

**OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA DE LA
UNIVERSIDAD DE OTAVALO; INSTITUCIÓN ACADÉMICA – INVESTIGATIVA EN
TIEMPOS DE SARS-COV-2**

**OBSERVATORY OF FOREIGN TRADE AND FOREIGN INVESTMENT OF THE
UNIVERSITY OF OTAVALO; ACADEMIC INSTITUTION - RESEARCH IN TIMES OF
SARS-COV-2**

Lidia Inés Díaz Gispert, Ph.D.

 <https://orcid.org/0000-0002-3781-0483>

Universidad de Otavalo, Otavalo, Ecuador.

ldiaz@uotavbalo.edu.ec

Johanna Morocho Teran, Mgtr.

 <https://orcid.org/0000-0002-2399-7208>

Universidad de Otavalo, Otavalo, Ecuador.

jmoroch@uotavalo.edu.ec

Jesús González Alonso, Ph.D.

 <https://orcid.org/0000-0001-6761-6588>

Universidad de Otavalo, Otavalo, Ecuador.

jgonzalez@uotavalo.edu.ec

Marcelo Valdospinos Balda, Mgtr.

 <https://orcid.org/0000-0002-9354-6373>

Universidad de Otavalo, Otavalo, Ecuador.

mvaldospinos@uotavalo.edu.ec

ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

Recibido: 30 de julio de 2021

Aceptado: 8 de septiembre de 2021

RESUMEN

Desde marzo del 2019, Ecuador enfrenta una de las crisis sanitarias y económicas más profundas de su historia, comprometiendo el cumplimiento de la Agenda 2030. Este nuevo escenario global, crea la necesidad en la academia de tomar medidas urgentes y evaluar sus impactos. La Universidad de Otavalo, ubicada en la sierra norte del Ecuador, región conocida internacionalmente por sus exportaciones de textiles y artesanías, actividades que poco a poco fueron tomando un desenvolvimiento creciente, sin una orientación legal, jurídica y profesional, pero que ahora están deprimidas; se propuso desde la óptica del perfeccionamiento de las funciones sustantivas de la educación superior, encontrar una alternativa viable para frenar el impacto económico de las pequeñas y medianas empresas, creando el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, como centro académico - investigativo de expansión sostenible del conocimiento en tiempos de Sars-Cov-2, cuyo objetivo es la promoción de asesoría técnica y especializada a las Pymes otavaleñas de

comercio y exportación. Se utilizó un diseño descriptivo no experimental, y una muestra estratificada de 704 personas. El cuestionario se validó a través de la técnica juicio de expertos y su fiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach fue 0,82. Los resultados afianzan al OCEI como un producto académico investigativo sobre temas de comercio internacional en un contexto de crisis sanitaria.

Palabras claves: sostenibilidad, pandemia, comercio exterior, responsabilidad social universitaria

ABSTRACT

Since March 2019, Ecuador has faced one of the deepest health and economic crises in its history, compromising compliance with the 2030 Agenda. This new global scenario creates the need for academia to take urgent measures and evaluate their impacts. The University of Otavalo, located in the northern highlands of Ecuador, a region known internationally for its exports of textiles and handicrafts, activities that little by little were taking a growing development, without a legal, legal and professional orientation, but which are now depressed; From the perspective of improving the substantive functions of higher education, it was proposed to find a viable alternative to curb the economic impact of small and medium-sized companies, creating the Observatory of Foreign Trade and Foreign Investment, as an academic-research center for sustainable expansion of knowledge in times of Sars-Cov-2, whose objective is the promotion of technical and specialized advice to Otavalan SMEs in trade and exports. A non-experimental descriptive design was used, and a stratified sample of 704 people. The questionnaire was validated through the expert judgment technique and its reliability using Cronbach's alpha coefficient was 0.82. The results strengthen the OCEI as an academic research product on international trade issues in a context of health crisis.

Keywords: sustainability, pandemic, foreign trade, university social responsibility

INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad es la terminología que estudia y analiza la solución de las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer su solución a futuro, teniendo en cuenta los constantes cambios que enfrenta la humanidad. El término sostenibilidad toma en cuenta la dimensión económica, social y ambiental, básicamente. Desde finales del año 2019, el mundo se enfrenta a la pandemia Sars-Cov-2, provocándose una severa contracción económica a nivel planetario. Su rápida propagación y las medidas adoptadas por los gobiernos pueden derivar en serias consecuencias de largo plazo que repercutirían en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La irrupción del Sars-Cov-2 pasó factura a la ya débil economía del Ecuador, en un contexto de debilitamiento del comercio mundial, que se arrastra desde la crisis financiera de 2008-2009. Mientras que entre 1990 y 2007 el volumen del comercio de bienes se expandió a una tasa media del 6,2% anual, entre 2012 y 2019, lo hizo apenas a 2,3% anual. Asimismo, la participación de las exportaciones de bienes y servicios en el PIB mundial, que alcanzó su máximo histórico del 31% en 2008, desde 2015 se ha ubicado en torno al 28% (OMC, 2019).

Por otra parte, en la región existe una insuficiente información estadística e investigaciones sobre temas de comercio exterior para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a pesar de la existencia de entidades públicas y privadas dedicadas a esta actividad.

En los últimos 50 años se han creado observatorios sobre diferentes temas con el propósito de monitorear sistemáticamente a un sector específico. Según Leyba & Tabaras, (2011:182) “el observatorio es un centro de estudio, donde se reúnen varios especialistas para analizar, interpretar y reflexionar sobre un tema en particular de interés público, brindando información más fiable y competitiva a la sociedad”.

Rivera y Rubiano (2016) afirman:

El observatorio tiene como propósito la promoción, el desarrollo y la investigación de la economía social, cooperativa y solidaria como estándar de progreso económico con cohesión social, contribuyendo al desarrollo sostenible identificando los actores, cuantificando sus principales componentes, actualizando periódicamente sus principales datos, contribuyendo a la formación de los directivos, colaborando con iniciativas de innovación empresarial, promoviendo estudios e investigaciones sobre la economía social, cooperativa y solidaria, evaluando el sector, identificando y difundiendo los casos de buenas prácticas, el emprendimiento y la generación de empleo.(p.5)

Maiorano (2013:2) plantea “...la creación de observatorios es un fenómeno relativamente reciente que testimonia la creciente toma de conciencia de la necesidad de realizar de una manera permanente y sistemática la evaluación de una situación o de un fenómeno dado”

Los Observatorios de Ciencias Empresariales han tomado un alto posicionamiento a escala mundial, de ahí algunos de los ejemplos internacionales como es el observatorio Asia Pacífico con el apoyo de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), del Banco de Desarrollo de América Latina antes llamado Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Son instituciones sin fines de lucro porque buscan el bienestar de la sociedad y del país.

En Ecuador existen varias instituciones de educación superior con observatorios de diferentes modalidades. Tal es el caso de la Universidad Técnica Particular de Loja, con su

Observatorio Regional, cuyo propósito es generar y difundir información y conocimiento sistemático al alcance de la sociedad, que permita una mejor comprensión de los diversos contextos territoriales del país, con especial atención en la Zona de Planificación 7, conformada por las provincias El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.

El Observatorio Nacional, que monitorea la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a nivel local y nacional, a través de la recopilación de información estadística confiable e indicadores cualitativos que visibilicen las realidades locales, con el fin de fortalecer el proceso de toma de decisiones y la generación de evidencias. El Observatorio Económico Social del Ecuador, que constituye un insumo desarrollado por el Centro de Investigaciones Económicas y el Centro de Desarrollo Social Aplicado de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), para el análisis del mercado laboral ecuatoriano, contribuyendo a la detección de posibles temas de investigación para la academia y el país.

El Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo (OESCJ) de la Universidad Técnica Equinoccial (UTE), espacio académico para generar información, y debate sobre la Economía Solidaria y el Comercio Justo, mediante la gestión, investigación y vinculación con la sociedad, favoreciendo el desarrollo integral del ser humano, y el respeto a la naturaleza.

La necesidad de observar, caracterizar y valorar objetivamente los procesos de sostenibilidad en sus tres aristas, teniendo en cuenta las alteraciones económicas, políticas, sanitarias, entre otras, conlleva a que estas instituciones deban ser sostenibles en el tiempo y sean actores básicos para el freno de pandemias, promocionando a los gobiernos, las empresas y los actores del desarrollo en general, buenas prácticas e iniciativas que integren la investigación, el desarrollo de sistemas de información, la educación y transferencia de conocimientos, articulando al mismo tiempo las dimensiones económica, social, ambiental y ética del desarrollo sostenible.

Imbabura, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Consta de 6 cantones, uno de ellos es Otavalo, con una población de 39.354 habitantes, lo que la convierte en la trigésima tercera ciudad más poblada del país. Otavalo es llamada capital intercultural del Ecuador, por ser el lugar de origen del pueblo Kichwa Otavalo, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica, llamado "La Plaza de Ponchos". Este espacio urbano, construido en 1972 se encuentra en semáforo rojo modificado, desde el 1 julio del 2020.

Otavalo cuenta además con una institución de educación superior, la Universidad de Otavalo, con una oferta académica acorde a las necesidades y requerimientos económicos y sociales del territorio, la cual desarrolla un proyecto de promoción social, basado en principios

éticos alineados al desarrollo sostenible y a la responsabilidad social universitaria, a través de la función sustantiva vinculación con la sociedad, logrando un cambio en el hacer y pensar de la comunidad, que apoyados en la expansión del conocimiento, logre fomentar actividades económicas sostenibles, generando una sociedad digna de saberes y conocimientos, en un ambiente de respeto, responsabilidad, igualdad e inclusión.

La dinámica económica que experimenta Otavalo en diferentes áreas, poco a poco fueron tomando un desenvolvimiento creciente, sin una orientación legal, jurídica y profesional, que estableciera los mecanismos de adaptación, y que ahora se encuentran deprimidas, como consecuencia de la pandemia y los constantes cambios y transformaciones del mercado para las exportaciones del país.

Conociendo esta realidad territorial, se crea el Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, (OCEI-UO) el 9 de febrero de 2021, amparado en artículo 350 y 385 de la Constitución de la República, así como en el literal f, del artículo 8, y los literales a, b, c, d, k del artículo 13 de la Ley Orgánica de Educación Superior, cuyo objetivo es:

Estudiar el comportamiento del comercio exterior, pues este, se constituye como un elemento decisivo para la competitividad de cualquier país, el cual esta intrínsecamente conectado con la formación académica del recurso humano nacional y las relaciones socioeconómicas colectivas. (Duque, 2013, p. 18)

Natal y Díaz (2014) clasifican a los observatorios académicos como una institución que busca en general entender un fenómeno o evaluar los resultados de una política pública; nutridos por una experticia importante ya que se sustentan en profesores y estudiantes interesados en temas en los que se realiza la observación y en paralelo, se apoyan en las capacidades organizativas y tecnológicas de las universidades. Uno de sus baluartes es que la autonomía universitaria los cobija y por ello pueden hacer un ejercicio de voz con mayor libertad que otro tipo de observatorios.

Dentro del contexto de la educación superior, los observatorios podrían ser las nuevas vías para la expansión del conocimiento, la innovación universitaria, la empleabilidad, el desarrollo sostenible de escenarios de aprendizajes para la ciudadanía global (McAuley et al., 2010; Moreno, S. G. 2015), contribuyendo a la inclusión social, la difusión del conocimiento y la innovación pedagógica, así como la internalización de las instituciones de educación superior (Teiceira, Mota, García, García, & De Marcos, 2016), en tiempos de pandemia.

Es también un lugar de creación común de conocimientos (Mañero, 2016) y como señala De La Torre (2013), llevan a reconocer la significación del aprendizaje informal en la sociedad moderna, que es cada vez más importante, puesto que en el mercado laboral es más ingente

demostrar la "capacidad para hacer nuevas cosas" en un entorno cambiante, en lugar de "las cosas que eres capaz de acreditar", abriendo un sendero para aprender y un camino de conexión y de colaboración (Visoto, 2013).

La academia juega un papel importante en la construcción de la sostenibilidad; incidiendo en la investigación y el vínculo con la sociedad, siendo así se establece como objetivo de esta investigación: Identificar el OCEI- UO como centro académico - investigativo de expansión sostenible del conocimiento en materia de comercio internacional.

METODOLOGÍA

Se cumple con los criterios de una investigación de carácter descriptiva no experimental. Se establece una matriz de información primaria con los pasos siguientes. (ver figura 1)

Caracterización de la UO y el OCEI en cuanto a ubicación geográfica, actividad comercial de la zona donde está enclavado, servicios a prestar por la institución para el crecimiento de la dinámica comercial, descripción como observatorio académico e investigativo, y su repercusión en el medio ambiente.

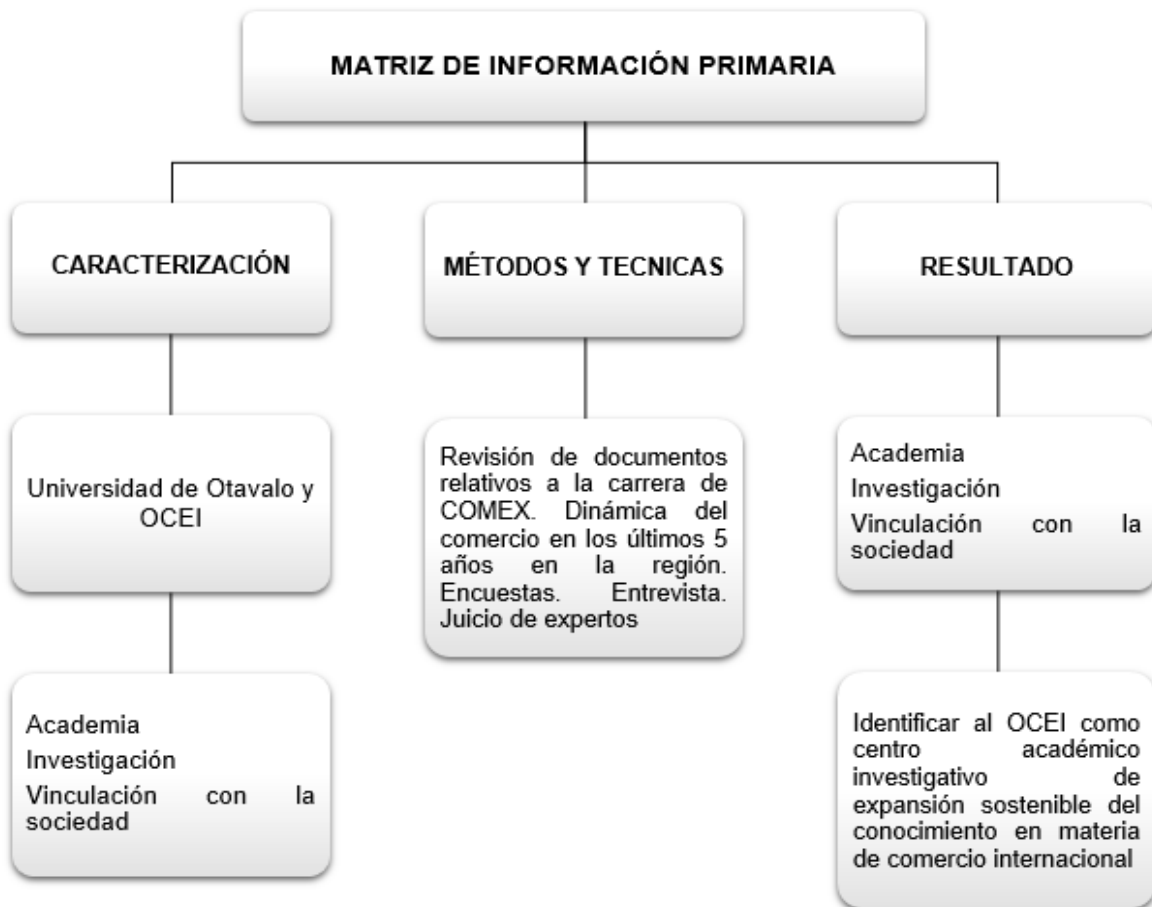


Figura 1. Matriz de información primaria. Fuente: Elaboración propia.

Revisión bibliográfica relacionada con el tema de autores extranjeros y nacionales, información estadística sobre la matrícula de las carreras de Licenciatura en Comercio Exterior, y Contabilidad y Finanzas, así como sus egresados, composición étnica y dinámica del comercio en la zona en los últimos 5 años.

Aplicación de encuestas en la Zona 1, (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos) con una población de 1 230 408 habitantes, (Senplades, 2015:16). Esta Zona se caracteriza por ser comercializadora, agropecuaria, petrolera, maderera y minera.

La muestra se seleccionó estableciéndose un listado de lugares considerados como áreas de acción; Tulcán, Huaca, Bolívar, Espejo, Montufar, Mira, Pimampiro, Ibarra, Urcuquí, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Cayambe y Pedro Moncayo; se analizó cada sector para definir si contaban con las características asociadas al objetivo de la investigación y se halló una muestra estratificada, encuestándose a 704 personas, luego se realizó una asignación proporcional según el tamaño poblacional de cada sector, considerando éstos como estratos, obteniéndose los resultados que se muestran en la tabla 1.

Tabla 1

Tamaño muestral según estratos.

ESTRATOS	NÚMERO DE ENCUESTAS
Tulcán	82
Otavalo	60
Cotacachi	117
Atuntaqui	107
Ibarra	215
Cayambe	123
Total	704

Fuente: Elaboración propia

El levantamiento de la información se realizó con el apoyo del coordinador de vinculación de la carrera de Comercio Exterior, autorizándose la ayuda de estudiantes de sexto y octavo nivel de las dos carreras los que recibieron capacitación al respecto.

Entrevistas a docentes de las carreras del área de las Ciencias Empresariales y personal administrativo de la universidad, (10). Esta técnica se aplica para recabar información sobre la situación actual de la UO y la dinámica de los resultados del OCEI, así como la conveniencia de identificar líneas estratégicas que coadyuven a la sostenibilidad del OCEI desde las funciones sustantivas de la educación superior.

Para el procesamiento de las encuestas se utilizó el paquete de programas estadístico SPSS, versión 23, que facilita el manejo y procesamiento de las encuestas realizadas mediante su codificación (Castañeda, Cabrera, Navarro, & Vries, 2010 :15).

Como resultado se obtuvo un análisis descriptivo de las respuestas dadas a cada pregunta en términos de promedio y desviaciones con respecto a éste. A efectos de la investigación la fiabilidad se obtuvo mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach (0,82), por lo que se considera alta; garantizando la precisión y confianza del análisis estadístico y en los resultados obtenidos (Kalla, 2009).

Tabla 2

Tabulación de datos.

	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6
Moda	1,0000	2,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
Desviación estándar	0,23702	0,42914	0,38361	0,49508	0,37505	0,28152
Mínimo	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el cálculo de la desviación estándar se demuestra que no existe alta variabilidad entre las respuestas con respecto al puntaje promedio, que estuvo representado por la Moda, medida descriptiva apropiada para datos medidos en escala nominal. Los resultados de la puntuación promedio fueron favorables.

Definir las líneas estratégicas para el logro de la sostenibilidad del OCEI, desde las funciones sustantivas de la educación superior.

La validación del cuestionario se efectúa a través de la técnica de juicio de expertos, (Almenara & Llorente, 2013) que constituye una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones (Morphol, J. 2017). Para el desarrollo de dicha técnica se realiza la visita y entrega directa de la documentación necesaria para el cumplimiento de la actividad, cuyos criterios permitirán mejorar el instrumento a aplicar en el estudio. Se logró seleccionar 7 expertos de 11 propuestos, teniendo en cuenta que:

- La Competencia del experto es Alta (A): Si $K_{comp} \geq 8$
- La Competencia del experto es Medio (M): Si $K_{comp} \leq 8$
- La Competencia del experto es Baja (B): Si $K_{comp} \leq 5$

Los resultados finales reflejan que de los expertos seleccionados cinco tienen un nivel de competencia alto y dos un nivel de competencia medio, los cuales se consideró incluirlos en el estudio por su experiencia y aportes a la investigación.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El resultado final de la investigación estuvo sustentado en el análisis de la información que arrojaron la aplicación de las encuestas y entrevistas respectivamente.

Tabla 3

Importancia del comercio.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	662	93,9%
NO	42	6,1%
Total	704	100%

Fuente: Elaboración propia

El 94% aproximadamente de los empresarios y los nuevos emprendedores están conscientes de la importancia que tiene el desarrollo del comercio en la región y solo un 6.1% no lo considera importante. Plantean que través del OCEI se posibilita la capacitación en actividades de comercio exterior e inversión extranjera de forma sostenida. Estas capacitaciones coadyuvan a crecer, expandirse e internacionalizar sus actividades comerciales y productivas, y estar al tanto para encontrar alternativas de mejoras de las condiciones de producción en sus empresas, porque es un factor decisivo en su desarrollo empresarial. Cada uno de los encuestados que manifestaron su necesidad de contar con un OCE ahora pasan a formar parte de sus futuros clientes, puesto que estas personas manifiestan sus necesidades en esta área, las cuales el observatorio deberá satisfacer. (ver Tabla 3)

Pese a que casi la totalidad de encuestados entienden la importancia de los procesos de comercio exterior e inversión extranjera para sus empresas, aproximadamente el 76% señala que carecen de información y asesoramiento constante con respecto a estos tópicos (ver tabla 4). Esto podría ser debido a la ausencia de organismos públicos o privados que brinden información técnica especializada permanente y también al desinterés y falta de políticas efectivas que ayuden a los empresarios en sus necesidades, todo ello implica un estancamiento de las empresas y en el peor de los casos un retroceso que no permite explotar el potencial de los productos ecuatorianos.

Tabla 4

Información sobre comercio exterior e inversión extranjera.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	171	24,3%
NO	533	75,6%
Total	704	99,9%

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las empresas encuestadas son comercializadoras y productoras de una gran variedad de productos, por lo que un 82 % de ellas necesitan materia prima para su producción, y casi la totalidad de estos insumos no se elaboran en el país (ver Tabla 3). Por otra parte, el sector textil pone especial énfasis en importaciones directas desde el exterior, principalmente de maquinaria y tecnología (26,3%) y en localidades como Cayambe que se caracteriza por la producción y exportación de flores, en productos químicos (6,19%), (ver tabla 5 y figura 2).

Tabla 5

Necesidad de importaciones de materias primas.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	578	82,0%
NO	126	17,9%
Total	704	99,9%

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, el OCEI analiza las posibles soluciones en mercados internacionales, abaratando costos, y asegurándose si el estado cuenta con relaciones internacionales en estos países que faciliten el ingreso de los diferentes artículos.

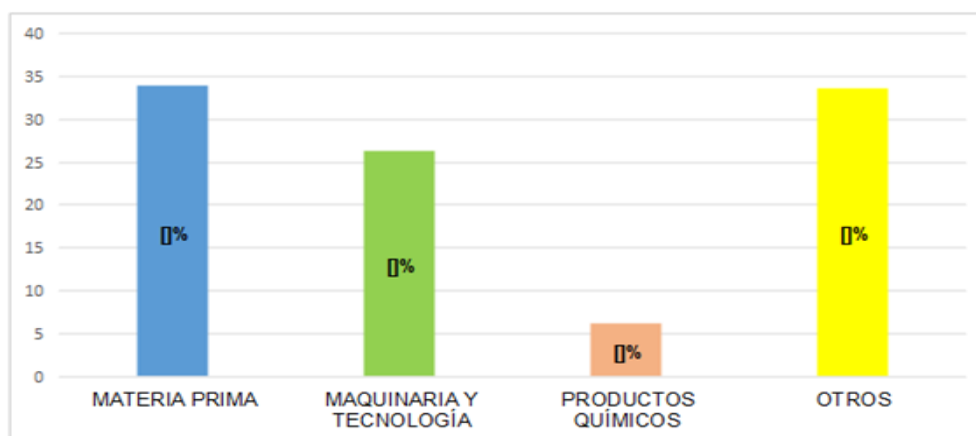


Figura 2. Los insumos necesarios para la producción de las empresas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Existencia de productos para exportar.

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	403	57,3%
NO	301	42,7%
Total	704	100%

Fuente: Elaboración propia

Además, el 57% de los encuestados plantean tener productos que pueden ser internacionalizados y llevados a nuevos mercados (ver tabla 6), evidenciándose la capacidad de crecimiento y expansión de empresas nuevas establecidas. Los textiles y cueros que representan el 53,16%, son el principal sector con potencial exportador, abarcando la mitad de la oferta exportable de la zona. Los artículos de madera, (16,71%) como muebles y las artesanías elaboradas en Otavalo y San Antonio de Ibarra ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente (ver Figura 3). Pese a que es un sector con historia exportadora, todavía existen pequeñas y medianas empresas que no tienen ese impulso económico o político para expandir su mercado de comercialización. Por tanto, con el observatorio se pretende ayudar a estos sectores brindando información en el ámbito de producción, comercialización y asesoramiento hacia la entrada y posicionamiento de nuevos mercados nacionales e internacionales.

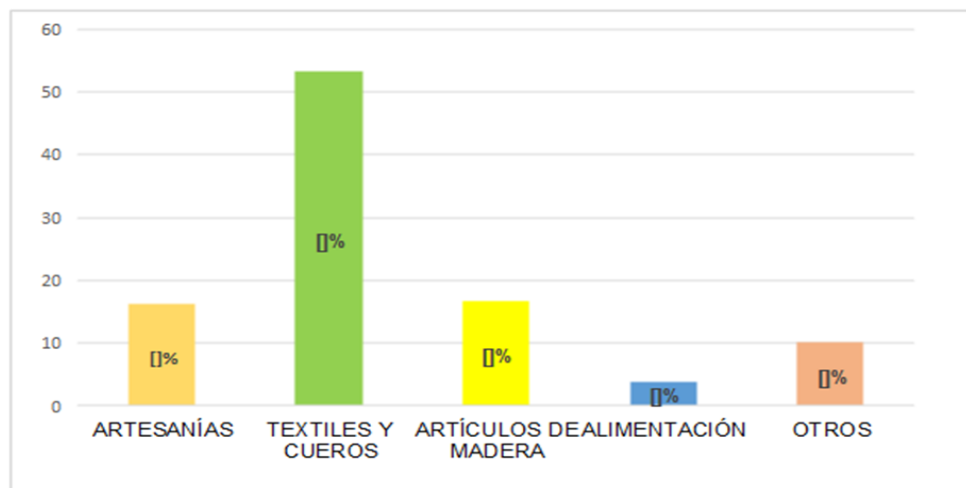


Figura 3. Productos más exportados. Fuente: Elaboración propia.

La inversión extranjera es un factor determinante para que empresas del norte de Ecuador mejoren y potencialicen su producción, así lo considera el 83.0% de los encuestados (ver Tabla 7).

Tabla 7

Inversión extranjera.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	585	83,0%
NO	119	16,9%
Total	704	99,9%

Fuente: Elaboración propia

Una inyección de capital, tecnología o conocimiento especializado se convertiría en el detonante para que las MIPYMEs, se posicionen estratégicamente en el mercado internacional, por lo que el observatorio deberá analizar este componente para brindar la información necesaria, buscando nuevos organismos que deseen involucrarse a estos sectores.

Además, el 91 % de las personas encuestadas señalan la importancia de las relaciones internacionales para las actividades de comercio exterior e inversión extranjera. Políticas que incrementen el intercambio comercial a través de tratados y convenios comerciales ayudarían a que los empresarios tengan un verdadero refuerzo en el crecimiento, expansión e internacionalización de forma sostenible de sus empresas. Con ayuda del OCEI, estas estarán en mejor posición respecto a las relaciones internacionales que el Estado ejecuta, se desarrollará un vínculo de acercamiento y colaboración con otros observatorios nacionales y de la región y se incursionaría en nuevos mercados.

Tabla 8

Relaciones internacionales.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	643	91,2%
NO	61	8,7%
Total	704	99,9%

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La entrevista contó con 8 preguntas, tres de las cuales estaban relacionadas con el conocimiento de las funciones, actividades y necesidad de un OCEI en tiempos de pandemia en la Zona Norte del país, sobre el comportamiento del mercado y sus desequilibrios, así como asesoría técnica sobre temas de comercio exterior e inversión extranjera, en las nuevas condiciones sanitarias nacionales e internacionales.

Además, dos preguntas (4 y 5) relacionadas con la colaboración del OCEI con las entidades públicas pues cuentan con información de las microempresas a las que les podrían favorecer y ellos servirían como intermediarios entre productores, comerciantes y personas interesadas en el comercio exterior, provocando la apertura a nuevos mercados. para exportar los productos nacionales e importar las maquinarias y materia prima que necesitan los productores, comerciantes y personas interesadas en el comercio exterior.

La siguiente pregunta muestra que solo una persona de los entrevistados conoce el costo de los asesoramientos que asumen los productores para realizar los procesos de exportación e importación. Finalmente, las dos preguntas restantes están relacionadas con la conveniencia, en época de pandemia, de contar en la zona con un OCEI, que brinde asesoría permanente y sostenible sobre temas de comercio exterior potencializando la inversión extranjera, y la identificación de sus líneas estratégicas.

Tabla 9

Potenciales clientes de Otavalo.

POTENCIALES CLIENTES	CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
Asociación de artesanos indígenas del mercado centenario. UNAIMCO	Calle Sucre y Salinas (ESQ) EC100450 Otavalo Contacto: (06) 292-4085 Arq. Humberto Lema	Entrevista	Exportación de artesanías
Cámara artesanal de Otavalo	Calle Sucre y Naciones Unidas, Edif: Federación de Barrios (Frente al hospital de Otavalo) Contactos: 062-925-677 0994204519	Entrevista	Exportación de artesanías Importación de materia prima.
60 negocios encuestados	Calle Antonio José de Sucre y Calle Bolívar	Encuesta	Exportación de artesanías Importación de materia prima

Fuente: Elaboración propia

Se logró detallar a los clientes potenciales del observatorio por zonas encuestadas, así como las futuras actividades que convertirán al OCEI -UO como centro académico - investigativo de expansión sostenible del conocimiento en materia de comercio internacional.

Tabla 10

Potenciales clientes de Ibarra.

POTENCIALES CLIENTES	CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
Cámara de comercio de Ibarra	Velasco 783 y Olmedo Contacto: (06) 295-5720	Entrevista	Capacitaciones de negocios internacionales
106 negocios encuestados	Av. Cristóbal de Troya. Av. Jaime Rivadeneira	Encuesta	93 negocios importan

Fuente: Elaboración propia

La ciudad de Ibarra cuenta con varios negocios comerciales. Se entrevistó al presidente de su Cámara de Comercio, dando a conocer la importancia que tiene la creación de una entidad de este tipo para la Zona norte del país. De manera similar en la parroquia de San Antonio perteneciente a Ibarra existen otros potenciales clientes que fueron encuestados y entrevistados.

Tabla 11

Potenciales clientes de San Antonio.

POTENCIALES CLIENTES	CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
Asociación interprofesional de San Antonio	Calle 27 de noviembre 1-121 y Daniel Reyes	Entrevista	Exportación de artesanías religiosas.
109 negocios encuestados	Calle 27 de noviembre Calle José de Sucre Plazoleta F. Calderón	Encuesta	Exportación de artesanías y muebles

Fuente: Elaboración propia

La Asociación de Artesanos de la localidad manifestaron sus necesidades y su interés por que exista un observatorio que brinde capacitación de forma estable y sostenible.

Tabla 12

Potenciales clientes de Cotacachi.

POTENCIALES CLIENTES	CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
117 negocios encuestados mirar lista en Anexos 17	10 de agosto	Encuesta	Importación de maquinaria Exportación de textiles en cuero

Fuente: Elaboración propia

Existen alrededor de 117 negocios que pueden tomarse como potenciales clientes, debido a que ellos tienen las necesidades de adquirir información, capacitaciones, tutorías entre otras actividades que el observatorio brindará.

Tabla 13

Potenciales clientes de Atuntaqui.

POTENCIALES CLIENTES	CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
107 negocios encuestados mirar lista en Anexos 18	Av. General Enríquez Calle Rio Amazonas	Encuesta	Importación de maquinaria y materia prima Exportación de productos textiles

Fuente: Elaboración propia

En Atuntaqui la principal actividad es la industria textil; 107 productores del lugar manifiestan que necesitan de la inversión extranjera para hacer crecer su producción y satisfacer la demanda de clientes internacionales. Pero con la pandemia se ha visto una severa contracción de sus exportaciones. Para ellos es imprescindible la existencia de una institución en el territorio que pueda darles adiestramiento sobre temáticas afines al comercio exterior e inversión extranjera de forma sólida y sostenible.

Tabla 14

Potenciales clientes de Cayambe.

POTENCIALES CLIENTES	DIRECCIÓN Y CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
Asociación de artesanos san pedro	Av. Natalia Jarrín y Sucre Contacto: (2)2360455 Mirian Lignia	Entrevista	Capacitación en exportaciones
Corporación núcleo de Florícolas Cayambe	Centro Agrícola de Cayambe, Mariana de Jesús km 1 (50,63 km) Contacto: 099 259 7324 Diego Vazquez	Entrevista	Exportación de flores
Desarrollo económico sostenible de Cayambe	Parque central 23 de julio contacto: 0991950615 Ing. Carlos Cabascango	Entrevista	Capacitación sobre comercialización internacional
Semagro (Emprendimiento)	Av. Natalia Jarrín y av. Córdova Galarza Contacto:0988431392 Manuel Zambrano	Entrevista	Importación de productos agrícolas
123 negocios encuestados mirar lista en Anexos 19	Rocafuerte	Encuesta	Capacitaciones para apertura de mercados Importación de productos agrícolas.

Fuente: Elaboración propia

Los comerciantes de Cayambe manifestaron la necesidad de capacitaciones hacia los productores, representantes de asociaciones, así como al encargado del desarrollo económico dentro del municipio. Aseguran que mediante información y capacitaciones sostenibles se puede generar mayores ventas nacionales como internacionales que mejoren la economía de la población.

Tabla 15

Potenciales clientes de Tulcán.

POTENCIALES CLIENTES	CONTACTOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POTENCIA DE NEGOCIO
Cámara de comercio de Tulcán	Av. Manabí y Calle Guayaquil Esq. - Tulcán. Teléfono: (06) 2916 096.	Entrevista	Capacitaciones en relaciones internacionales e inversión extranjera
82 negocios encuestados	Calle Bolívar Calle Sucre	Encuesta	Importación de tecnología

Fuente: Elaboración propia

La Cámara de Comercio de Tulcán manifiesta que existen productores agrícolas necesitados de inversión extranjera para importar productos industriales, que ayuden al procesamiento de alimentos, para luego ser distribuidos tanto en el país como en el extranjero. Por este motivo creen conveniente la ayuda de un observatorio desde la UO que brinde información certera, oportuna y continuada sobre estos temas de comercio exterior.

La academia juega un papel importante en la construcción de la sostenibilidad. Teniendo en cuenta los objetivos del desarrollo sostenible y el entorno sanitario en el que se encuentra la región, urge tomar medidas consecuentes por la institución de educación superior del territorio, desde sus tres funciones sustantivas, para servir de puente entre las investigaciones científicas, las empresas, las organizaciones no gubernamentales, el gobierno, los docentes, el sector público y privado, los comunicadores y estudiantes con el ánimo de activar la economía en la región en época de pandemia; por lo que el OCEI deberá brindar diferentes actividades, entre ellas:

Tutorías: Se enfocarán en una sola empresa, brindándole información únicamente dirigida hacia sus necesidades.

Asesorías: Se ofrecerán a todo aquel cliente que tomó la iniciativa de emprender dentro del área de comercio exterior o inversión extranjera

Formación: Brindará a la sociedad capacitaciones para formar adecuadamente a las empresas y/o personas que necesiten de adiestramiento para la mejora de sus habilidades, conocimientos y destrezas necesarias para perfeccionar sus negocios.

Promoción: El observatorio establecerá relaciones con otras instituciones, tanto nacionales como extranjeras de funciones similares, para establecer convenios, cruce de información, ayuda mutua con ferias o exposiciones con las cuales se daría a conocer los productos asesorados dentro del observatorio.

Por tanto, de acuerdo al contenido de las actividades que realiza el OCEI y los resultados de las encuestas y entrevistas ejecutadas, se determina por los expertos sus líneas estratégicas, enmarcadas en las tres funciones sustantivas de la educación superior para lograr la sostenibilidad de su funcionamiento a través de:

- Generación de alianzas institucionales.
- Generación de oportunidades de negocios.
- Generación de nuevos mercados nacionales e internacionales.
- Buscar proyectos para la inversión extranjera.
- Colaboración en red con las demás instituciones privadas y públicas del territorio y extranjeras.
- Socializar resultados de las investigaciones realizadas.
- Desarrollar políticas amigables con el medio ambiente y se definen las siguientes actividades desde la academia, investigación y vínculo con la sociedad a desarrollar por el OCEI –UO.

Tabla 16

Actividades desde los tres ejes sustantivos de la educación superior.

ACTIVIDADES DESDE LA ACADEMIA	
ACTIVIDADES	DETALLE
Capacitación	Cursos de capacitación relativos a la sostenibilidad económica, ambiental y social del comercio exterior e inversión extranjera en la región,
Tutoría	Los potenciales clientes necesitan tutorías sobre como exportar e importar sus productos de forma amigable con el medio ambiente.
Asesoría	En temas de comercialización de los productos tanto nacional como internacional y responsabilidad social de las empresas en el cuidado del ecosistema donde se asientan.
Formación	Cursos de formación a los productores y pequeñas empresas para atraer a la inversión extranjera cuidando su responsabilidad social con el entorno
Maestrías y Diplomados	Ofertar cursos de 4to nivel a la sociedad y empresarios en general donde se especifique cual el rol de las empresas en el desenvolvimiento económico, social y ambiental de la región y permita tener una mejor comprensión de cómo estos actores son determinantes para el logro de la sostenibilidad

Generación de ingresos	A partir de sus actividades académicas y extensionistas de forma tal que no genere gastos a la universidad
------------------------	--

ACTIVIDADES DESDE LA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

ACTIVIDADES	DETALLE
Proyectos de investigación	Que tributen a la búsqueda de nuevas formas de gestión que permita incrementar resultados de investigación a través de iniciativas conjuntas en las que participen otras universidades, así como las organizaciones del sector público y privado. Desarrollar dinámicas investigativas en el comercio e inversión extranjera, que promuevan el pensamiento crítico y que tributen hacia la sostenibilidad del OCEI
Liderazgo	Convertir al OCEI-UO en líder en información actualizada sobre comercio exterior e inversión extranjera en la zona, proporcionando herramientas a la sociedad en el enfrentamiento de desafíos como la pandemia y la sostenibilidad de los procesos de gestión y comercialización de los productos a nivel nacional como internacional
Alianzas	La alianza entre sector privado y academia, entre academias de diferentes instituciones de nivel superior nacionales y extranjeras hacen que se generen nuevos conocimientos, información financiera, ambiental y social y de gobierno, generándose una gana gana tanto para la sociedad, como para el negocio privado que se desarrolla alrededor de las empresas.

ACTIVIDADES DESDE LA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

ACTIVIDADES	DETALLE
Socialización del conocimiento	La socialización del conocimiento por su carácter estratégico dada su importancia en la búsqueda de respuestas y soluciones establecidas por la ciencia y la sociedad; se hará a través de prácticas pre profesionales, proyectos de vinculación con la sociedad en temas económicos, sociales y medio ambientales. Elaboración, aprobación e implementación de convenios marcos y específicos internacionales con universidades y organismos gubernamentales y no gubernamentales Elaboración, aprobación, implementación y seguimiento del programa de formación continua, en aspectos vinculados al OCEI de los diversos sectores económicos de la región.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

La creación y funcionamiento del OCEI-UO tuvo como objetivo principal establecerse como un centro de información continua y permanente, constituyéndose en un producto académico investigativo sobre temas de comercio internacional en un contexto de crisis sanitaria.

El OCEI-UO permite su perfeccionamiento institucional desde las funciones sustantivas de la educación superior, desarrollando desde la academia y la investigación científica indagaciones, análisis estadísticos del comportamiento económico de la región, documentos, proyectos de investigación, así como coordinar proyectos de investigación interdisciplinarios, relacionados con la actividad económica y su sostenibilidad.

Estimula oportunidades de negocios, vinculando sus resultados con los tomadores de decisiones, en el área económica, social y ambiental, con la participación de estudiantes, docentes, investigadores, apoyándose en los medios de comunicación, de forma tal que el observatorio permanezca en el tiempo, evitando la generación de gastos a la universidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almenara, Julio Cabero; Llorente Cejudo María del Carmen; La aplicación del juicio de experto como técnica de... Localización: Eduweb, ISSN 1856- 7576, Vol. 7, Nº. 2, 2013, pp. 11-22; Idioma: español

Angulo, M. N. (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Innovación Educativa*, vol. 9, núm. 47, abril-junio. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179414895002.pdf>, pp. 5-7.

Castañeda, M. B., Cabrera, A. F., Navarro, Y., & Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS*. Porto Alegre, Brasil: EDIPUCRS. Obtenido de <http://www.pucrs.br/edipucrs/spss.pdf>

De La Torre, A. (2013). *Algunas aportaciones críticas a la moda de los MOOC*. Obtenido de <http://bit.ly/2qbupOI>

Duque, Á. (2013:18). *Propuesta Observatorio de Comercio Exterior para la Universidad Icesi*. Cali: Universidad ICESI.

Kalla, S. (1 de octubre de 2009). *Fiabilidad estadística*. Obtenido de [explorable.com: https://explorable.com/es/fiabilidad-estadistica](https://explorable.com/es/fiabilidad-estadistica)

Leyba, B. S., & Tabaras, Q. J. (2011). *Los Observatorios como herramientas de gobierno en las políticas públicas*. En U. N. Colombia, *Investigación de las políticas públicas* (pág. 207). Medellín. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/263228360_Los_observatorios_como_herramientas_de_gobierno_en_las_politicas_publicas_descripcion_de_sus_origenes_dinamicas_y_problemas

Natal, A., y Díaz, O. (2014) *Observatorios Ciudadanos: nuevas formas de participación*. MEA Rivera · 2015 — Vol 1. Núm 1. enero-junio 2015, pp. 126-129. ISSN: 2395-8448

- Maiorano, J. (2013). Los Observatorios de Derechos Humanos como instrumentos de fortalecimiento de la sociedad civil. *Revista Probidad*, 1.
- Mañero, C. J. (2016). Estudio de Caso de los SMOOC y su pedagogía en el contexto online. *Mediterránea de Comunicación*, 7 (2), 1-10.
- McAuley, A., Stewart, B., Siemens, G., & Cormier, D. (2010). Massive Open Online Courses. Digital ways of knowing and learning. The MOOC Model for Digital Practice. Obtenido de University of Prince Edward Island: <http://bit.ly/2oUIMnH>.
- Moreno, S. G. (5 de mayo de 2015). UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE OBSERVATORIO SOCIAL. UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE OBSERVATORIO SOCIAL, Vol. 6 (Nº 1). Barranquilla, Colombia: Indexada en: Publindex - Latindex - Ulrich's (Directorio) y Citefactor. Obtenido de: <file:///C:/Users/PC/Downloads/758-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2599-2-10-20180830.pdf>
- Morphol, J. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. En T. Otzen, & C. Manterola, *Métodos de investigación* (pág. 6). Obtenido de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Organización Mundial del Comercio (OMC, 2019). Examen estadístico del comercio mundial, pp.16-26. Obtenido de: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2019_s/wts2019_s.pdf
- Rivera González, M. Á., & Rubiano Aranzales, E. (2016). El observatorio, una herramienta para el sector social, cooperativo y solidario en la región Tolima. *Cooperativismo & Desarrollo*.
- Senplades. (2015). Agenda Zonal. Obtenido de: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-1.pdf>
- Teiceira, A., Mota, J., García, C. A., García, L. E., & De Marcos, L. (2016). Un nuevo enfoque basado en competencias para la personalización de MOOCs en un entorno móvil colaborativo en red. *Iberoamericana de Educación a Distancia*, 19(1), 143-160.
- Visoto, M. C. (2013). ¿Serán los COMA (MOOC), el futuro del e-learning u el punto de inflexión del sistema educativo actual? *Intenciones*, 5, 1-12 Recuperado de: <http://bit.ly/2qfQbAi>.