguntas de la entrevista se toma en cuenta la distribución del 100% a todas las alternativas posibles de respuesta de las ocho preguntas de las entrevistas realizadas a cuatro personas mediante un peso específico y una calificación que de acuerdo a (Hernández Sampieri et al., 2014, p.235) se analiza una escala de valoración la misma que se toma de 0 a 10 puntos para obtener la respectiva calificación total relevante de la persona entrevista y poder determinar cuál de estas recomendarían mejor para el desarrollo del tema.

De acuerdo a los resultados hay que tomar en cuenta la entrevista 2 en la cual se enfoca en la búsqueda de una idea para luego determinar una alternativa de emprendimiento a través de la búsqueda de financiamiento para emprender cualquier tipo de negocio, el mismo que debe de ir del apoyo gubernamental.

3.4.1.2 Coeficiente de Concordancia W. Kendall

Es una de las técnicas no paramétricas para medir el grado de concordancia entre las variables de una muestra. En la prueba estadística el Coeficiente de Concordancia de Kendall (W), ofrece el valor que posibilita decidir el nivel de concordancia entre los expertos. El valor de W oscila entre 0 y 1. (Badii & Guillen, 2014, p. 31)

Tabla 8 Niveles de correlaciones

Tamaño de correlación	Interpretaciones
De 0.90 a 1	Correlación perfecta o muy alta
De 0.70 a 0.90	Correlación muy alta
De 0.50 a 0.70	Correlación alta
De 0.30 a 0.50	Correlación media o moderada
De 0.10 a 0.30	Correlación baja
De 0.00 a 0.10	Correlación nula o muy baja

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

Las variables de la investigación dependiente oferta exportadora y la variable independiente emprendimiento comercial y la comercialización internacional se obtiene respuestas de 4 personas entrevistadas de acuerdo a los siguientes datos:

Tabla 9 Calificación de la variable dependiente e independiente

Personas entrevistadas	Variable dependiente	Variable independiente
Nombre: Verónica Pozo Funcionario del GAD Carchi	7.00	6.00
Nombre: Leiver Ruano Funcionario de Agrocalidad	6.00	7.00
Nombre: Edison Paguay Funcionario de Magap	9.00	8.00
Nombre: Juan Solarte Funcionario de Aduana	8.00	8.00

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

La calificación de cada variable se la realiza por cada una de las puntuaciones obtenidas en las respuestas de cada entrevistado y de acuerdo al resultado de los elementos que comprenden la variable dependiente e independiente.

Dichas calificaciones se obtuvo de los elementos de las preguntas realizadas en la entrevista de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 10 Calificación de la variable dependiente

Elementos de las preguntas	Variable dependiente
Nombre: Verónica Pozo Funcionario del GAD Carchi	
Aguacate	6.00
Queso	6.00
Pulpa y jugos	8.00

Falta de explotación de los productos	8.00
Promedio	7.00
Nombre: Leiver Ruano Funcionario de Agrocalidad	
Aguacate	6.00
Queso	5.00
Pulpa y jugos	6.00
Falta de explotación de los productos	7.00
Promedio	6.00
Nombre: Edison Paguay Funcionario de Magap	
Aguacate	9.00
Queso	9.00
Pulpa y jugos	9.00
Falta de explotación de los productos	9.00
Promedio	9.00
Nombre: Juan Solarte Funcionario de Aduana	
Aguacate	8.00
Queso	7.00
Pulpa y jugos	9.00
Falta de explotación de los productos	8.00
Promedio	8.00

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

Tabla 11 Calificación de la variable independiente

Elementos de las preguntas	Variable independiente
Nombre: Verónica Pozo Funcionario del GAD Carchi	
Apoyo gubernamental	7.00
Capacitación	6.00
Inversiones	7.00
Políticas Nacionales	5.00
Normativa	5.00
Partir de una idea	6.00
Promedio	6.00
Nombre: Leiver Ruano Funcionario de Agrocalidad	
Apoyo gubernamental	6.00
Capacitación	7.00
Inversiones	7.00
Políticas Nacionales	8.00
Normativa	7.00
Partir de una idea	7.00
Promedio	7.00
Nombre: Edison Paguay Funcionario de Magap	
Apoyo gubernamental	7.00

Capacitación	7.00
Inversiones	8.00
Políticas Nacionales	8.00
Normativa	9.00
Partir de una idea	9.00
Promedio	8.00

Nombre: Juan Solarte Funcionario de Aduana

Apoyo gubernamental	7.00
Capacitación	7.00
Inversiones	8.00
Políticas Nacionales	9.00
Normativa	9.00
Partir de una idea	8.00
Promedio	8.00

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

Luego de aplica el método de kendall ordenando las calificaciones de las variables

Entrevistados	Verónica Pozo	Leiver Ruano	Edison Paguay	Juan Solarte
Variables				
Independiente	6.00	7.00	8.00	8.00
Dependiente	7.00	6.00	9.00	8.00

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

A continuación se realiza las comparaciones binarias que hay entre los entrevistados:

Entrevistados	Verónica Pozo	Leiver Ruano	Edison Paguay	Juan Solarte
Variables				
Independiente	6.00	7.00	8.00	8.00
Dependiente	7.00	6.00	9.00	8.00
	7.00	Desacuerdo	Acuerdo	Acuerdo
		6.00	Acuerdo	Acuerdo
			9.00	Desacuerdo
				8.00

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

$$Kendall = \frac{N * (N - 1)}{2}$$

$$Kendall = \frac{4 * (4 - 1)}{2} = 6$$

6 soluciones entre acuerdo y desacuerdo

Kendall Independiente, dependiente = Proporción de acuerdos – Proporción en desacuerdos

Entrevistados	Verónica Pozo	Leiver Ruano	Edison Paguay	Juan Solarte	Total
Independiente	6.00	7.00	8.00	8.00	
Dependiente	7.00	6.00	9.00	8.00	
	7.00	Desacuerdo	Acuerdo	Acuerdo	1
		6.00	Acuerdo	Acuerdo	2
			9.00	Desacuerdo	-1
				8.00	0
					2
		Total			2

Fuente: *Badii & Guillen (2014)*

Para la suma total se toma en cuenta que por cada acuerdo se le asigna una calificación de 1 y por cada desacuerdo se le asigna una calificación de -1.

Y por último se calcula el coeficiente de concordancia de Kendall

$$Coefic. = \frac{2 * Total}{N * (N - 1)}$$

$$Coefic. = \frac{2 * 2}{4 * (4 - 1)} * 100 = 33.33\%$$

La proporción de acuerdos es superior a la proporción de desacuerdos en un 33.33% de coeficiente de correlación siendo un nivel medio o moderada de acuerdo al cuadro de calificaciones presentadas por este método, es decir hay más acuerdos entre las dos variables.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Las principales limitaciones que se determinan en el presente documento se encuentran relacionadas con las respuestas del coeficiente de concordancia de Kendall, indicando que en un 33.33% de concordancia entre las variables tanto dependiente como independiente, obteniendo un nivel de correlación media o moderada, mencionando que la falta de emprendimiento y la poca oferta exportable en la provincia del Carchi se ha visto afectada por varios factores internos como la falta de apoyo gubernamental, capacitaciones, financiamiento, más aun si se habla de la ciudad de Tulcán por ejemplo, en lo que concierne a factores externos, principalmente como la baja del petróleo, y el incremento de la cotización del dólar vs peso colombiano, consecuencia las ventas en la localidad han disminuido significativamente, y como tal proponer el desarrollo de emprendimientos permite establecer alternativas de desarrollo local.

Esta respuesta se ve reflejada en las contestaciones que tuvieron los entrevistados en la aplicación de la técnica cualitativa de investigación como es la entrevista, donde se señala que la provincia del Carchi es una zona muy limitada en cuanto a los emprendimientos, ya que por falta de apoyo gubernamental en cuanto a la asistencia técnica y al financiamiento como así lo tienen otras provincias como Imbabura, Tungurahua y Pichincha. Otro aspecto a considerar en esta parte es la falta de asesorías técnicas continuas para los emprendedores, ya que este factor es determinante para el emprendimiento.

Otro aspecto muy importante en los resultados de la investigación fue que en las exportaciones no petroleras de acuerdo a Pro Ecuador las flores y plantas durante los años 2016-2018 has representado más del 50% de las ventas a otros países entre los cuales se destaca el vecino país colombiano. Considerando que estos productos son exportados como productos finales ya que dichos productos son elaborados y provienen de otras provincias como Pichincha e Imbabura.

4.2. Discusión

De acuerdo al estudio del perfil del emprendedor ecuatoriano manifestado por él (GAD Carchi, 2010), existen algunas características que debe cumplir para tener éxito en el desarrollo de los negocios, además consideran que existen aspectos negativos que dificultan el desarrollo del emprendimiento especialmente relacionados a factores externos como son: condiciones macroeconómicas del país, la competencia a nivel nacional, la falta de políticas crediticias, entre otras. Dentro del proceso de la Innovación, el emprendedor debe cumplir con algunas características como: competencias psicológicas, comportamentales y técnicas.

Es por esta razón que de acuerdo a los resultados alcanzados en el desarrollo del tema se toma en cuenta varios estudios realizados por algunos autores como Coronado y Requelme, los cuales recomiendan los riesgos que un emprendedor debe de asumir al momento de montar un negocio.

Para desarrollar un proyecto de emprendimiento es necesario que el empresario conozca algunas recomendaciones para tener éxito en desarrollar una empresa entre las más importantes se puede señalar: Comprar un negocio en marcha, asumir riesgos calculados, ofertar productos que no existen en el mercado, entre los más importantes o aplicar un emprendimiento social como alternativa de mejora para ayudar en algo al fomento del empleo como manifiesta (Jimenez Coronado & Hernandez Palma, 2018).

Con respecto a la provincia del Carchi en el tema de emprendimiento hay que señalar que de los seis cantones que existen dentro de la misma, el que más se destaca en cuanto a la producción y comercialización de los productos tanto a nivel local como internacional es el cantón Tulcán, con sus productos importantes como son la leche y la papa donde dichos productos son los más destacados por la condición agroclimática de esta zona como manifiesta el estudio realizado por (Requelme & Bonifaz, 2012).

Pero no únicamente hay que conocer las opiniones cualitativas para el cumplimiento de objetivos del presente tema, sino también las informaciones cuantitativas como es el caso de las estadísticas económicas y sociales proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Para el año 2015 la Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Tulcán es de; 36.272 personas, distribuidas en el sector urbano en un 64,39% (23.356 personas) y el sector rural en un 35,61% (12.916 personas) las cuales representan el 41,93% de la población del Cantón. Al contrario la población inactiva representa el 26,10% de la población (22577 personas) (Montalvo, 2016).

De acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el Banco Central del Ecuador las principales actividades económicas del Cantón son: la agricultura, el comercio y el transporte. Razón por la cual figuran dentro de las actividades que mayor Valor Bruto Cantonal generan en conjunto. El Comercio al por Mayor y Menor, representa el 20,56% del Valor Bruto Cantonal (USD 86'586.140), el Transporte Información y Telecomunicaciones representa el 14,19% del Valor Bruto Cantonal (USD 59'752.170), seguidos de la Agricultura Ganadería Silvicultura y Pesca que representa el 12,61% del Valor Bruto Cantonal (USD 53'089.140) (Montalvo, 2016).

Por otro lado en Carchi y Esmeraldas, la actividad económica dominante es el comercio al por mayor y menor. En la primera, explica el 35% del valor agregado provincial y, en la segunda, el 31%. En Carchi, esta actividad ganó dos puntos porcentuales desde el año 2003 a 2007, pero en Esmeraldas se redujo levemente. Asimismo, en ambas jurisdicciones, la agricultura es la segunda en importancia. En Carchi permaneció igual, en tanto que, en Esmeraldas, ganó más de dos puntos porcentuales en el mismo período. Adicionalmente en Esmeraldas se han asentado muchos agro negocios vinculados con el cultivo de la palma africana, lo que ha provocado deterioro de la amplia zona forestal que cubría a una parte significativa de su territorio. Pero la principal diferencia entre Carchi y Esmeraldas está en que, en la primera, la actividad económica en tercer lugar es el transporte, almacenamiento y comunicaciones, en tanto que, en la segunda son las industrias manufactureras. En ambos casos, esas ramas perdieron participación en el período de referencia.

Esto indica que Carchi y Esmeraldas, por estar asentadas en la frontera norte, sus actividades principales han generado el comercio de bienes entre Ecuador y Colombia. El intercambio comercial también ha hecho que en Carchi, tanto el transporte, el almacenamiento y las comunicaciones tengan una representación superior que en otras jurisdicciones. Sin embargo esta situación se asemeja a lo que realmente está sucediendo con el departamento de Nariño en Colombia, donde se menciona lo siguiente:

El Plan de desarrollo del departamento de Nariño, 2012 – 2015 “Nariño Mejor” indica una tradición rural (52%) de la producción. En otros textos también se lo cataloga como marginal, de vocación campesina, con una producción agropecuaria, que al no transformarse se queda en el autoconsumo. En este orden de ideas, se evidencia un bajo nivel de desarrollo con tendencia a acentuarse debido a factores internos y externos de esta región suroccidental de Colombia, aspecto que lleva a pensar en la necesidad de avanzar en esta materia, que promueva un verdadero desarrollo agro industrial mediante la organización de los campesinos en asociaciones. (Delgado, 2016)

Sin embargo de acuerdo a la investigación realizada se menciona que no existen empresas emprendedoras en la provincia del Carchi legalmente constituidas, ya que solo existen pequeños productores de la provincia que se ha dedicado a la comercialización de los productos agrícolas a nivel interno. Caso similar sucede con respecto al departamento de Nariño Colombia que no existen empresas emprendedoras en dicho departamento ya que la comercialización de la oferta exportable en esa zona se la realiza por medio de intermediarios.

Antes de iniciar explicando en forma más detallada la incidencia que tienen el emprendimiento comercial en la oferta exportable de la provincia del Carchi, con el vecino país colombiano, en especial con el departamento de Nariño, es importante indicar las relaciones que existen entre Ecuador y Colombia en el ámbito, político, económico y social.

La Interdependencia entre Ecuador y Colombia

Las relaciones existentes entre Ecuador y Colombia han trascendido las fronteras, éstas han intervenido en las demás zonas contiguas de los dos países, las mismas que conviven

diariamente con las dinámicas de interrelación pudiendo estas ser económicas, políticas o sociales ya que el nivel de interdependencia que se presenta entre estos dos países es considerable

En este sentido, en el presente apartado se pretende obtener un análisis de la interrelación binacional a través de los factores que han caracterizado esta relación.

Factores Políticos

Las relaciones entre Ecuador y Colombia se han caracterizado históricamente bajo un marco de convivencia pacífica; ya que no se ha presentado significativas rupturas de relaciones. Por lo que de acuerdo a los resultados encontrados en el análisis estadístico y siendo Colombia el principal comprador de los productos que se elaboran en el Ecuador, se debería aprovechar las relaciones diplomáticas y comerciales que se tiene y se ha tenido con el vecino país en cuanto a la producción agrícola y ganadera.

En el caso de la provincia del Carchi su interacción económica bilateral debe comenzar partiendo de las relaciones comerciales con el departamento de Nariño para luego expandirse a los demás mercados internacionales y así poder mostrar una oferta exportable más significativa.

Factor Económico

Con la finalidad de entender el rol de la economía entre Ecuador y Colombia, es necesario hacer un análisis de la dinámica económica formal y no formal que marca esta relación.

El puente internacional de Rumichaca que une los municipios del Carchi en Ecuador y de Ipiales en Colombia, es la principal conexión entre los dos países, por donde atraviesa la mercadería legal; sin embargo se ha constatado la existencia de pasos no autorizados, que son los principales medios de transporte ilegal de mercaderías como narcotráfico que a la vez se asocia con otras actividades ilícitas como el tráfico al Ecuador de plantaciones de coca y sustancias químicas para su proceso; y posteriormente daños ambientales y humanos por otro lado y no menos importante es el contrabando de gas y gasolina cabe indicar que estas actividades se han convertido en una fuente de empleo y subsistencia tanto para colombianos como para ecuatorianos.

Sin embargo en el factor económico es importante indicar que al ser la provincia del Carchi una zona fronteriza y que Colombia al tener en los actuales momentos una moneda devaluada puede crear alternativas comerciales entre Carchi y Nariño en cuanto a la exportación de productos agrícolas y ganaderos y de esta forma fomentar el emprendimiento productivo en la provincia del Carchi.

Factor Socio Cultural

Es eminente que las relaciones socio culturales entre Ecuador y Colombia han ido más allá de los desacuerdos políticos entre estos, ya que en esta se presenta una fuerte presencia de vínculos familiares y de amistad, lo que hace más estrecha la relación bilateral.

Por su característica social, cultural, y cercanía geográfica, Ecuador se ha convertido en uno de los destinos preferidos para migrar desde Colombia; considerando el alto porcentaje de migrantes colombianos se debe analizar el impacto de este flujo migratorio en la población ecuatoriana.

De acuerdo a lo mencionado y con respecto a la investigación cuantitativa y cualitativa realizada durante el desarrollo del tema planteado se indica que el emprendimiento en la provincia del Carchi no ha tenido un crecimiento significativo en cuanto a la oferta exportable de los productos que esta provincia ofrece.

A pesar de los esfuerzos que han realizado varias instituciones del Estado como el Ministerio de Industrias, Turismo y las instituciones del Gobierno seccional. Por lo que el tema de emprendimientos más en la provincia ha tenido grandes avances en cuanto a las capacitaciones en temas de desarrollo local y rural, mas no en emprendimientos como tal, es por ello que los productores de esta provincia únicamente han podido comercializar sus productos solo a nivel local.

Por esta razón es conveniente que antes de realizar una propuesta en la cual se indique el proceso del emprendimiento hacia mercados internacionales por parte de los pequeños productores de la provincia del Carchi, es necesario considerar los siguientes aspectos tomados del análisis del emprendimiento en la provincia del Carchi que realizan varios autores: como las sugerencias para iniciar un nuevo negocio que podemos ver en el Anexo 4.

Otro aspecto que hay que considerar en el desarrollo del tema es que el primer síntoma que se manifestará del futuro de los negocios lo constituye la globalización con el pensamiento “Pensar globalmente y actuar localmente

Sobre este tema se menciona algunos aspectos de carácter importante que determinarán las tendencias futuras de los negocios:

1. Cada vez en la mayoría de países, especialmente los europeos existen la tendencia de envejecimiento de la población, por lo tanto, constituye un grupo objetivo que puede ser atendido.
2. Surgen las nuevas economías mundiales potenciales; Brasil, Rusia, India, China.
3. El uso de la tecnología de la información sigue avanzando exponencialmente, permitiendo realizar más fácil la actividad de los seres humanos
4. La producción de energía limpia, reemplaza a la energía tradicional, vinculado al consumo sustentable y de productos orgánicos sin abonos, alimentos saludables, y la vida light
5. Existen sectores en crecimiento como el servicio a domicilio, turismo, reciclaje, desarrollo de actividades deportivas y culturales.

Por lo expuesto, se menciona que el tema de emprendimiento se desarrolla en varios componentes, empezando por el análisis e la crisis económica en el Carchi, condiciones del entorno del emprendimiento, aspectos de la innovación empresarial, recomendaciones para el desarrollo de una nueva idea de negocios, formulación de estrategias para iniciar con el negocio empresarial, y finalmente determinar cuáles son las tendencias del emprendimiento en el futuro.

Desde el ámbito local, es importante destacar que en los últimos diez años el fortalecimiento de la infraestructura vial, la cobertura de servicios básicos y la conectividad tecnológica aportan en gran medida a dinamizar los procesos económicos de estas dos zonas. Además, se torna estratégica una inversión estatal agresiva para el incentivo, capacitación y mejoramiento de la producción de las diferentes vocaciones productivas que tienen las provincias de Esmeraldas, Carchi y Sucumbíos; que generalmente se vinculan con actividades comerciales relacionadas con la agricultura, ganadería, pesca, turismo y otras, de las cuales necesita el sur de Colombia.

Finalmente un aspecto importante para que la oferta exportadora tenga un avance significativo en el emprendimiento en la provincia del Carchi es la ayuda y gestión gubernamental y otras entidades del Estado como PRO Ecuador que pueden brindar y velar por la apertura de nuevos mercados internacionales con la finalidad de incrementar las exportaciones tanto a nivel local como nacional, fortalecimiento las exportaciones a través del sistema de promoción de exportaciones y de las herramientas que las conforman, tomando en cuenta que la gran demanda internacional que presenta el mercado a nivel internacional sigue en constante crecimiento.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1.- Con respecto a la fundamentación secundaria y de acuerdo al análisis realizado en el tipo de investigación descriptivo se indica que los emprendimientos en la provincia del Carchi no han sido significativos en los últimos años, debido a que tan solo la comercialización de los mismos únicamente se ha destacado a nivel local por la falta de apoyo hacia las personas ya que no ha existido la suficiente ayuda gubernamental y de las autoridades competentes. Por lo tanto la incidencia negativa de esta situación ha provocado que la oferta exportable sea escasa hacia los demás países.

2.- La información secundaria proporcionada por las instituciones como el Gad provincial del Carchi y Agrocalidad permitió determinar que el flujo de mercados y las actividades productivas comerciales de la provincia del Carchi, no sean tan relevantes a la oferta exportable que presenta dicha provincia. Esta situación también se evidencia en la respuesta del análisis obtenida a partir del análisis documental realizado en el departamento de Nariño en la cual se hace mención a la oferta exportable del emprendimiento no es significativa por lo que en estas dos zonas se concluye que el comercio más se lo maneja de manera interna con pocas oportunidades de exportación de los productos, lo que esto ha incidido que el comercio en la zona fronteriza se lo determine a través de la oferta y demanda interna de cada zona.

3.- Con la aplicación de la entrevista se logró determinar que el análisis comparativo entre el emprendimiento comercial y la oferta exportable de la provincia del Carchi se ha identificado que los emprendimientos comerciales no han generado una buena rentabilidad en la provincia, por la falta de apoyo gubernamental y falta de asesoría técnica a los pequeños emprendedores, por lo que esta situación ha generado una incidencia negativa en la comercialización de los productos, haciéndolos menos competitivos en el mercado. Estas respuestas se encuentran reflejadas en el análisis de coeficiente de concordancia de Kendall mencionando que existe un 33% de correlación media o moderada de las variables tanto dependiente como independiente en las contestaciones de los entrevistados.

4.- Una vez fundamentadas las dos variables de investigación se pudo obtener mayor información y un análisis comparativo sobre el emprendimiento comercial y la comercialización internacional y Oferta exportadora tanto de la provincia del Carchi como del Departamento de Nariño, mencionando que los productos que se comercializan en estas zonas son utilizados en su mayoría para consumo interno, más no para temas de exportación.

5.2. RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda considerar los demás estudios realizados y analizados por los distintos autores presentados en los antecedentes y discusión del tema como modelos de ayuda para que el emprendimiento comercial sea una prioridad en la provincia del Carchi, ya que este elemento en los últimos años se ha visto estancado en esta zona por falta de apoyo gubernamental, asesoría técnica y financiamiento para los pequeños agricultores.

2.- Antes de realizar un diagnóstico detallado es importante aplicar los instrumentos de investigación correctamente como el cuestionario, el mismo que fue aplicado a la técnica de la entrevista la cual permitió identificar los elementos necesarios para determinar el desarrollo de las variables de la investigación como son la oferta exportable y la competitividad de los productos de la provincia del Carchi para lograr un criterio más amplio y definido.

3.- Para el análisis de las variables tanto dependiente como independiente se recomienda tomar en cuenta la técnica de investigación cualitativa como la entrevista ya que este elemento constituye un mecanismo de conocer con mayor criterio formado las opiniones de profesionales, los cuales a través de su experiencia pueden brindar una mayor información más efectiva para el desarrollo de la investigación.

4.- Se recomienda que para este tipo de estudios los análisis comparativos siempre se los debe de realizar tomando en cuenta datos históricos entre la oferta exportable y la comercialización de los productos, por lo que dichos datos determinan el nivel de comportamiento y tendencia que pueden presentar el análisis de las variables de investigación.

5.3 Referencias Bibliográficas

- Aguilar, V. (2014). *Estrategias para incrementar la oferta exportable ecuatoriana de cacao con certificación orgánica, al mercado Francés*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2804/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-102.pdf>
- Aguirre, F. (2014). *Diseño del observatorio del emprendimiento para la dirección de desarrollo de Mypimes y emprendimiento de la subsecretaría de desarrollo de Mypimes y artesanías del Ministerio de Industrias y Competitividad*. Obtenido de http://repositorio.upacifico.edu.ec/bitstream/40000/334/1/MBA_UPAC_27817.pdf
- Badii , M., & Guillen, O. (2014). Correlación No-Paramétrica y su Aplicación en la Investigaciones Científica. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(2), 31-40. Obtenido de <http://www.spentamexico.org/v9-n2/A5.9%282%2931-40.pdf>
- Bembibre C., (2011). Definición ABC. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/produccion-agricola.php>
- Botero, J. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. Obtenido de <file:///C:/Users/camila/Downloads/1343-Article%20Text-4390-1-10-20120806.pdf>
- Data Mining Techniques. (2015). *FACTORES de ÉXITO de un EMPRENDIMIENTO*. Obtenido de Espiritu Emprendedor: http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/articulo_tec_empresa_rial.pdf
- Delgado, B. (2016). *Cultura organizacional y emprendimiento en las asociaciones campesinas de la Zona de Integración Fronteriza Colombo-Ecuatoriana*. Obtenido de <file:///C:/Users/camila/Downloads/624-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1738-1-10-20150428.pdf>
- Delgado D., & Chávez. G. (2018). “Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento” *Revista de Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>

- GAD Carchi. (2010). Líneas prioritarias para el desarrollo integral. *Líneas prioritarias para el desarrollo integral*.
- Garcia, V. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales de la Niñez y Adolescencia*, 13(2), 1221-1236. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/773/77340728046.pdf>
- Gerencie. (2014). *El Emprendimiento*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Iñaguazo, L. (2016). “ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE POLLO EN EL CANTÓN PASAJE A TRAVÉS DE UN MODELO ECONÓMICO PARA EL AÑO 2013”. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/5112/1/TUACE-2016-EC-CD00001.pdf>
- Jimenez Coronado, A., & Hernandez Palma, H. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos. *Revista LOGOS CIENCIA & TECNOLOGÍA*, 10(2). Obtenido de <file:///C:/Users/Downloads/462-3133-3-PB.pdf>
- Lerma Kirchner, A. & Marquéz Castro, E., (2010), Comercio y Marketing Internacional, recuperado de: <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional.pdf>
- Montalvo, C. (2016). *Disertación previa a la obtención del título de economista*. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12429/Tesis_Montalvo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pascale, R. (2012). *Teoria de las finanzas*. Obtenido de http://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/sadaf/xxxi_jornadas/xxxi-j-pascale.pdf

- Pérez J., & Gardey. A, (2010). Definición de demanda. Obtenido de (<https://definicion.de/demanda/>)
- Pérez J., & Gardey. A, (2012). Definición de proceso. Obtenido de (<https://definicion.de/proceso/>)
- Pérez J., & Gardey. A, (2013). Definición de exportación. Obtenido de (<https://definicion.de/exportacion/>)
- Pérez J., & Gardey. A, (2016). Definición de valor agregado. Obtenido de (<https://definicion.de/valor-agregado/>)
- Pérez J., & Gardey. A, (2019). Definición de fuente de financiamiento. Obtenido de (<https://definicion.de/fuente-de-financiamiento/>)
- Ramirez, A. K. (15 de julio de 2014). *Mercados Internacionales*. Obtenido de https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz=1C1CHBH_esEC690EC690&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=Para+participar+en+el+mercado+internacional+basta+con+contar+con+una+necesidad+la+cual+una+empresa+del+extranjero+sepa+satisfacer+de+forma+%C3%B3ptima
- Requelme, N., & Bonifaz, N. (2012). CARACTERIZACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCCIÓN LECHERA DE ECUADOR. *LA GRANJA*, 15(1).
- Salazar, A. (2016). Haciendas y campesinos lecheros en el Carchi (Andes húmedos del norte del Ecuador): dinámica productiva y comparación de los resultados técnicos y económicos. *Revista Geografía Agrícola*, 57(8), 7-25.
- Sanchez, D. (2014). *ANÁLISIS DEL EMPRENDEDOR Y DEL EMPRENDIMIENTO DE ÉXITO EN EL ECUADOR PARA INCENTIVAR LA CREACIÓN DE UNA RED DE INVERSIONISTAS ÁNGELES EN QUITO*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5380/T-PUCE-5607.pdf>

VI ANEXOS

Anexo 1 Exportación de productos del Carchi

Nombre	Persona Natural Jurídica	Producto que produce	Empresa exportadora	Volumen exportación	Lugar de destino
Jorge Aníbal Ruiz Quintero	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Verónica Aide Serrano Lara	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Edison Augusto Becerra Prado	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Segundo Bairito Suarez	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Maria Baidalita Suárez Bernardo	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Luis Alfonso Borja Reyes	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Angelita Lucrecia Bernardo Reyes	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
William Miguel Velásquez Portilla	Natural	Fréjol	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia
Byron José Espinosa Chala	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Rodrigo Vicente Portilla Velásquez	Natural	Fréjol	No exporta		Ninguno
Segundo Medardo Pineda Espinosa	Natural	Fréjol	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia
Laureano Benavides Valencia	Natural	Mango	No exporta		Ninguno
Jesús Edmundo Mora Cerón	Natural	Mango	No exporta		Ninguno
Oscar Audelo Mora Mora	Natural	Mango	No exporta		Ninguno
Vivero Alonso Tadeo	Natural	Mango	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia
Milevin Export Import	Jurídica	Plátano	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia
Santiago Xavier Paspuel Castillo	Natural	Plátano	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia Perú
Wilson Napoleón Enríquez	Natural	Limón	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia
Expoecuamundi S.A	Jurídica	Limón	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia
Uyamafarms	Jurídica	Aceite aguacate	Si exporta	Grandes cantidades	Colombia

Fuente: *Agrocalidad (2011)*

ENTREVISTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Objetivo: Determinar la incidencia que tienen el emprendimiento comercial en la oferta exportable de la provincia del Carchi.

NOMBRE _____

PROFESIÓN _____

FECHA _____

CUESTIONARIO.

1.- ¿Desde su punto de vista que incidencia piensa usted que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi?

2.- ¿Por qué los emprendimientos en la provincia del Carchi no ha tenido un mayor crecimiento en relación a las demás provincias del país?

3.- ¿De acuerdo a su opinión explique cuales empresas de la provincia del Carchi cree usted que tienen la oportunidad de exportar sus productos a mercados internacionales?

4.- ¿Según su criterio, explique si la provincia del Carchi está cumpliendo con la política nacional del cambio de la matriz productiva, en cuanto a los emprendimientos y a la exportación de sus productos?

5.- ¿Qué recomendaciones usted brindaría a los emprendedores de la provincia para que la producción y comercialización de sus productos sean innovadores y tengan valor agregado?

6.- Al realizar un análisis general de la oferta exportable de la provincia del Carchi ¿Según su opinión explique las razones si el mercado de esta provincia se encuentra preparado para competir?

7.- ¿Cómo piensa usted que ayudaría a dinamizar la economía de la provincia Carchi en los distintos sectores comerciales que existen y que recomendaciones propondría usted, para que los productos de dichos sectores de la economía ecuatoriana sean más competitivos en el mercado local e internacional?

8.- ¿Según su criterio como analiza usted la demanda y oferta del sector agrícola y ganadero de la provincia del Carchi y su competitividad en el mercado de Colombia?

FIRMA

Anexo 3 Respuestas de los entrevistados

Entrevista 1

Nombre: Verónica Pozo

Funcionario del GAD Carchi

1.- ¿Desde su punto de vista que incidencia piensa usted que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi?

Existe normativa y leyes que los productores en su mayoría desconocen, ejemplo la última resolución de Agrocalidad #038, que exige Buenas Prácticas Agrícolas.

La incidencia es baja porque existen muy pocos ejemplos UYAMA FARMS que exporta aguacate y aceite.

Existe muy poca incidencia en promover productos de exportación.

2.- ¿Por qué los emprendimientos en la provincia del Carchi no ha tenido un mayor crecimiento en relación a las demás provincias del país?

Existe poca oferta exportable, los productos que se pudiesen exportar son pocos ejemplos: café, aguacate tipo haza, mango, guanábana, granadilla.

No existe trazabilidad en los productos no cuentan con una ficha técnica del proceso de producción.

Existe poco incentivo del gobierno en cuanto a financiación, técnicas, especializada.

3.- ¿De acuerdo a su opinión explique cuales empresas de la provincia del Carchi cree usted tiene la oportunidad de exportar sus productos a mercados internacionales?

Milma, Mondel, Ullamafarms, Fedefrunar, Federación de granos andinos del norte.

4.- ¿Según su criterio, explique si la provincia del Carchi está cumpliendo con la política nacional del cambio de la matriz productiva, en cuanto a los emprendimientos y a la exportación de sus productos?

Se está cambiando paulatinamente, ejemplo: reemplazo de cultivos de ciclo corto como el frejol, el tomate, hortalizas, por frutales como aguacate, mango, cítricos, mora, en el caso de los lácteos, es muy débil debido a enfermedades.

5.- ¿Que recomendaciones usted brindaría a los emprendedores de la provincia para que la producción y comercialización de sus productos sean innovadores y tengan valor agregado?

- 1.- Solicitar apoyo e inversión en investigación de mercados.
- 2.- Capacitación en visión empresarial, análisis de costos de producción y análisis de competitividad.
- 3.- Planificación e implementación del marketing mix
- 4.- Retroalimentación y definición de estrategias.

6.- Al realizar un análisis general de la oferta exportable de la provincia del Carchi ¿Según su opinión explique las razones si el mercado de esta provincia se encuentra preparado para competir?

Pienso que la oferta exportable de la provincia del Carchi se ha visto estancada por la falta de circulante dentro del comercio de la provincia, ya que la mayoría de personas prefieren realizar sus compras los fines de semana a la ciudad de Ipiales, por el factor precio, ya que esta situación se ha venido dando desde hace ocho años a otras por la devaluación del peso colombiano.

7.- ¿Cómo piensa usted que ayudaría a dinamizar la economía de la provincia Carchi en los distintos sectores comerciales que existen y que recomendaciones propondría usted, para que los productos de dichos sectores de la economía ecuatoriana sean más competitivos en el mercado local e internacional?

Pienso que si los productores de la provincia del Carchi trabajaran en forma conjunta les ayudaría a que sus beneficios económicos crezcan significativamente, ya que la ciudad de Ipiales como la ciudad de Tulcán en la mayoría de la venta de los productos trabajan de

forma informal, generando la falta competitividad en esta zona fronteriza por lo que las ventas en los últimos años han sido relativamente bajas.

8.- ¿Según su criterio como analiza usted la demanda y oferta del sector agrícola y ganadero de la provincia del Carchi y su competitividad en el mercado de Colombia?

Debido a que en la provincia del Carchi no existen empresas industriales, pienso que la competitividad de los productos sigue siendo baja, ya que dichos productos son más consumidos para consumo interno más no para vender internacionalmente.

Entrevista 2

Nombre: Leiver Ruano

Funcionario de Agrocalidad

1.- ¿Desde su punto de vista que incidencia piensa usted que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi?

En emprendimiento privado de productos como el aguacate ha hecho que se incremente hectáreas de producción pero son muy pocos estos tipos de emprendimiento, empresas que han conseguido esta meta, en el caso de que surjan más empresas de este tipo lo que se conseguiría es incremento de hectáreas, mano de obra, mejora de ingresos y calidad de vida.

Se debe buscar alternativas para mejorar la situación y es ahí donde se topa el tema del emprendimiento comercial; se han hecho algunos esfuerzos y en algún momento existieron ventanillas únicas para el emprendimiento y también cooperación internacional; pero solo han implementado por lapsos cortos de tiempo es decir mientras dura el proyecto y no han tenido continuidad.

2.- ¿Por qué los emprendimientos en la provincia del Carchi no ha tenido un mayor crecimiento en relación a las demás provincias del país?

Porque no existe un lugar o sitio donde se pueda asesorar, orientar y conformar a través de un proyecto plan y modelo de negocios.

Falta de acceso a crédito y si existe las tasas son muy altas.

3.- ¿De acuerdo a su opinión explique cuales empresas de la provincia del Carchi cree usted que tienen la oportunidad de exportar sus productos a mercados internacionales?

Huyama Farms; producción de aceite de aguacate.

Empresas del Valle; produce pulpa y jugos de frutas.

4.- ¿Según su criterio explique si la provincia del Carchi está cumpliendo con la política nacional del cambio de la matriz productiva, en cuanto a los emprendimientos y a la exportación de sus productos?

La provincia ya ha iniciado con el proceso de cambio de la matriz productiva en el sector lácteo, pero lo que se quiere exportar y aprovechar es la cadena de frutales por cuanto existe un volumen de producción que puede ser viable.

5.- ¿Que recomendaciones usted brindaría a los emprendedores de la provincia para que la producción y comercialización de sus productos sean innovadores y tengan valor agregado?

Que partan o inicien un proyecto de emprendimiento de la necesidad de las personas y asegurar su comercialización identificando el mercado objetivo para que la comercialización de los productos se lo realice de manera correcta.

6.- Al realizar un análisis general de la oferta exportable de la provincia del Carchi ¿Según su opinión explique las razones si el mercado de esta provincia se encuentra preparado para competir?

Pienso que todo negocio que se emprenda en cualquier provincia el emprendedor debe de estar preparado para competir y ofrecer su producto en el mercado, la falta de motivación y de empoderamiento de los productores y empresas les ha hecho débiles de afrontar la comercialización a mercados internacionales.

7.- ¿Cómo piensa usted que ayudaría a dinamizar la economía de la provincia Carchi en los distintos sectores comerciales que existen y que recomendaciones propondría

usted, para que los productos de dichos sectores de la economía ecuatoriana sean más competitivos en el mercado local e internacional?

Las autoridades locales y provinciales así como gubernamentales deben de reunirse para buscar estrategias de mejoramiento en cuanto al comercio de la provincia, ya que en los últimos años se ha visto estancado por la devolución del peso colombiano, es por ello que se debería fomentar la ayuda gubernamental a través del financiamiento y asesoramiento técnico para que los productores vendan sus productos de manera competitiva.

8.- ¿Según su criterio como analiza usted la demanda y oferta del sector agrícola y ganadero de la provincia del Carchi y su competitividad en el mercado de Colombia?

Hay productos muy importantes que se cultivan dentro de la provincia del Carchi como la papa, leche, cebolla, sin embargo estos no han sido explotados al máximo por la falta de apoyo gubernamental e iniciativa de los pequeños agricultores de esta zona, lo que esto ha impedido que la provincia del Carchi sea competitiva a nivel local e internacional.

Entrevista 3

Nombre: Edison Paguay

Funcionario de Magap

1.- ¿Desde su punto de vista que incidencia piensa usted que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi?

La provincia tiene una gran crisis comercial frente al déficit cambiario, tenemos una moneda que no es nuestra el dólar, que ha permitido una estabilidad económica a nivel macroeconómico, pero a nivel microeconómico en las provincia de Carchi, Sucumbíos, Loja, El Oro y Zamora, existe una depresión comercial por el déficit cambiario; tanto en Colombia como en Perú es más fácil producir así como importar insumos para hacer productos terminados y venderlos o exportar.

Hay que tomar una política de estado en lo que se refiere a los emprendimientos en frontera, ya lo han hecho si los gobiernos locales tanto el gobierno provincial como los gobiernos municipales estos han hecho esfuerzos por desarrollar los emprendimientos, pero siempre falta el apoyo nacional y en este tema es donde caen las propuestas.

La prefectura y otras instituciones han puesto énfasis en el café que es un producto que ha tenido un buen desarrollo a manera de emprendimiento. Nuestros terrenos son aptos para producir buen café, de altura, gourmet; que se debería incentivar más para que no solo se vaya en grano sino que se lo procese y se tenga un valor agregado para poder exportarlo. Existe una exportación hacia el continente Asiático a través de una empresa que compra el grano, le pone su marca y lo importa hacia el otro continente.

El producto se sabe que es ecuatoriano y es producido en la provincia del Carchi, específicamente en las parroquias Maldonado Chical, Gualchan, Jijón Camayo.

También tenemos productos como el aguacate, el mango que ya se lo está exportando y hay incentivos para producir jugos, ahí es donde se debe ingresar con el emprendimiento. El

emprendimiento comercial es donde se comercializa tanto en el interior como al exterior es ahí donde se debería implementar una exportación en estos productos.

2.- ¿Por qué los emprendimientos en la provincia del Carchi no ha tenido un mayor crecimiento en relación a las demás provincias del país?

No habido el incentivo, se han olvidado de las fronteras, la constitución protege a las fronteras por lo tanto debe haber políticas prioritarias hacia esos sectores, pero han sido netamente olvidadas.

En el caso de ciudades como: Ambato hay un parque industrial ya había uno y se construyó otro en donde se ha dado prioridad a la situación manufacturera, en este momento se están produciendo vehículos, ensamblando vehículos, entonces se ha dado este énfasis en esa propuesta. En Cuenca se construyó una zona de desarrollo para línea blanca, se producen: neveras, cocinas, microondas, eso genera trabajo.

Mucho se ha pedido que se dé algo en la provincia del Carchi, se construyó una zona de desarrollo en Imbabura que prácticamente no funcionó, porque nunca entro en funcionamiento donde se tenía previsto la situación de farmacéutica, la idea era que el Carchi se convirtiera en proveedor para hacer leche en polvo, también proveedor de almidón de papa que es utilizado en la medicina en las patillas, eso no ha dado resultado, nunca entro en funcionamiento entonces no habido el apoyo estatal.

3.- ¿De acuerdo a su opinión explique cuales empresas de la provincia del Carchi cree usted que tienen la oportunidad de exportar sus productos a mercados internacionales?

Situación agrícola como el café y el aguacate, que ya hay un producto que se lo vende en Mira que es el aceite de aguacate gourmet internacional, que también se exporta, el mango que también se lo podría industrializar y exportar, estos podrían tener un mercado para la exportación; en el tema textil no hay un desarrollo dentro de la provincia, hace un tiempo hubo la exportación de sabanas de calidad pero se vio truncado frente al diferencial

cambiario que hace que nuestro producto sea más caro que el que se produce en otras zonas, esto en lo agrícola.

En algún momento se pensó en la producción de vodka de la papa consumo y exportación. Todo dependería de una ley de desarrollo fronterizo para que las industrias vengan se instalen, se industrialicen, se de valor agregado y la comercialización.

4.- ¿Según su criterio explique si la provincia del Carchi está cumpliendo con la política nacional del cambio de la matriz productiva, en cuanto a los emprendimientos y a la exportación de sus productos?

Se ha hecho esfuerzos para apoyar este cambio, pero es una política nacional que requiere de inversión nacional e inversión privada. La prefectura hizo una matriz insumo producto que se la presento al gobierno y a los ministerios para que vean en que productos somos potenciales agrícolas, productos manufacturados, textiles en donde tenemos potencia para poder explotar a nivel nacional y exportar.

El cambio de la matriz productiva es el paso de ser productores ha industrializarlos y poder darles un valor agregado, pero lo que falta aquí no es cuestión de los gobiernos locales sino básicamente del gobierno nacional.

5.- ¿Que recomendaciones usted brindaría a los emprendedores de la provincia para que la producción y comercialización de sus productos sean innovadores y tengan valor agregado?

Dentro de las últimas campañas todos los candidatos y ahora las nuevas autoridades ya posesionadas hablaron del apoyo a los emprendimientos, entonces hay que aunar esfuerzos para que se cumpla con estas promesas, por ejemplo la prefectura tiene un centro de desarrollo empresarial, donde se va a fortalecer los emprendimientos, el Cantón Tulcán la municipalidad también tiene planes desarrollo a emprendimientos.

Creo que en época de crisis salen mejores ideas, la gente debe capacitarse, el peor error de un emprendedor es pensar que todo lo que vende es su ganancia y no conoce cómo administrar sus recursos. Todos tienen una idea que si se desarrolla de forma adecuada puede dar buenos frutos.

También el paternalismo de que todo tiene que regalarme para poder salir y cuando ya se sale practicante no se puede subsistir.

6.- Al realizar un análisis general de la oferta exportable de la provincia del Carchi ¿Según su opinión explique las razones si el mercado de esta provincia se encuentra preparado para competir?

Pienso que al no existir apoyo gubernamental para el emprendimiento en la provincia del Carchi, los productores, no están preparados para competir en el mercado internacional, debido a que no existe una capacitación suficiente en temas de comercio exterior.

7.- ¿Cómo piensa usted que ayudaría a dinamizar la economía de la provincia Carchi en los distintos sectores comerciales que existen y que recomendaciones propondría usted, para que los productos de dichos sectores de la economía ecuatoriana sean más competitivos en el mercado local e internacional?

Pienso que el apoyo gubernamental es fundamental, ya que el mismo puede fijar políticas económicas que incentiven y beneficien al emprendedor y que los productos que se pretendan exportar sean a bajos costos y sin restricciones.

8.- ¿Según su criterio como analiza usted la demanda y oferta del sector agrícola y ganadero de la provincia del Carchi y su competitividad en el mercado de Colombia?

La provincia del Carchi tiene un sinnúmero de productos agrícolas y ganaderos que son buenos y que fácilmente puede exportar a mercados internacionales, la falta de asesoramiento a productores les ha limitado que su venta sea comercializada al exterior.

Dentro del desarrollo de la investigación se tomó en cuenta el levantamiento de la información estadística proporcionada por las fuentes de información secundaria como es la

institución de la Cámara de comercio del Carchi a través de la siguiente ficha, la misma que está compuesta por los siguientes elementos:

Entrevista 4

Nombre: Juan Solarte

Funcionario de Aduana

1.- ¿Desde su punto de vista que incidencia piensa usted que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi?

La incidencia que tiene el emprendimiento comercial en la oferta exportable de los productos de la provincia del Carchi de lo ha podido determinar en investigaciones como es la matriz insumo producto en la provincia cuyos resultados muestran oportunidad, un tema que lo podríamos explotar desde el punto de vista técnico y luego de eso vender el cuero transformado en productos terminados como chompas, zapatos, carteras, porque la problemática en este sector es que se obtiene el cuero del ganado lo adquieren personas de afuera y se lo llevan a otras provincias solo es decir solo estamos haciendo la materia prima

2.- ¿Por qué los emprendimientos en la provincia del Carchi no ha tenido un mayor crecimiento en relación a las demás provincias del país?

Pese a que en los gobiernos locales, municipios y prefectura ha existido la ayuda necesaria, sin embargo el apoyo desde el gobierno central, no ha existido una política pública que le permita al emprendimiento mejorarlo, por lo que hay una ley en esta actividad que no tiene su reglamento, mientras no haya reglamento la ley no entra en funcionamiento.

3.- ¿De acuerdo a su opinión explique cuales empresas de la provincia del Carchi cree usted que tienen la oportunidad de exportar sus productos a mercados internacionales?

En los lácteos porque se produce buena leche, existe una productora Alpina, el Quisoco en Montufar ahí se produce el queso que se va a todo el Ecuador, nuestra leche es captada para producir queso de diferentes tipos, mientras que en el sector de Ambato, Latacunga, ahí es la leche que se distribuye como consumo entera, descremada semidescremada, una idea de exportación para nuestra leche podría ser la leche en polvo.

4.- ¿Según su criterio explique si la provincia del Carchi está cumpliendo con la política nacional del cambio de la matriz productiva, en cuanto a los emprendimientos y a la exportación de sus productos?

Se ha capacitado, en el tema agrícola el mejor ejemplo de estas capacitaciones que dieron resultado es el café cuya exportación se hizo posible porque se le da un valor agregado; pero hay otros en los que nos hemos quedado por el tema de solo producir materia prima, y no hay transformación.

Hay que esperar que las leyes y el gobierno ayuden para que haya ese incentivo hacia la producción.

5.- ¿Que recomendaciones usted brindaría a los emprendedores de la provincia para que la producción y comercialización de sus productos sean innovadores y tengan valor agregado?

Pienso que el emprendedor debe guiarse por medio de capacitaciones y establecer su producto su idea en firme y luego conseguir el recurso, y aquí también viene el apoyo del gobierno con créditos blandos con flexibilidad, con el reglamento a la ley de desarrollo fronterizo se pueden abrir puertas para que los emprendedores puedan ingresar a ese tipo de recursos a través de los créditos y se los ponga en marcha.

6.- Al realizar un análisis general de la oferta exportable de la provincia del Carchi ¿Según su opinión explique las razones si el mercado de esta provincia se encuentra preparado para competir?

La preparación de un buen comerciante se verá reflejado en la forma de comercializar sus productos por lo que cada persona que emprende algo y quiere vender el producto a un determinado mercado debe de estar preparado para afrontar cualquier obstáculo que se le pueda presentar antes, durante y después de la negociación.

7.- ¿Cómo piensa usted que ayudaría a dinamizar la economía de la provincia Carchi en los distintos sectores comerciales que existen y que recomendaciones propondría usted, para que los productos de dichos sectores de la economía ecuatoriana sean más competitivos en el mercado local e internacional?

El trabajo en asociatividad es importante ya que este trabajo se lo utiliza más en las zonas rurales de la provincia del Carchi con los pequeños agricultores de esta zona, ya que de ellos depende mucho el desarrollo local y sostenible de una economía en lo que respecta al fomento de la agricultura.

8.- ¿Según su criterio como analiza usted la demanda y oferta del sector agrícola y ganadero de la provincia del Carchi y su competitividad en el mercado de Colombia?

Durante los últimos años han existido variaciones de la demanda y oferta de producto en la provincia del Carchi por varios factores como el económico, donde la devaluación del peso colombiano ha ocasionado que algunos productos y mercados de bienes de la provincia del Carchi no sean competitivos a nivel local e internacional.

Anexo 4 Sugerencias para comenzar un negocio nuevo

Para poder empezar con un negocio, a continuación, se detallan algunas recomendaciones para poder tener éxito en el emprendimiento:

1. Comprar un negocio en marcha es menos riesgoso que iniciar uno nuevo
2. Iniciar con un concepto de un negocio de un producto o servicio que no exista en el mercado local.
3. Se puede empezar a pequeña escala, no arriesgar mucho de tal manera que no tendrá que perder si falla.
4. Inicialmente mantener costos mínimos hasta lograr el punto de equilibrio. (No contratar a nadie que no se pueda utilizar a tiempo completo)
5. No ceder a la tentación al aparecer los primeros signos de éxito

Adicional a esta situación a continuación se mencionan ciertas estrategias para implementar el negocio empresarial en la provincia las cuales son las siguientes:

1. Estrategias de desarrollar el negocio gradualmente, minimizando todo tipo de riesgos. Es decir, empezar con un emprendimiento con poca inversión, y poco a poco realizar el fortalecimiento del negocio.
2. Estrategia de primero aprender a vender, considerado como el elemento más importante para el desarrollo del emprendimiento
3. Estrategia de conocer muy bien el negocio antes de comenzar, estableciendo detalladamente los pormenores del funcionamiento de la actividad a desarrollar.
4. Estrategia de ahorrar antes que endeudarse, arriesgar únicamente el capital propio y limitar al máximo el endeudamiento.
5. Estrategia de tener un socio



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CUARÁN PINTO FRANKLIN RAMÓN

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401586870

NIVEL/PARALELO: EGRESADO

PERIODO ACADÉMICO: ABRIL-AGOSTO 2019

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

"EL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL Y LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA OFERTA EXPORTADORA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO

LECTOR: MSC. VALLEJO AYALA JOSÉ LUIS

ASESOR: MSC. GARCÍA REVELO LUIS RAMIRO

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 12

FECHA: miércoles, 28 de agosto de 2019

HORA: 15h00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,60


2) Trabajo escrito 2,40

Nota final de PRE DEFENSA 8,00

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el miércoles, 28 de agosto de 2019


MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO
PRESIDENTE


MSC. GARCÍA REVELO LUIS RAMIRO
TUTOR


MSC. VALLEJO AYALA JOSÉ LUIS
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones