

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIDAD DE TITULACIÓN

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA PARROQUIA
DOCTOR MIGUEL EGAS CABEZAS DESDE EL ENFOQUE DEL
METABOLISMO SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EMPRESARIAL**

NANCY MICHEL CAMPOS CÓRDOVA

nancy.campos@epn.edu.ec

Director: Ing. Oswaldo Viteri Salazar PhD

hector.viteri@epn.edu.ec

2020

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

Como director del trabajo de titulación “Caracterización socioeconómica de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas desde el enfoque del metabolismo social desarrollado por Nancy Michel Campos Córdova, estudiante de la Carrera de Ingeniería Empresarial, habiendo supervisado la realización de este trabajo y realizado las correcciones correspondientes, doy por aprobada la redacción final del documento escrito para que prosiga con los trámites correspondientes a la sustentación de la Defensa oral.

Ing. Oswaldo Viteri Salazar PhD

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Nancy Michel Campos Córdova declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Escuela Politécnica Nacional puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Nancy Michel Campos Córdova

DEDICATORIA (opcional)

A mis padres Pascual Campos y María del Carmen Córdova, por inculcarme los mejores valores en mi hogar, por comprenderme y enseñarme cada lección de vida, quienes desde pequeña han priorizado mi formación personal y profesional, gracias a su confianza, esfuerzo, amor y soporte he alcanzado todos mis objetivos de vida que me he planteado, ellos constituyen mi motor, el corazón de mi ser, mi ejemplo para salir adelante. y es por ellos que cada meta en mi vida ha sido realizada y a quienes dedico cada uno de ellos.

A mis hermanos Pascual Campos y Mauricio Campos, por acompañarme en mi camino, por ser también mi aliento para superarme, mi ejemplo de trabajo duro y dedicación, pero sobre todo por ser mis amigos incondicionales de aventuras, alegrías y tristezas.

A mis amigos, amigas y docentes de la escuela, colegio y universidad que de una u otra forma me han apoyado y alentado a superarme y cumplir mis metas.

AGRADECIMIENTO (opcional)

Extiendo mi profundo agradecimiento a mi familia, mis padres Pascual Campos y María del Carmen Córdova, por alentarme y siempre apoyarme en cada paso de mi vida como es la elaboración de este trabajo de titulación, a mis hermanos Mauricio Campos y Pascual Campos por acompañarme en todo momento en la realización del trabajo, con su amor, cariño y ejemplo de superación me han enseñado mucho, sin mi familia esta investigación no hubiera sido posible. Mi familia constituye mi motor para continuar superándome

Expreso mi agradecimiento a Ing. Oswaldo Viteri y Lucía Toledo, por su soporte y enseñanza en el desarrollo de mi Trabajo de Titulación, quienes con sus conocimientos me han orientado, entregado retroalimentación durante todo el proceso de elaboración del trabajo, pero sobre todo por confiar en mí y alentarme a salir adelante y superarme en objetivos mucho más grandes.

De igual forma, agradezco a mis incondicionales amigas que no solamente son amistades sino mis acompañantes de vida, especialmente a Alexandra Llénez, Gabriela Estrada, mi querida prima Silvia Campo por brindarme su apoyo tanto en las actividades académicas y su buena amistad durante la Universidad. A mis primos, primas, amigos y amigas, principalmente a Estalyn, Seydi, Lizbeth, Auki, Sindy, Diany V., Dianita, Jay Lema, Blanca Córdova, mi tío José Córdova que me apoyaron con la toma de cuestionarios, por brindarme sus conocimientos y retroalimentación en mi proyecto, pero sobre todo por motivarme a seguir adelante.

Agradezco a las familias de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas de la provincia de Imbabura, que se prestaron para responder las preguntas de mi cuestionario y por proporcionarme la información necesaria para mi investigación, principalmente a Tayta Tarquino Muenala, Rodrigo Terán, José Musuña y Alexandra Aguilar.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| LISTA DE FIGURAS | i |
| LISTA DE TABLAS | ii |
| LISTA DE ANEXOS | iii |
| RESUMEN | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| 1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN | 3 |
| 1.2. OBJETIVO GENERAL | 3 |
| 1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 3 |
| 1.4. HIPÓTESIS..... | 3 |
| 1.5. MARCO TEÓRICO..... | 4 |
| 1.5.1. Metabolismo Social..... | 4 |
| 1.5.2. Actividad económica | 9 |
| 1.5.2.1. Sectores económicos | 10 |
| 1.5.3. Producción artesanal..... | 12 |
| 1.5.3.1. Artesanía | 12 |
| 1.5.3.2. Producción | 13 |
| 1.5.3.3. Clasificación de la producción artesanal..... | 14 |
| 1.5.3.4. Producción artesanal en Ecuador | 14 |
| 1.5.4. Comercio | 17 |
| 1.5.4.1. Orígenes del hombre en el comercio..... | 17 |
| 1.5.4.2. Clasificación del comercio..... | 19 |
| 1.5.4.3. Actores de la actividad comercial | 21 |
| 1.5.4.1. Canal de distribución | 23 |
| 1.5.4.2. Cadena Productiva | 24 |
| 1.5.5. Lugar de estudio | 25 |
| 1.5.5.1. Cantón Otavalo | 25 |
| 1.5.5.2. Parroquia Doctor. Miguel Egas Cabezas | 26 |
| 2. CAPÍTULO II: METODOLOGÍA | 34 |
| 2.1. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN | 34 |

| | |
|---|------------|
| 2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 34 |
| 2.3. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 35 |
| 2.3.1 Fuentes de Información Primaria..... | 35 |
| 2.3.1.1. Diseño del Cuestionario | 36 |
| 2.3.2. Fuentes de Información Secundaria..... | 37 |
| 2.3.3. Población y Muestra..... | 37 |
| 2.3.3.1. Unidad muestral | 37 |
| 2.4. TÉCNICA DE ANÁLISIS..... | 39 |
| 3. CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 41 |
| 3.1. RESULTADOS..... | 41 |
| 3.1.1. Determinación de las principales actividades productivas que generan ingresos económicos en los hogares de la parroquia | 41 |
| 3.1.2. Identificación de los principales patrones metabólicos de los hogares dedicados a la producción y comercialización de artesanías | 46 |
| 3.1.3. Establecimiento de las estructuras organizacionales de comercialización predominantes en la zona | 142 |
| 3.1.4. Generación de propuestas de mejora del entorno socioeconómico del sector | 146 |
| 3.2. DISCUSIÓN | 153 |
| 4. CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 157 |
| 4.1. CONCLUSIONES | 157 |
| 4.2. RECOMENDACIONES | 162 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 164 |
| ANEXOS | 176 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Concentración de la producción artesanal de Otavalo..... | 25 |
| Figura 2 - Población Ocupada por Rama de Actividad (cantón Otavalo)..... | 28 |
| Figura 3 - Población en edad de trabajar y menores a 15 años..... | 29 |
| Figura 4 - Población Económicamente Activa e Inactiva..... | 29 |
| Figura 5 - PEA por género..... | 30 |
| Figura 6: Concentración de producción artesanal en la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas..... | 32 |
| Figura 7 - Miembros que participan en la agricultura y huertos familiares..... | 52 |
| Figura 8 - Frecuencia de tiempo que dedican a la agricultura..... | 52 |
| Figura 9 - Frecuencia de tiempo que dedican al huerto familiar..... | 53 |
| Figura 10 - Comunidades a las que pertenecen las familias de la Tipología 1..... | 54 |
| Figura 11 - Nivel de Educación alcanzada..... | 54 |
| Figura 12 - Educación Madres de familia..... | 55 |
| Figura 13 - Educación Padres de familia..... | 55 |
| Figura 14 – Distribución de edades..... | 56 |
| Figura 15 – Asociaciones y Organizaciones a las que pertenecen..... | 57 |
| Figura 16 - Participación de las personas en reuniones..... | 58 |
| Figura 17 - Comunidades que participan en reuniones de la Comunidad..... | 58 |
| Figura 18 - Participación por género en reuniones de la comunidad..... | 59 |
| Figura 19 – Participación de las comunidades en Mingas..... | 59 |
| Figura 20 - Participación por género en Mingas..... | 60 |
| Figura 21 - Comunidades que participan en reuniones de asociaciones de productores..... | 60 |
| Figura 22 - La actividad artesanal es un negocio familiar..... | 61 |
| Figura 23 - Artesanías de Tipología 1..... | 64 |
| Figura 24 - Las artesanías se mantienen durante todo el año..... | 65 |
| Figura 25 - Comercializa solo lo que produce..... | 65 |
| Figura 26 – Combinación de clientes a los que se vende..... | 66 |
| Figura 27 - Hogares que exportan..... | 66 |
| Figura 28 - Familias que desean cambiar de trabajo..... | 68 |
| Figura 29 – Familias afectadas por la entrada de artesanías extranjeras..... | 68 |

| | |
|---|-----|
| Figura 30 - Razones para elegir un lugar de trabajo | 69 |
| Figura 31 – Promoción de los productos | 70 |
| Figura 32 - Servicio post venta | 71 |
| Figura 33 - Análisis en gráfico de araña Tipología 1 | 76 |
| Figura 34 – Diagrama Fondo – Flujo / Tipología 1 | 78 |
| Figura 35 – Familias que se dedican al cuidado de la tierra | 79 |
| Figura 36 - Frecuencia de tiempo en agricultura y huertos familiares | 80 |
| Figura 37 – Comunidades a las que pertenecen..... | 80 |
| Figura 38 - Instrucción de las familias de la Tipología 2 | 81 |
| Figura 39 - Número de miembros de familia en la Tipología 2 | 82 |
| Figura 40 - Distribución de edades de los miembros de los hogares | 82 |
| Figura 41 - Miembros autónomos económicamente..... | 83 |
| Figura 42 - Número de personas que pertenecen a asociaciones/organizaciones | 83 |
| Figura 43 - Familias que realizan actividades de asociación | 84 |
| Figura 44 - La actividad artesanal es un negocio familiar | 86 |
| Figura 45 - Artesanías que realizan las familias de la Tipología 2 | 87 |
| Figura 46 - Comercializan solo los productos que produce..... | 88 |
| Figura 47 - Combinación de clientes | 89 |
| Figura 48 - Clientes nacionales y extranjeros | 90 |
| Figura 49 – Artesanos que exportan | 90 |
| Figura 50 - Artesanos a quienes les afecta la entrada de artesanías..... | 91 |
| Figura 51 – Lugar de venta actuales | 92 |
| Figura 52 – Razones para escoger el lugar de venta..... | 93 |
| Figura 53 – Formas de promoción de artesanías..... | 94 |
| Figura 54 – Entrega de los productos | 94 |
| Figura 55 – Facilidades de pago | 95 |
| Figura 56 – Servicio Pos venta..... | 96 |
| Figura 57 - Frecuencia de comercialización..... | 96 |
| Figura 58 - Gráfico de araña Tipología 2 | 101 |
| Figura 59 – Diagrama Fondo – Flujo / Tipología 2..... | 103 |
| Figura 60 - Frecuencia de tiempo que le dedica a la agricultura | 104 |
| Figura 61 - Frecuencia que le dedica a los huertos | 105 |
| Figura 62 - Miembros al pendiente de los cultivos | 105 |

| | |
|--|-----|
| Figura 63 - Miembros al pendiente del cuidado de animales | 106 |
| Figura 64 - Comunidades a las que pertenece la Tipología 3..... | 106 |
| Figura 65 - Nivel de Educación | 107 |
| Figura 66 - Instrucción padres y madres de familia | 108 |
| Figura 67 - Educación hijos/as | 108 |
| Figura 68 - Número de miembros de familia | 109 |
| Figura 69 - Distribución de edades | 109 |
| Figura 70 - Miembros autónomos económicamente..... | 110 |
| Figura 71 - Asociaciones y organizaciones que pertenecen | 110 |
| Figura 72 - Actividades asociativas en las que participan las familias | 111 |
| Figura 73 - Frecuencia de Reuniones de la comunidad..... | 112 |
| Figura 74 - Frecuencia de reuniones de asociaciones productivas | 112 |
| Figura 75 - Comunidades que asisten a las reuniones de la Iglesia..... | 113 |
| Figura 76 - Frecuencia de las reuniones en Peguche | 114 |
| Figura 77 – Miembros de familia que asisten a la iglesia | 114 |
| Figura 78 – La actividad artesanal es un negocio familiar..... | 115 |
| Figura 79 - Edades en que iniciaron la actividad artesanal | 116 |
| Figura 80 - Artesanías realizadas por las familias de la Tipología 3..... | 118 |
| Figura 81 - Comercializan solo las artesanías que producen | 118 |
| Figura 82 – Combinación de clientes | 119 |
| Figura 83 - Clientes nacionales y extranjeros | 120 |
| Figura 84 – Las artesanías se exportan..... | 120 |
| Figura 85 – Artesanos que desean cambiar de trabajo..... | 122 |
| Figura 86 – Artesanos a los que les afecta la entrada de artesanías extranjeras..... | 123 |
| Figura 87 – Razones para elegir el lugar de venta | 124 |
| Figura 88 - Formas de promoción de los productos | 124 |
| Figura 89 – Entrega de productos..... | 125 |
| Figura 90 - Servicio de Pos venta | 126 |
| Figura 91 - Gráfico de Araña de la Tipología 3..... | 131 |
| Figura 92 – Diagrama Fondo – Flujo / Tipología 3..... | 133 |
| Figura 93 – Cadena Productiva de artesanías | 142 |
| Figura 94 – Canal directo | 144 |
| Figura 95 – Canal Detallista..... | 144 |

Figura 96 – Canal distribuidor..... 145

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 – Número de familias de la Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas | 27 |
| Tabla 2 - Concentración de Actividades Económicas del PEA..... | 30 |
| Tabla 3 - Concentración de familias artesanas en las distintas comunidades | 32 |
| Tabla 4 – Cálculo del tamaño de la muestra..... | 38 |
| Tabla 5 – Actividades económicas generadoras de ingresos de las familias analizadas | 41 |
| Tabla 6 - Familias que realizan cada una de las artesanías por Tipología..... | 43 |
| Tabla 7 – Materia prima utilizada por artesanía | 45 |
| Tabla 8 - Indicadores Tipología 1 | 62 |
| Tabla 9 - Indicadores Tipología 1 | 73 |
| Tabla 10 - Resultados Indicadores Tipología 1 | 75 |
| Tabla 11 - Indicadores Tipología 2 | 88 |
| Tabla 12 - Indicadores Tipología 2 | 98 |
| Tabla 13 - Resultados Indicadores Tipología 2 | 100 |
| Tabla 14 - Indicadores Tipología 3 | 116 |
| Tabla 15 - Indicadores Tipología 3 | 128 |
| Tabla 16 - Resultados Indicadores Tipología 3 | 130 |
| Tabla 17 - Comparación del perfil de capacidad eléctrica en las tres Tipologías | 136 |
| Tabla 18 - Comparación del perfil de uso de tiempo en las tres Tipologías | 139 |
| Tabla 19 – Fortalezas y Debilidades de las tres Tipologías | 146 |
| Tabla 20 – Oportunidades y Amenazas de las tres Tipologías..... | 148 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| ANEXO A – Registro de Unidades productivas textiles seleccionadas | 176 |
| ANEXO B – Estructura del Cuestionario..... | 178 |
| ANEXO C – Tabla de Indicadores | 190 |
| ANEXO D – Evidencia De Toma De Cuestionarios | 193 |
| ANEXO E - Evidencia De Toma De Cuestionarios 2..... | 193 |
| ANEXO F - Evidencia De Toma De Cuestionarios 3..... | 193 |

RESUMEN

El presente trabajo de titulación caracteriza, analiza y da a conocer de manera integral las distintas perspectivas disciplinarias sobre el metabolismo rural de las comunidades indígenas, desde el enfoque de metabolismo social haciendo uso de la metodología de Análisis integrado de múltiples escalas del metabolismo y del ecosistema MuSIASEM el cual brinda la posibilidad de proporcionar un análisis del patrón metabólico existente en el sistema socioeconómico de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, considerando variables técnicas, económicas, sociales, demográficas y del ámbito ecológico entre las unidades productivas textiles. Esta metodología además está complementada con el marco de análisis de Medios de Vida Rurales a través de la identificación y articulación de los capitales o recursos bajo las categorías de natural, social, humano, físico y económico y los procesos contextuales cuya combinación influye y da como resultado las distintas estrategias de vida que a su vez están relacionados con el bienestar humano y la sustentabilidad ecológica de las unidades productivas analizadas. Es así que ambos marcos de análisis se unen y compaginan en armonía porque si por un lado MuSIASEM brinda una caracterización del patrón metabólico de la sociedad en cuestión y su efecto sobre el metabolismo de los ecosistemas circundantes, el marco de Medios de Vida Rural describe la forma en que viven las familias y cómo son afectados en su diario vivir.

Palabras clave: Metabolismo social, Medios de vida, estrategias de vida, actividad artesanal, telares, capitales.

ABSTRACT

This undergraduate thesis characterizes, analyzes, and presents in a holistic manner the different disciplinary perspectives regarding the rural metabolism of indigenous communities from a social metabolism perspective making use of the MultiScale Integrated Assessment of Society and Ecosystem Metabolism (MuSIASEM) methodology. This approach allows for the analysis of the existing metabolic pattern found in the socioeconomic system of the Doctor Miguel Egas Cabezas parish, taking into consideration the technical, economic, social, demographic, and ecological variables between textile productive units. This methodology is complemented with the Rural Livelihoods framework of analysis through the identification and articulation of capital or resources under natural, social, human, physical, and economic categories and the contextual processes whose combination influences and results in distinct life strategies that in turn are related to human wellbeing and the ecological sustainability of the productive units being analyzed. In this manner both frameworks of analysis combine to work in harmony because while the MuSIASEM approach offers a characterization of the metabolic pattern of the society in question and its effect on the metabolism of the surrounding ecosystems, the Rural Livelihoods framework describes the way in which families live and how they are affected in their daily lives.

Key words: Social metabolism, Livelihoods, life strategies, artisanal activity, looms, capital.

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La provincia de Imbabura se encuentra ubicada al norte de Ecuador, cuenta con una superficie terrestre de 4.619,03 kilómetros cuadrados (GAD Provincial de Imbabura, 2015). En cuanto a la división política, existen seis cantones segmentados en 36 parroquias rurales y 6 parroquias urbanas, de esta manera se consolida una población total de 470.129; siendo Otavalo el segundo de los cantones más concentrado de la provincia con 124.140 habitantes (Secretaría Nacional de Planificación de Desarrollo, 2017). En este sentido, la actividad humana se enfoca en la industria manufacturera (26.6%); agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (21.2%); y, comercio al por mayor y menor (17.2%).

Por otra parte, las asambleas parroquiales del cantón Otavalo identifican a la concentración de la producción artesanal en siete comunidades, la mayoría pertenecientes a la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas. En primer lugar, se encuentra Peguche (31% a nivel parroquial), seguido de Otavalo, Agato, Quinchuquí, Carabuela, Ilumán y San Luis de Agualongo (GAD Otavalo, 2015).

Es importante destacar la representatividad de la producción y distribución de artesanías en el 26.6% la población económicamente activa, independiente de la proveniencia en la fabricación, sea ésta realizada en forma artesanal o industrial. De este modo, esta actividad económica proporciona empleo a más de diez mil personas muchas de ellas residentes en zonas rurales, cuyo sustento y seguridad alimentaria dependen de la misma (GAD Otavalo, 2015).

Actualmente, en la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas la producción artesanal es realizada por núcleos familiares ocupando al 56.66% de la PEA. Se distinguen una gran diversidad de tejidos o artesanías de la zona elaborados en máquinas industriales, a mano y en telares antiguos; entre ellos destacan: “ponchos, chalinas, hamacas, tapices, bayetas de orlón, bolsos, pulseras, cojines, fajas, guantes, alpargates, estampados, con distintos diseños” (GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, 2015).

Así, cada comunidad se caracteriza por fabricar un tipo de artesanía específica. Por ejemplo, Quinchuquí históricamente fue tierra de productores de anacos, ahora predominan orlones y hamacas; mientras que la comunidad de Arias Uku es reconocida por la producción de fajas y cintas. No obstante, al intentar profundizar estos y otros datos

relevantes a la parroquia se pudo comprobar que no existe una vasta información que respalde la situación económica y social que atraviesan las familias, si bien existen censos llevados a cabo hace varios años atrás, éstos no muestran la realidad que dentro de ellas viven y como su entorno afecta en gran proporción a la productividad y su forma de vida. Es así que, definido el sector, es recomendable ahondar en sus principales atributos. Para ello, como herramienta de diagnóstico se hace uso de la caracterización socioeconómica, dirigido hacia un determinado número de familias ubicadas en esta parroquia, con la finalidad de evaluar la situación periódica de dichos hogares; “si bien es relevante analizar el tema productivo, comercial y organizacional de las artesanías, también es relevante observar la importancia que tiene la actividad artesanal desde el contexto histórico, antropológico y sociológico” (Ortiz & López, 2014).

Es por ello que dicha caracterización podrá ser visualizada desde una perspectiva de metabolismo social específicamente haciendo uso de la metodología Análisis integrado de múltiples escalas del metabolismo social y del ecosistema (MuSIASEM), herramienta de contabilidad que analiza el vínculo entre energía, alimentos y agua tomando en cuenta factores heterogéneos, este enfoque integra datos cuantitativos generados por diferentes clases de modelos tradicionales basados en distintas dimensiones y escalas de análisis.

Para este caso, permitirá analizar el patrón metabólico existente en el sistema socioeconómico de la parroquia. Para ello, se considerará el uso de variables técnicas, económicas, sociales, demográficas y ecológicas. Esta efectiva herramienta utilizará dos sistemas de contabilidad complementarios, pero no equivalentes de elementos de fondo; una enfocada en el análisis socioeconómico y otra referente al análisis ecológico en todo tipo de escala o nivel, logrando desembocar en “una caracterización integrada del patrón metabólico de la sociedad y su efecto sobre el metabolismo de los ecosistemas incrustados” (Giampietro, y otros, 2013).

De esta manera, integrando “las articulaciones que existen entre los intercambios ecológicos y los intercambios económicos en territorios concretos” (Toledo, 2013, pág. 47), en este caso las áreas rurales de la parroquia, se resaltarán la necesidad de acoger un enfoque integrador acerca de la complejidad de los sistemas rurales. Dicho análisis es relevante para el replanteamiento de políticas de desarrollo rural y cuidado ambiental; evidenciando causas del aumento de los conflictos sociales, la pobreza y la vulnerabilidad de los medios de vida rurales locales.

1.1. Pregunta de investigación

¿Cuáles son los aspectos socioeconómicos de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas (Cantón Otavalo) más importantes desde el enfoque del metabolismo social?

1.2. Objetivo general

Caracterizar los aspectos socioeconómicos de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas (Cantón Otavalo) desde el enfoque del metabolismo social.

1.3. Objetivos específicos

- Determinar las principales actividades productivas que generan ingresos económicos en los hogares de la parroquia.
- Identificar los principales patrones metabólicos de los hogares dedicados a la producción y comercialización de artesanías.
- Establecer las estructuras organizacionales de comercialización predominantes en la zona.
- Generar propuestas de mejora del entorno socioeconómico del sector.

1.4. Hipótesis

Tomando en cuenta que la presente investigación es de tipo descriptiva no se consideró la formulación de una hipótesis; ya que, mediante el análisis del patrón metabólico se identificó la interrelación existente entre algunas variables o se expusieron las causas/efectos: esto se logró mediante las respuestas a los cuestionarios (Bernal, 2010).

1.5. Marco Teórico

El presente marco teórico recoge las definiciones más importantes de los distintos términos que se utilizarán a lo largo de la investigación, los cuales sustentados adecuadamente servirán como guía de estudio para abordar el problema desde un punto de vista teórico, todo ello con el fin de que el lector pueda percibir, comprender y estar mejor orientado dentro del mismo.

1.5.1. Metabolismo Social

Los intercambios materiales se han estudiado desde dos distintas perspectivas, para este caso aquellos relacionados a la economía y la ecología han sido tomados por ramas totalmente alejadas. Siendo la ecología aquella disciplina dirigida a estudiar los intercambios de los individuos que lleva a cabo con todo el conjunto de elementos, procesos, sistemas que conforman la naturaleza, mientras que la economía por su parte considera al individuo como un ente social que forma parte de la sociedad, el cual realiza los intercambios con otros seres humanos los cuales van más allá de un entorno ecológico. Estas ramas que han pretendido ser distantes, desde la óptica del proceso donde los seres humanos generan y reproducen sus condiciones materiales, el metabolismo existente entre la sociedad y la naturaleza se encuentran estrechamente relacionados el uno con el otro (Toledo, 2008). Esta interacción biofísica de la sociedad y la naturaleza pone énfasis en la constante producción de materiales y energía de la cual depende cada uno de los sistemas socioeconómicos y que a su vez constituye su relación con el ambiente natural. Tal expresión de “la sociedad como un sistema socialmente organizado y termodinámicamente abierto se ha denominado metabolismo social” (Walter & Martínez Alier, 2012).

El término metabolismo es un neologismo creado por el profesor alemán Theodor Schwann en 1810, donde “metabole” significa cambio y el sufijo “ismo” la “cualidad o sistema, es decir es la cualidad que tienen los seres vivos de cambiar químicamente la naturaleza de ciertas sustancias” (Diccionario de Etimologías, 2001). Posee un significado biológico que hace referencia a los procesos internos de un organismo vivo debido a que el mismo conserva un intercambio constante de materias y energía con la naturaleza que hacen posible su funcionamiento, desarrollo y reproducción. De esta manera, el metabolismo social se manifiesta como una analogía de la noción biológica de metabolismo, debido a

que el vínculo existente entre los seres humanos con la naturaleza son dobles: individuales o biológicas y colectivas o sociales y es así como este modo de considerarse a la interrelación sociedad-naturaleza tiene sus inicios en los escritos de Marx (Infante Amate, et al., 2017).

De acuerdo con Marx en el libro de Schmidt (1976) el primer autor recalca que no existe división entre la naturaleza y la sociedad, por ende, tampoco existe diferencia metódica fundamental entre las ciencias de la naturaleza y las ciencias de la historia, debido a que ambas ciencias se condicionan recíprocamente. Algunos ideólogos excluyen de la historia la relación productiva de los hombres con la naturaleza, Marx por su parte considera que el ser humano siempre poseerá una naturaleza tanto histórica como natural inescindiblemente entretrejida. Esto debido a que “estudios han demostrado que la evolución de las sociedades ha modificado el entorno natural por diferentes niveles y se han modificado a sí mismas, generando una serie de relaciones de interdependencia entre los ecosistemas y las comunidades humanas” (Rozo, 2013).

Algunos autores alegan que el uso de la energía en la economía no se encuentra relacionado al pensamiento de Marx sino fue aplicado recién en 1970 por Charles Hall y otros ecologistas no relacionados al marxismo. No obstante, el profundo interés por parte de Marx en las interacciones entre economía humana y el medio ambiente natural ya dio su aparición en borradores realizados por 1857 y 1858, él mismo visualizaba a la economía como un sistema abierto, dando lugar al término alemán “Stoffwechsel” que significa intercambio orgánico o metabolismo entre el individuo y la naturaleza (Alier, 2003).

Esta interrelación se ve reflejada en el libro de Alfred Schmidt (1976) autor que reconoce el concepto de Stoffwechsel en el trabajo de Marx, haciendo uso del término en dos sentidos el primero como una analogía biológica para describir el flujo de las mercancías y el segundo como la expresión del metabolismo entre la sociedad y la tierra, reflexionó sobre sus implicaciones sociales, históricas, ecológicas, por ejemplo hizo referencia al ciclo de nutrientes de las plantas de Liebig, quien lo figuraba como una descripción de la situación natural de la fertilidad agrícola y el desarrollo de las fuerzas productivas del sector industrial de los fertilizantes (Alier, 2003; Toledo, 2013). Marx influenciado no solo por Liebig sino también por Moleschott considera que el metabolismo entre el hombre y la naturaleza es mediado por el proceso laboral, esto debido a que luego de una visualización donde los sistemas biológicos tales como organismos que van hasta ecosistemas y los sistemas socioeconómicos que integran sociedades, economías, organizaciones, hogares, entre

otros, “dependen del rendimiento continuo de energía y materiales para mantener su estructura interna” (Walter & Martinez Alier, 2012).

El análisis de la definición de metabolismo social integra un marco que permite distinguir entre culturas, regiones o sociedades humanas de acuerdo con sus relaciones de intercambio característicos de energía y materiales entre conglomerados sociales particulares y concretos, que realizan con la naturaleza (Fischer-Kowalski & Haberl, 2000).

En otras palabras, el metabolismo es utilizado para analizar y cuantificar “los flujos de materiales y energía necesarios para que funcionen las sociedades, tanto las preindustriales como las industriales” (Mendiola, 2012), ello dado que la cantidad de la utilización de los recursos monetarios, la constitución del material y las fuentes de los flujos de producción son variables dependiendo del sistema de producción y consumo socioeconómico (Walter & Martinez Alier, 2012).

En esta misma perspectiva el metabolismo social inicia en el momento en que los seres humanos agrupados se apropian de materiales y energías de la naturaleza tales como bienes (renovables y no renovables) y servicios ambientales (input), para satisfacer sus deseos, requerimientos o volverlo un componente social, es decir es la transferencia de energía o materia de un espacio natural a uno social y termina cuando excretan desechos, emanaciones o residuos en la naturaleza (output). Durante dichos actos las energías y materiales apropiados son circulados por distintos rumbos ya sea para su transformación o no, en dicho proceso de circulación se inicia el intercambio económico; luego en caso de su transformación puede ser desde sus modalidades más elementales hasta las más elaboradas, para después ser consumidos por los seres humanos y finalizados en la excreción acto donde la sociedad desprende o libera energía o materiales a la naturaleza. Vale recalcar que también las sociedades importan y exportan bienes con otras sociedades. Es así como, el proceso de metabolismo social integra flujos energéticos y materiales tales como los flujos de entrada, interiores y de salida. En sí, este proceso se encuentra inmerso por cinco fenómenos “la apropiación, la transformación, la circulación, el consumo y la excreción” (Toledo, 2013; Toledo, 2008).

En estos años, las investigaciones se han enfocado en el uso del análisis de este concepto para abordar aspectos tales como la salud de las personas, el desarrollo social y el crecimiento económico, ya sea para estudiar y cuantificar el metabolismo energético o material y su correlación con factores económicos de naciones enteras, así como también

sus cambios a través del tiempo, dando lugar a perfiles metabólicos de una gran cantidad de países. En cualquiera de los casos, la utilización de la expresión de “metabolismo social se reduce a los simples cálculos de entradas (apropiación), salidas (excreción), importaciones y exportaciones, dejando fuera de sus análisis tanto las complejas configuraciones del resto del proceso metabólico como las dimensiones no materiales del metabolismo” (Toledo, 2013). Asimismo el proceso del metabolismo puede ser analizado en distintas escalas, como es el metabolismo local en el sentido rural o agrario que hace referencia al análisis de comunidades, municipios y regiones rurales, en los cuales se estudia la relación entre las comunidades humanas con los recursos naturales locales y los sectores mercantiles con quienes se llevan a cabo las transacciones mercantiles, es decir demuestra de forma integral las articulaciones existentes entre intercambios ecológicos y económicos en territorios específicos (Toledo, 2013).

Para el presente caso se hará uso del Análisis Integrado de Múltiples Escalas del Metabolismo Social y del Ecosistema (MuSIASEM) enfoque basado en el análisis de los procesos metabólicos de diferentes escalas y estudiando la interacción entre flujos y fondos, considera además el efectivo empleo simultáneo de distintas variables técnicas, económicas, sociales, demográficas y ecológicas en el análisis del patrón metabólico de las sociedades actuales (Giampietro, et al., 2013; Infante Amate, et al., 2017).

Es un instrumento de diagnóstico cuyo sistema de contabilidad estudia la conexión entre energía, alimentos y agua tomando en consideración factores heterogéneos; en este mismo sentido es utilizado para caracterizar el patrón metabólico del sistema socioeconómico en cuestión ya que el mismo brinda información relacionada a elementos del fondo que son aquellos elementos del sistema considerado que actúan como agentes transformadores que manifiestan las funciones exigidas por la sociedad, estos se ven representados por los factores de producción entre ellos la población, mano de obra, capital tecnológico, tierra apropiada y tierra aprovechable; y los elementos de flujo que hacen referencia a los elementos cuyos atributos cambian, de cierta forma indica “que realiza el sistema” vinculándolo con el entorno y sus componentes internos, tales como el requerimiento, fracción de consumo, pérdidas, grado de autosuficiencia, las importaciones y exportaciones de cada uno de los flujos de alimentos, energía, agua y recursos económicos (Giampietro, et al., 2013).

En resumen, MuSIASEM se caracteriza por analizar el patrón metabólico de los sistemas socioeconómicos en distintos niveles jerárquicos, escalas y dimensiones, esta herramienta

estudia los flujos en relación con los fondos lo cual permite considerar la naturaleza y la escala o tamaño del sistema bajo análisis, dichos vínculos entre sus elementos en ocasiones son definidos en términos cualitativos y cuantitativos. Es así que con MuSIASEM es posible trabajar con dos conceptos complementarios pero a su vez no equivalentes en elementos de fondo, por un lado para el análisis socioeconómico y por otro lado para el análisis ecológico en distintos niveles y escalas, lo que desemboca en “una caracterización integrada del patrón metabólico de la sociedad y su efecto sobre el metabolismo de los ecosistemas incrustados mediante la combinación de sistemas de contabilidad no equivalentes” (Giampietro, et al., 2013; Pérez Sánchez, et al., 2018).

De igual forma, la investigación se complementa con la teoría de medios de vida, planteado por Robert Chambers y Conway durante los años 80 “esta teoría reconoce de forma explícita la importancia del bienestar físico, educación y del estado del entorno natural, entre otros factores para las poblaciones favorecidas y para el éxito de los medios de vida sostenibles” (Department for International Development, 1999).

Para poder entender los medios de vida de las tres tipologías en análisis, se utilizó la herramienta de marco analítico denominado Sustainable Rural Livelihoods (SRL) o estrategias rurales sostenibles “basado en la capacidad, equidad, sostenibilidad cada una de las cuales es tanto un fin como un medio” (Chambers & Conway, 1991) o en su sentido más simple un medio para ganarse la vida. Este marco permite describir la forma en que viven distintos grupos de familias de distintas comunidades de la parroquia así como también los principales aspectos que afectan sus medios de vida y su nexos con ellos, acompañada de ello se considera la existencia de varias estrategias de vida, las cuales “abarcan las capacidades, recursos sociales y materiales y actividades como medios de vida” (Chambers & Conway, 1991).

Siguiendo este mismo enfoque de medios de vida, se identifica un conjunto de capitales o recursos bajo las categorías de natural, físico, social, humano y económico cuyo análisis da como resultado las salidas o las estrategias de vida, los cuales con base en los resultados se vinculan al bienestar de los hogares y la sostenibilidad ambiental. Se resaltan los capitales presentados por parte del Department for International Development (1999) a continuación:

- Capital Físico: considera las infraestructuras que permitan satisfacer las necesidades mínimas de las poblaciones, así como los bienes de producción que

se ocupan para ejecutar sus actividades de una forma más eficiente, tales como medios de transporte, edificios, servicios básicos, comunicación.

- Capital Natural: comprende los recursos naturales a su poder, desde bienes tangibles hasta intangibles.
- Capital Humano: engloba las aptitudes, conocimientos, habilidades laborales y salud como una base para alcanzar los logros en materia de medios de vida.
- Capital Social: hace referencia a las redes y conexiones vertical u horizontal entre personas con metas comunes, participación en conglomerados más formalizados.
- Capital Económico o Financiero: considera los recursos económicos como ahorros disponibles, ingresos regulares de dinero que poseen las comunidades para alcanzar sus objetivos en el sentido de medio de vida.

Con la determinación y articulación de los capitales o activos es posible comprender los procesos contextuales, componentes institucionales y organizativos que intervienen e influyen en sus estrategias de vida. Asimismo, bajo este análisis también se identifican las vulnerabilidades concentradas en factores demográficos, tecnológicos, y se reconocen variables como el precio, producción, salud, que los sujetos o grupos de personas, enfrentan en su diario vivir (Department for International Development, 1999).

1.5.2. Actividad económica

La actividad económica se define como el conjunto de actuaciones humanas a través de los cuales se utilizan los recursos que en la mayoría de los casos son escasos para fabricar, generar y distribuir productos ya sean bienes o servicios mediante la intercomunicación de distintos agentes, cada uno de ellos con diferentes objetivos y comportamientos, con el propósito principal de satisfacer las necesidades o deseos humanos. Todo ello desarrollándose en un entorno natural y social con los medios disponibles los cuales han adoptado cambios a través del tiempo (Pereira Morales et al., 2011; López, 2018). Asimismo, el término de actividad económica no solamente es utilizado para organizaciones lucrativas sino también se le atribuye a entidades sin fines de lucro debido a que ellas también cumplen con el objetivo de cubrir las necesidades de los consumidores y sociedad en general. (López, 2018).

Ahora la economía moderna arroja distintas actividades económicas de producción para la generación y compra de productos tangibles o intangibles que satisfarán los requerimientos

de los individuos transformando y combinando los recursos utilizables también denominados factores de producción entre los que se encuentran la tierra, el capital, el trabajo y la tecnología, que deberán someterse a un proceso planeado y ordenado, en base a un máximo aprovechamiento, distribución de bienes y servicios adquiridos y de consumo que se dirigirán directamente hacia los consumidores finales (Grupo Edebé, 2011).

1.5.2.1. Sectores económicos

Las actividades de producción integran diversas unidades productivas que corresponden a diferentes sectores económicos, sectores tales como la agricultura, ganadería, construcción, industria, comercio, financieros, entre otros. Con el fin de facilitar el análisis de la economía, los sectores productivos en el país se dividen en tres grandes categorías, entre los que se encuentran el primario, secundario y terciario.

Los tres sectores poseen una gran conexión llegando a formar un ciclo, en el que uno obtiene lo que fue producido por el siguiente, así continúa el proceso de transformación hasta convertirse en bienes de consumo o servicios. Para que estos sectores sigan funcionando de la mejor forma es necesario que sean atendidos por igual, debido a que un “equilibrio entre el desarrollo de cada uno de los sectores de la economía se verá como una condición indispensable para mantener el desempeño equilibrado del sistema” (Scala Higher Education S.C, 2011).

Sector primario

El sector primario también denominado sector agropecuario hace referencia a las actividades productivas que realizan su proceso de fabricación a partir del uso o explotación de algún recurso natural para la generación de materias primas que servirán en el proceso de producción del sector industrial. Dentro de este sector se halla la agricultura, la ganadería, silvicultura, pesca y minería (Castellanos, et al., 2012; Figueroa Hernández et al., 2015).

- Agricultura: integra todas las actividades de cultivo de algún vegetal, proveedor directo de alimentos tanto para el consumo como para la generación de materias primas para ser utilizados en algún proceso de fabricación (Castellanos, et al., 2012).

- Ganadería: actividades concernientes a la crianza y cuidado de animales para el consumo de las personas, así como también la obtención de materia prima para la elaboración de productos intermedios o finales tales como calzado, carteras, chaquetas, etc. (Castellanos, et al., 2012; López, 2018).
- Minería: actividades relacionadas solamente a la extracción de productos como metales, petróleo y demás recursos del subsuelo (Pereira Morales, et al., 2011).
- Silvicultura: integran todas las actividades que restauran, manipulan, protegen y promueven la regeneración de la composición, estructura y crecimiento de los bosques (Bauhus et al., 2009; Bannister et al., 2016).

Sector Secundario

Hace referencia a aquellas “actividades productivas que realizan un proceso de transformación de las materias primas” (Scala Higher Education S.C, 2011) para así obtener productos terminados o semi-elaborados, este es considerado el sector industrial de la economía, los elementos del mismo se encuentran integrados por infraestructura, comunicaciones, transporte, servicios de electricidad, agua, alcantarillado industrias de alimentos, bebidas, textiles, papel, artes gráficas, materiales metálicos y no metálicos, bienes de capital. (Atucha & Lacaze, 2018).

Se clasifican en dos sub-sectores como el industrial extractivo de minerales y petróleo y de transformación que incluye envasado, embotellado, fabricación de abonos, vehículos, cementos, etc. (Red Cultural del Banco de la República en Colombia, 2000).

Sector terciario

Considera las actividades económicas que no produce bienes de características tangibles sino intangibles, en otras palabras, se refieren a los servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la sociedad, igualmente vitales para el adecuado funcionamiento de la economía, cuya producción supone la generación de un valor adicional (Pereira Morales, y otros, 2011; Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado - INTEF, 2011)

Entre las actividades que se destacan en este sector son el comercio donde los productos terminados de los anteriores sectores pueden llegar a los consumidores finales, también están los restaurantes, hoteles, las relacionadas al sector financiero, servicios de educación, etc. (Red Cultural del Banco de la República en Colombia, 2000).

1.5.3. Producción artesanal

1.5.3.1. Artesanía

Según Roncancio (2007) el término artesanía hace referencia al resultado de la creatividad e imaginación, plasmado en un producto cuya elaboración es de origen natural, con procedimientos y recursos manuales, y que tras ellos esconden una extensa y compleja historia con una gran riqueza cultural debido a sus peculiaridades.

A lo largo del tiempo los artesanos han visto este oficio como un medio de subsistencia y sustento, en las artesanías comparten elementos culturales de su comunidad ya sea en su color, uso, técnica tradicional, material utilizado o todos los detalles con su simbolismo inmerso en dicho producto que llama la atención a sus receptores (Roncancio, 2007).

Según Hoyos (2016), es posible visualizar a la artesanía desde tres dimensiones:

- El artesano: sujeto creador y generador de cultura.
- Actividad artesanal: es el procedimiento mediante el cual se llevan a cabo los métodos y prácticas artesanales ancestrales y contemporáneas, una forma de vida del artesano.
- Producto artesanía: resultado de la actividad artesanal que expresa la identidad de la cultura nacional, regional o local.

Las artesanías son fundamentales para preservar la identidad de un pueblo y apropiación de la historia, es el mismo arte que como forma de expresión intenta transmitir la emoción, memoria y tradiciones. El artesano es el artista, por su parte es el responsable de utilizar coherentemente su habilidad en un constante vínculo entre mano y cabeza respetando y salvaguardando cada detalle como un trabajo manual especializado que constituye la identidad de su cultura el cual debe encarar a los conflictivos patrones objetivos de excelencia. (Freitag, 2014; Sennett, 2009).

A través del tiempo la historia ha trazado límites entre práctica y teoría, técnica y expresión, artesano y artista, así también proporciona recomendaciones sobre la forma de utilización de herramientas, movimientos corporales y la importancia de varios materiales, todo ello con el objetivo de plantear una nueva alternativa viable sustentable de vida.

Porque como lo indica Sennett (2009) es necesario también tomar en cuenta que la humanidad se encuentra en una crisis ambiental de autodestrucción, por ende, hay que hacerlo frente mediante una forma más sostenible y sustentable convirtiendo a la población en buenos artesanos en equilibrio, armonía y reconciliación con los recursos que proporciona la naturaleza.

1.5.3.2. Producción

La producción en términos económicos hace referencia al conjunto de actividades tales como fabricación, transporte, almacenamiento y venta de bienes que realiza toda empresa mediante la utilización de factores de producción que tendrán como resultado productos terminados o semielaborados con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores (Mochón, 2007).

De acuerdo con Flores (2009) un sistema de producción es considerado como un método o proceso que lleva a cabo una organización para la transformación de recursos en productos y servicios. Este puede clasificarse dependiendo la intervención de la persona, puede ser manual, semiautomático y automático.

- Manual: donde el ser humano efectúa directa e íntegramente todas las actividades de producción.
- Semiautomático o Semi tecnificado: donde tanto personas como maquinaria participan en el proceso de fabricación distribuyéndose actividades.
- Automática o Industrial: donde la maquinaria es la encargada de realizar todas las operaciones limitando la intervención del ser humano.

1.5.3.3. Clasificación de la producción artesanal

Por otro lado, el Departamento Nacional de Planificación (2006) clasifica la producción artesanal de tres maneras tales como en artesanía indígena, artesanía tradicional y artesanía contemporánea.

- Artesanía indígena: hace referencia a las artesanías que expresa la identidad cultural de los pueblos indígenas, es ciertamente un poco cerrada y los saberes son transferidos a las siguientes generaciones además de que la producción es limitada debido a la exclusividad de sus diseños.
- Artesanía tradicional: este tipo de artesanías son llevadas a cabo por comunidades mestizas y negras, cuyas técnicas y rasgos conservan la influencia europea. Asimismo, poseen una alta capacidad de producción con precios competitivos que los ha mantenido de pie frente a su competencia en el mercado.
- Artesanía contemporánea: son el tipo de artesanías en el cual intervienen herramientas técnicas y estéticas provenientes de distintos contextos sociales, culturales y económicos, es una manera de elaboración de artesanías incluyendo tecnología, creatividad y una mayor calidad en sus productos finales.

Es así como la actividad económica artesanal resulta ser el vínculo entre la importancia económica con la industria cultural, debido a que la misma no solamente favorece el desarrollo económico de un país, creando más plazas de empleo y generando ingresos, sino que también contribuye en la transmisión y preservación de las raíces culturales y a su vez de la protección de la identidad de la nación.

1.5.3.4. Producción artesanal en Ecuador

Tal como lo expone García Canclini (1982) los productos artesanales fabricados en Latinoamérica han sido expresiones culturales y económicas de los pueblos indígenas, debido a dos razones, la primera, una histórica debido a que su procedimiento pertenece a la época precolombina y la segunda estructural por la lógica del apareamiento del capitalismo. Además de que las causas del apareamiento de la transformación de las

artesanías fueron la obsoleta estructura agraria, requerimientos de consumo, el promover el turismo y el reconocimiento a nivel externo.

La producción textil de los otavaleños se manifiesta antes de la conquista, mucho antes de la llegada de los Incas, los habitantes de Otavalo junto con otros pueblos indígenas trabajaban en tejido de cobijas y mantas de algodón, los cuales conseguían a través del comercio con los pueblos de la Amazonía (Buitrón & Collier, 2015).

A inicios de 1560 aparecen algunos aspectos relacionados con la producción textil como una de las principales actividades de la Real Audiencia de Quito, como Moreno (2007) lo indica, el primer obraje posiblemente fue el de Chimbo que se estableció por 1564. Asimismo, fueron apareciendo los primeros grupos de artesanos del sector rural donde se asentaba la principal producción artesanal del Ecuador, que abastecían de textiles a pequeños talleres artesanales de Otavalo, Cuenca y Loja (Moreno, 2007).

En la década de 1620 se funda el obraje de Peguche o más conocido como “Obraje Mayor” debido al “convenio notarizado mediante escritura pública firmada en Quito el 7 de noviembre de 1564” (Moreno, 2007), este en conjunto con los obrajes de Otavalo se dedicaban a la fabricación del paño azul, producto que se enviaba en grandes cantidades a la Real Audiencia y estos a su vez se entregaban en el mercado local y se exportaban a países vecinos (Cisneros, 1990).

En la época colonial, Otavalo poseía una gran cantidad de obrajes bajo su jurisdicción, en conjunto con Peguche se manufacturaban más de 200.000 varas de tejido por año, los cuales se enviaban a Popayán, Chocó y Barbacoas, sin embargo se percibió bastante injusticia y opresión en las fábricas donde los artesanos en su mayoría indígenas laboraban en condiciones deplorables cuyo dinero era consumido en tributos (Cisneros, 1987). Es por ello que se crean aun con mayor fuerza gremios y asociaciones propias que defendieran sus intereses y mejoraran sus condiciones económicas de vida (Cuvi, 1985).

De acuerdo con D'Amico (1991) por los años de 1990 Cuenca y Otavalo eran los dos principales centros turísticos y artesanales en Ecuador, sus configuraciones culturales en ambos lugares demostraron transformaciones relevantes en la historia, pese a que la tendencia en Cuenca se dirigía hacia la aculturación, esta provincia padeció el más drástico exterminio de población indígena e ideologías ancestrales, estragos debido a la llegada de españoles a su territorio. Otavalo por su parte considerada como la cuna de resistencia

indígena donde sus habitantes aún conservaban su identidad cultural en su diario vivir, reflejaban esto en las ferias realizadas los sábados donde no solo comercializaban sus textiles, sino que también eran espacios de interacción intercultural a nivel nacional como internacional, era un enfoque inclinado más a la pluralidad (D'Amico, 1991).

Con el tiempo la actividad textil que incluía hilado, tejido y teñido, fabricado por los otavaleños, eran adquiridos por compradores externos y por los mismos habitantes, quienes lo utilizaban como vestimenta en su diario vivir, esto fue reduciéndose por comodidad o precio, los ponchos de los hombres eran un poco pesados y los reemplazaron por unos más livianos y de baja calidad con un precio más asequible. Varias artesanías dejaron de producirse, la expansión de la producción capitalista de Otavalo no solo llevó a que se desarrollen varias fuerzas productivas, también provocó el reemplazo del autoconsumo, ocasionando que unos opten por cambiar de materiales, maquinaria y de la producción misma para así acoplarse a los nuevos requerimientos del mercado, otros solamente tomaron la decisión de adentrarse en el mundo del proletariado (Meier, 1996).

Pese a que cada uno de estos cambios ha intentado sustituir el proceso de fabricación o las artesanías características de Otavalo, también han traído consigo más oportunidades de mejoramiento de recursos para la fabricación de los productos y la expansión hacia mercados extranjeros de varios emprendimientos independientes.

Según Cisneros (1991) en la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, específicamente en Peguche y las comunidades aledañas a la cabecera parroquial, la producción textil y su comercialización ha sido una de sus actividades económicas más importantes y que los ha llevado a ser reconocidos regionalmente. Sin embargo, con el paso del tiempo la necesidad de incrementar el volumen de producción de artesanías llevó a que varios artesanos opten por mecanizar ciertos procesos. José Manuel Jijón dueño del obraje de Peguche en el año de 1840, decidió convertir su obraje en una fábrica al adquirir maquinaria de Europa que ayudaría en el proceso de producción como abrir la lana, cardarla, hilarla, y darle mejores acabados, así también se fueron innovando los diseños para que estos atraigan la atención de una mayor cantidad de clientes.

No obstante, este cambio industrial de máquinas también significaba un aumento en la compra de materia prima que solvente la producción, es por ello que su adquisición era asumida por aquellos ex artesanos más acaudalados, mientras tanto en otras comunidades los artesanos seguían y continúan hasta ahora tejiendo en telares de pedales, que pese a

las nuevas adiciones de maquinaria de su competencia, estas no alcanzan los mismos resultados de las artesanías tradicionales (Cisneros, 1991).

Aun así, la parroquia mantiene viva tanto su actividad textil tradicional como mecanizada, adoptada para los años de 1970 y manteniéndose en algunos casos hasta ahora, clasificada de acuerdo con las artesanías que realizaban en cada comunidad, por ejemplo las bufandas eran fabricadas en Cotama y La Bolsa; fajas en La Compañía, Arias Uku y Yakupata; cubrecamas, fajas y tapices en Agato, además con dichas fajas confeccionaban bolsos; chales y chalinas en Quinchuquí, cortinas y arbolitos en Chimbalo; por su parte en Guanansi y también Cotama se hacían manillas y cintas para el cabello. Todos y cada uno de estos productos ayudaron a reflejar la vida de las comunidades indígenas y darla a conocer al mundo, en muchos y por no decir todos los casos, esta actividad económica mejoró las condiciones de vida de sus habitantes evitando caer en el proletariado y ayudando a mantener al hogar tranquilamente (Cisneros, 1991).

1.5.4. Comercio

1.5.4.1. Orígenes del hombre en el comercio

Los incipientes intercambios comerciales comenzaron “hacia la segunda mitad del I milenio a.C. por influencia de persas y griegos, (Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2008) entre las zonas de Egipto, Mesopotamia y Fenicia, el cual “comenzó en el Periodo Predinástico hacia 6000 – 3150 a.C.” (Mark, 2009) El comercio comenzó a expresarse entre pueblos que residían en distancias lejanas y donde no se relacionaban entre pobladores y se lo realizaba mediante trueques entre los mismos habitantes basado en un estándar de valor en el que ambas partes consideraban justo y con el único objetivo de satisfacer las necesidades de consumo (Mark, 2009).

Más adelante los babilonios utilizaron un sistema de trueque mejorado donde se llevaba el intercambio de los bienes por comida, té, armas y especias entre ellos la sal una de las más preciadas, los europeos por su parte intercambiaban artesanías y pieles a cambio de sedas y colonias. Luego de la invasión persa del año 525 a.C. la moneda o dinero tomó su lugar, pero sin dejar de lado el trueque sino convirtiéndose este en uno más organizado y mayormente utilizado en las costas del Mar Mediterráneo, cambiando su objetivo por uno de lucro (Ayala, 2018).

En la Edad Media el derecho mercantil hacía referencia al derecho del comercio, entendido como el “conjunto de normas que regulan los actos de intermediación entre productores y consumidores ejercidos habitualmente” (León Tovar & González García , 2018). El concepto consideraba al derecho comercial como un derecho de los comerciantes, por y para ellos, este era ejercido por mercaderes y artesanos, en ferias y mercados convertidos en centros de fabricación, consumo e intercambio en las principales ciudades de Europa (León Tovar & González García , 2018).

Por otra parte, en Latinoamérica se desarrolló un escenario distinto. El poblamiento del continente tuvo una larga duración y trajo consigo una gran variedad de culturas y pueblos indígenas cada una de ellas con su propio desarrollo socioeconómico basado inicialmente en sus conocimientos en la agricultura y trabajos en cerámica hasta el comienzo de la conquista europea, donde pese a que las conocidas expediciones terminaron en la explotación de los habitantes nativos se definen los “cinco sectores básicos la economía natural campesina y comunal; producción mercantil simple; esclavitud patriarcal y de plantación; producción agraria feudal o semifeudal” (Vilaboy, 1997).

Específicamente en Ecuador, de acuerdo con Mejía (1975) vestigios afirman que se encontraron los primeros asentamientos en la Sierra y Costa donde la agricultura era la primera, principal y actividad base de subsistencia desde milenios atrás mucho antes de las consiguientes expediciones extranjeras. La misma agricultura permitió que los habitantes pudieran aumentar sus reservas de bienes, lo que trajo una sobreproducción que serviría como base para el establecimiento de la división social del trabajo y con ella abrió la oportunidad al desarrollo de actividades artesanales tales como la cerámica, textiles y alfarería (René, et al., 1975).

Según Mejía (1975) el comercio en las distintas regiones del Ecuador tenía sus diferencias, en el caso de la Sierra resultaba bastante complicado por dos razones la primera debido a la similitud de las economías y la segunda porque los caminos llenos de hoyas y cordilleras obstaculizaban su transporte. En cambio, en el Litoral los restos indican que sí existió un notable intercambio cultural y comercial; ambos escenarios mediante el trueque.

Luego de ello, la época de conquista española significó un avance en el desarrollo económico de la agricultura y labrado de metales, debido a la introducción de la moneda, la cual revolucionó la forma y volumen de las transacciones comerciales, alcanzando un desarrollo importante a través del tiempo. (Instituto de Investigaciones Jurídicas de la

UNAM, 2013). La evolución del comercio ha ido trascendiendo de una forma relevante, en un inicio como imperativo para la subsistencia de la humanidad, pero luego, en virtud de las nuevas necesidades que el ser humano ha ido adquiriendo con el pasar del tiempo.

Es así como, su definición también ha ido adquiriendo distintas connotaciones, según la Real Academia Española el comercio hace referencia a la “negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías” (2001), en general se considera al comercio como la actividad social y económica perteneciente al sector secundario en el cual se genera el intercambio de bienes o servicios ya sea entre personas o países con el fin de solventar sus requerimientos más básicos.

Asimismo, existen diferentes concepciones sobre su significado, en el lado de la economía el término comercio “se lo entiende como el resultado entre oferta y demanda de bienes” (Raffino, 2019) o servicios, también se lo considera como el “conjunto de operaciones de intercambio de bienes y servicios que se requieren para la satisfacción de necesidades en general” (Ramírez, 2005) con el único fin de adquirir lucro, debido a que en él toma un importante puesto los medios de pago, en un pasado eran las especias, conchas o metales, ahora estos se han transformado en dinero, cheques, tarjetas, entre otros medios bancarios.

En el sentido jurídico de comercio, su concepto varía según la ley de cada país, es así que de acuerdo al Código de Comercio de Ecuador establecido por la Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2019) es considerado acto de comercio con efecto legal, a la compra de bienes muebles con destino a enajenarlos, ser enajenados, arrendados o subarrendados, a la participación como asociado en el establecimiento de una sociedad comercial; a la producción, transformación, fabricación y comercialización de bienes; al transporte de los mismos e individuos; y todos los actos “relacionados a actividades o empresas de comercio y/o ejecutados por cualquier persona con el objetivo de asegurar el cumplimiento de las obligaciones comerciales” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2019).

1.5.4.2. Clasificación del comercio

Entendiendo su significado desde varios puntos de vista es posible clasificar al comercio por distintos criterios, según el lugar de los intervinientes, de acuerdo con el medio en que se efectúa y por el volumen de mercadería.

Por el lugar de los intervinientes

Se encuentra el comercio interior, interno o nacional y el comercio exterior, el primero hace referencia a la “actividad económica que supone un intercambio de bienes y servicios a cambio de un valor monetario y que se desarrolla entre los individuos que pertenecen a un mismo país, con una misma jurisprudencia” (Instituto Geográfico Nacional, 2019) y donde se encuentran regidos por las pautas comerciales nacionales. Este tipo de comercio se lleva a cabo en un marco de pequeña y gran escala, pero más se enfoca una escala de menor producción.

Por otro lado, el comercio exterior consiste en el “intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar este se ha de atravesar la frontera” (Bustillos, 2014), es decir es el intercambio de bienes entre personas pertenecientes a dos o más países provocando así una salida y entrada de mercancías conocidas como exportaciones e importaciones en los mismos (Mendoza Juárez, Hernández Villegas, & Pérez Méndez, 2014).

Por el medio en que se efectúan

Para el comercio de mercancías existen tres únicos medios para que lleguen a su destino tales como, terrestre, aéreo y marítimo. El transporte terrestre que incluye el tráfico por vía férrea es la más utilizada siempre cuando las distancias no sean muy largas y las carreteras favorezcan la captación de las mercancías y su traslado. El transporte aéreo pese a su costoso valor ha tenido mayor acogida en los últimos años, esto debido a la aparición y al aumento de determinadas economías de escala y resulta más eficaz para el transporte de productos de suma urgencia. El transporte marítimo por su parte es uno de los más ocupados debido a su bajo costo para el transporte internacional de mercadería en su mayoría de productos secos, no perecederos y aquellos que no sean de suma urgencia (Sertrans Servicio de Transporte, 2018).

Por el volumen de mercancías

Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2002) las actividades comerciales se clasifican en dos sectores, mayoristas y minoristas.

El primero también conocido como distribuidores de fábrica o abastecedores de mercaderías, son aquellos dedicados a la comercialización y adquisición en grandes cantidades de bienes de consumo intermedio con el fin de ser vendidos a comerciantes, distribuidores, fabricantes de productos y servicios a un menor costo. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010).

El segundo sector constituido por agencias, depósitos, tiendas, mercados o unidades económicas dedicadas a la adquisición y comercialización en su mayoría de bienes de consumo final o sin transformación con el objetivo de ser vendidos a personas y familias. Estos también pueden brindar servicios de venta en conjunto con actividades de empaquetado, envasado y servicio a domicilio y aquellos comerciantes sin un establecimiento sino son promocionados vía online, catálogo, telefónica, personalizada, etc. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010).

1.5.4.3. Actores de la actividad comercial

En general, en el momento en que se lleva a cabo la transacción de bienes o servicios intervienen en este proceso algunos actores, entre ellos se encuentra el fabricante del producto, el distribuidor mayorista, el detallista, consumidor final, a continuación, se proporcionará una breve explicación acerca de ellos.

Fabricante

Persona o personas que llevan a cabo el proceso de elaboración o transformación de factores de producción y lo convierten en bienes. Se ocupan dos canales de distribución, el canal de distribución directo que hace referencia a entregar el producto al consumidor final aplicando el precio que le parezca conveniente, y el canal de distribución indirecto donde el fabricante se acopla a los precios señalados por los distribuidores mayoristas, minoristas, acopiadores y entrega sus mercancías para que ellos lo comercialicen (Universidad de Buenos Aires, 2016).

Distribuidor mayorista

Los distribuidores mayoristas son aquellas personas que actúan como agentes intermediarios entre productores y mercados minoristas, cuya actividad económica se

encuentra basada en la adquisición y comercialización de bienes al por mayor a minoristas u otros fabricantes mas no a los consumidores finales. Los mayoristas pueden constituirse como empresas y también asociarse con otros integrantes de canales de productores o distribuidores (Godas, 2007)

Detallista o minorista

El detallista o minorista son aquellas personas que comercializan el producto en pequeñas cantidades o para uso personal del consumidor final en algún punto de venta (Universidad Interamericana para el Desarrollo, 2006).

Consumidor final

El consumidor final o particular es aquella persona u organización que dispone o hace uso directo del producto o servicio entregado, es el resultado de todo un largo o corto canal de distribución.

Empresa Individual, Asociación y Corporación

Del mismo modo, existen ciertas formas de establecer dicha actividad económica, la primera es individualmente o de propiedad única donde el dueño de manera personal y por cuenta propia toma las decisiones y posee control total de todo lo que concierne dentro de la organización que al no requerir de directores o accionistas funciona como una estructura informal a diferencia del caso de las asociaciones (Carter, 2018).

La segunda es creada mediante una asociación conformada por dos o más personas que asumen la responsabilidad de manejar conjuntamente la empresa debido a que para su funcionamiento, estos asociados aportarán proporcionalmente el esfuerzo que desean sea devuelto. En este tipo de asociaciones incluye también la colaboración entre empresas formando una asociación empresarial lo que incrementa y mejora el intercambio de ideas, proyectos conjuntos que van surgiendo entre los miembros de las agrupaciones (Asociación Navarra de Empresas de Consultoría, 2017).

La tercera es la corporación con estructuras de negocios más conocidas con uno o más propietarios, su estructura más organizada consta de accionistas, directores, funcionarios

y empleados, mediante una selección se forma una junta de directores, constituyendo un consejo de administración este es el encargado de optimizar los recursos e incrementar el rendimiento de los accionistas, asimismo los oficiales deben llevar a cabo las decisiones votadas y tomadas por los mandos superiores de la empresa (Carter, 2018).

Cada vez los productos están más diversificados y las magnitudes cuantitativas de las transacciones de las mercancías son estadísticamente crecientes y relevantes.

1.5.4.1. Canal de distribución

El canal de distribución o canal de marketing hace referencia a “un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio esté disponible para su uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial” (Armstrong & Kotler, 2013) donde cada decisión relacionado al canal influyen directamente a toda decisión de marketing, estos a su vez involucran compromisos largo plazos con distintas empresas, es por ello que la creación y aplicación del canal de distribución debe ser trabajado de forma cuidadosa tomando en cuenta escenarios actuales y futuros, a continuación en la **Figura 1** se visualizan los canales de distribución para bienes de consumo.

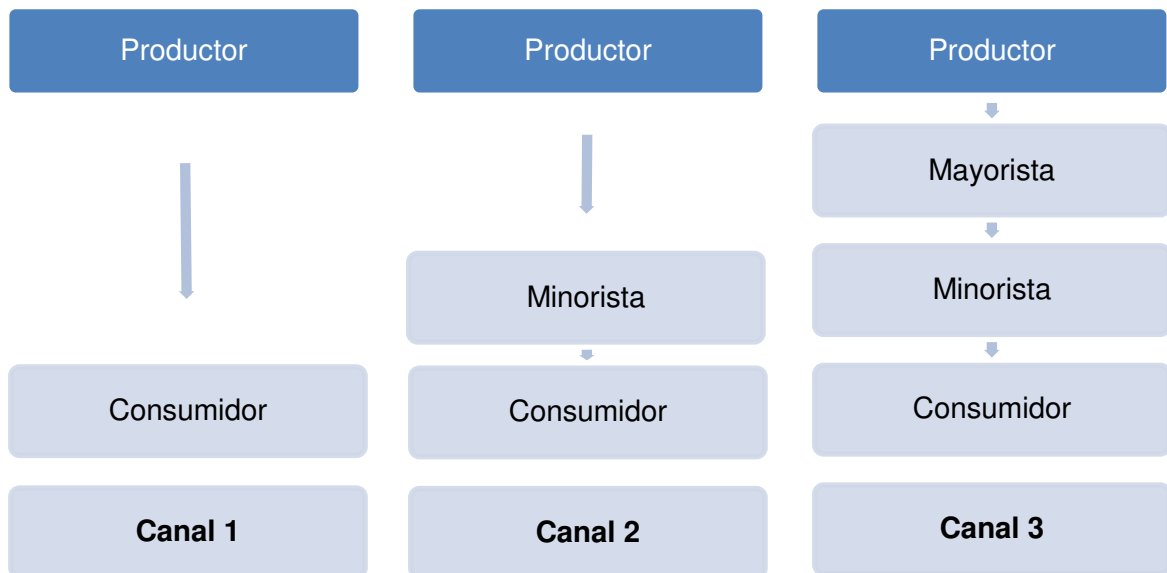


Figura 1 - Canales de distribución al consumidor (Armstrong & Kotler, 2013)

Los canales mostrados en la **Figura 1** son sistemas conductuales constituidos por entidades y personas que interactúan con el fin de alcanzar los propósitos individuales y colectivos. “Estos sistemas no son inmóviles cada vez surgen nuevos tipos de intermediarios y algunos sistemas de canal evolucionan en su totalidad” (Armstrong & Kotler, 2013)

1.5.4.2. Cadena Productiva

La cadena productiva es un conjunto estructurado de procesos de producción, donde cada uno de estos eslabones están constituidas por un conjunto de unidades productivas con responsabilidad de llevar a cabo alguna de las fases del proceso de producción, donde como primeros eslabones se encuentra la adquisición de materia prima o la producción de insumos como siguiente punto se encuentra el eslabón de distribución o para ciertos casos de comercialización de la materia prima, luego se encuentra el eslabón de fabricación de un producto inicial, por consiguiente se encuentra la venta final y como último eslabón se encuentra el eslabón de consumo es decir cuando llegan a los consumidores finales, esto se ve representado en la **Figura 2**.

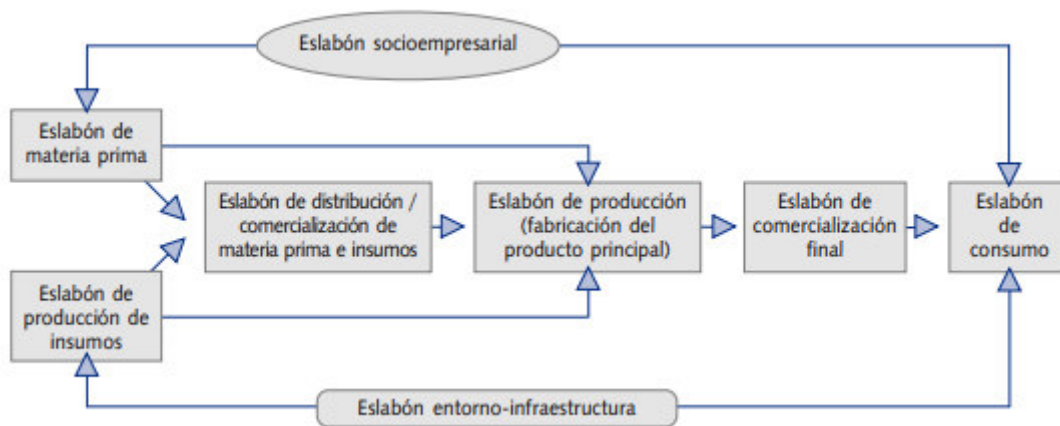


Figura 2 - Esquema de una cadena productiva
(Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial ONUDI, 2004, pág. 29)

De hecho, “si bien las cadenas productivas de diferentes tipos de bienes pueden presentar diferencias sustanciales entre sí, el esquema de eslabones resulta adecuado para describir una amplia gama de productos” (Castro, 2010). Las cadenas productivas se elaboran dependiendo del sector, territorio y tipo de cadena, no se mantienen estáticos siempre varían.

1.5.5. Lugar de estudio

1.5.5.1. Cantón Otavalo

Con el paso del tiempo la provincia de Imbabura con una superficie terrestre de 4.619,03 kilómetros cuadrados (GAD Provincial de Imbabura, 2015) ha ido incrementando la cantidad de sus habitantes consolidándose según proyecciones hasta el 2019 con un total de 470.129, divididos políticamente en seis cantones estos a su vez se segmentan en 36 parroquias rurales y 6 parroquias urbanas. El cantón Otavalo se denota como el segundo cantón más poblado atribuyéndole a su territorio de acuerdo con proyecciones, alrededor de 124.140 personas de los cuales un 62,47% corresponde a una población rural y un 37,53%. a una población urbana (Secretaría Nacional de Planificación de Desarrollo, 2017).

Otavalo, por mucho tiempo ha sido sede de la producción textil, este cantón como bien fue informado por asambleas parroquiales ha concentrado y alberga hasta ahora una gran cantidad de personas dedicadas a este oficio artesanal, provenientes de siete comunidades diferentes, en su mayoría rurales y pertenecientes a la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas como se puede apreciar en la **Figura 3** (GAD Otavalo, 2015).

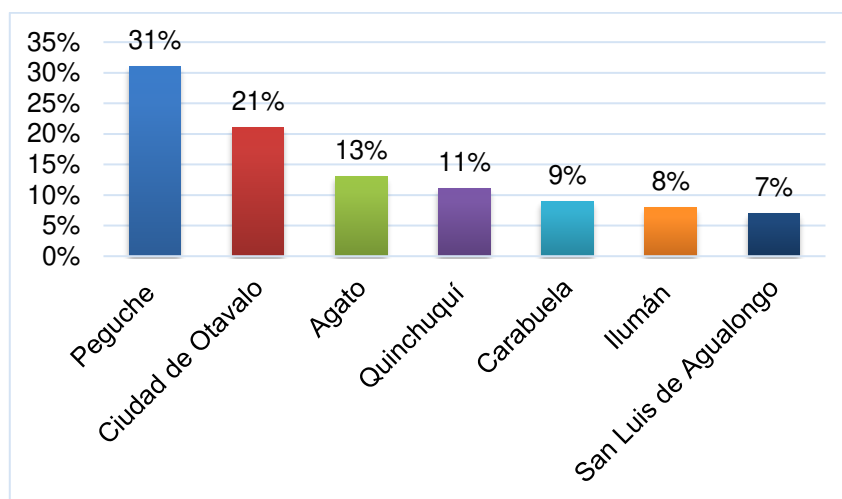


Figura 3 - Concentración de la producción artesanal de Otavalo (PDOT Otavalo, 2015)

Asimismo, se puede notar en la **Figura 3** que, Peguche es la comunidad que encabeza la lista con un 31% de actividad artesanal a nivel parroquial, seguido por la ciudad de Otavalo,

Agato, Quinchuquí, Carabuela, Ilumán y culminando con un 7% en la comunidad de San Luis de Agualongo. (GAD Otavalo, 2015).

1.5.5.2. Parroquia Doctor. Miguel Egas Cabezas

La parroquia de artesanos llamada Doctor Miguel Egas Cabezas se encuentra situada en el Cantón de Otavalo, provincia de Imbabura a unos 2 km de la ciudad de Otavalo y a 92 km de la ciudad de Quito. Esta parroquia fue creada el 30 de septiembre de 1947, de acuerdo con el decreto No. 657 del 30 de abril del año anterior. Sus límites corresponden al Norte la parroquia rural de San Juan de Ilumán, específicamente por la quebrada de Ilumán bajando hasta la panamericana, al Sur desde el puente de Agato en dirección al Imbabura hasta llegar a Pushik Waycu; al Este colindan con las parroquias San Miguel de Ibarra y la Esperanza (cantón Ibarra) y al Oeste por la vía principal de entrada a la comunidad de San José de la Bolsa hasta el sector el Establo (GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, 2015).

De acuerdo con proyecciones al 2019 acoge aproximadamente a 5780 habitantes, su territorio cuenta con una extensión de 978,6 hectáreas o 9,79 kilómetros cuadrados, en la misma residen siete comunidades indígenas y seis barrios alrededor de la cabecera parroquial, entre ellas se encuentran las comunidades de Peguche, Quinchuquí, Agato, Fakcha Llakta, Arias Uku, San José de la Bolsa y Yaku Pata; considerándose también los barrios pertenecientes a la comunidad de Peguche: Barrio Central, Tawantinsuyu, Imbaquí, Obraje, Atahualpa, Peguche Tío, Santa Lucía como se muestra a continuación (GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, 2015).

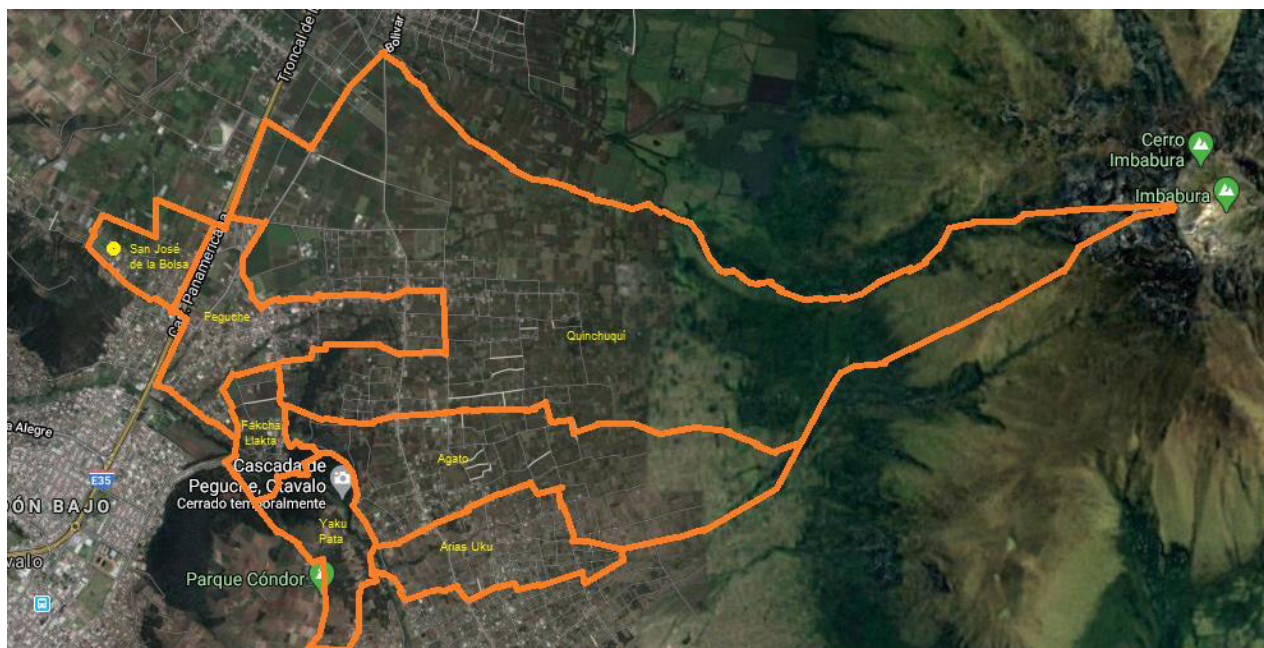


Figura 4 - Ubicación geográfica Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas [Mapa]
Elaborado con base GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas (2015)

Tabla 1 – Número de familias de la Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas

| Comunidad | Número de Familias |
|--|--------------------|
| Peguche y los Barrios Tawantinsuyu, Imbaquí, Obraje, Atahualpa, Peguche Tío, Santa Lucía | 924 |
| Agato | 888 |
| Quinchuquí | 846 |
| Arias Uku | 221 |
| San José de la Bolsa | 159 |
| Yaku Pata | 79 |
| Fakcha Llakta | 72 |
| Total | 3188 |

Elaborado con base en GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas (2015)

Como se aprecia en la **Tabla 1**, existe un total de 3.188 familias en toda la parroquia, Peguche constituye la zona más poblada compuesta por 924 familias y Fakcha Llakta concluyendo la lista con solamente 72 familias (GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, 2015).

Trabajo y Empleo

El incremento de la población trajo consigo la búsqueda y desarrollo de otras actividades económicas ya sean con el objetivo de buscar nuevos medios de subsistencia o por el impulso de nuevos programas de fomento ocupacional por parte del estado. Entre las

ocupaciones de los habitantes de la zona como lo muestra la información presentada en la **Figura 5** se encuentra la manufactura, la agricultura y ganadería y el comercio, la construcción, la enseñanza, el transporte y almacenamiento, las actividades de alojamiento y servicio de comidas, las actividades de los hogares como empleadores, la administración pública y defensa, las actividades de la atención de la salud.

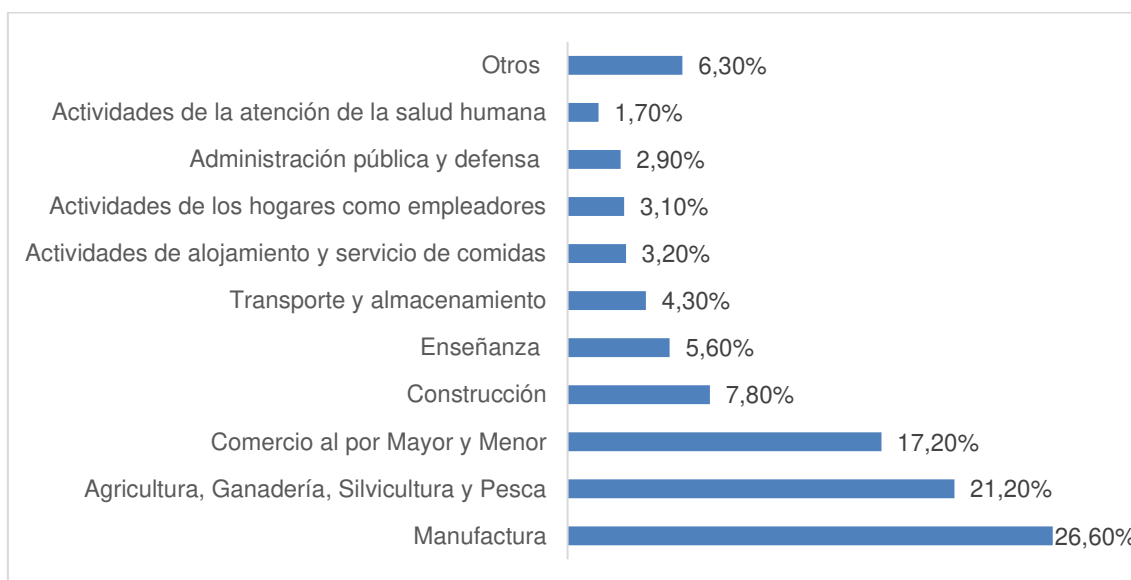


Figura 5 - Población Ocupada por Rama de Actividad (cantón Otavalo)
(PDOT Otavalo, 2015)

En la **Figura 5** es posible visualizar la relación existente entre los sectores económicos y la Población Económicamente Activa (PEA), la lista aún sigue siendo encabezada por las actividades de manufactura en un 26,6%, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en un 21,2% y el comercio al por mayor y menor en un 17,20%, superando por varios puntos al resto de actividades económicas. De igual forma la **Figura 5** muestra una gran parte del PEA condensada en las industrias manufactureras es decir en el sector secundario por otro lado el comercio alcanza el tercer lugar, pero así también se ha encontrado que el mismo mantiene una estrecha relación con la manufactura.

Para el caso del mercado laboral de los habitantes de la parroquia Miguel Egas Cabezas, es posible visualizar en la **Figura 6** que el 76,80% de la población que corresponde a 4.439 personas se encuentran en edad de trabajar (PET), es decir, aquellos con una edad superior a los 15 años y un restante de 1.341 personas son menores de 15 años.

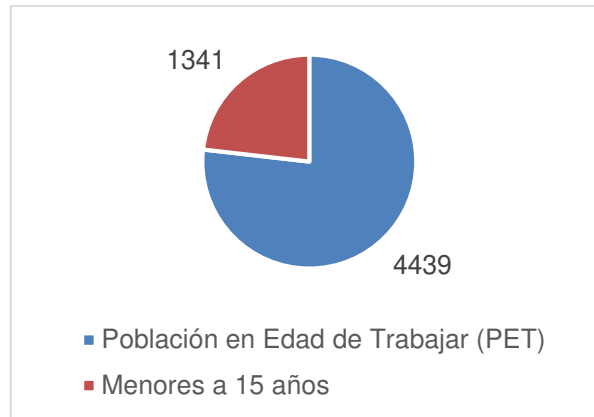


Figura 6 - Población en edad de trabajar y menores a 15 años (GAD Dr. Miguel Egas Cabezas, 2015)

Por lo que se refiere a la PEA, ésta constituye un 43,3% de la población de la parroquia y de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018) el PEA se encuentra integrado por personas mayores a 15 años, que trabajaron al menos una hora en la semana (empleados u ocupados) y personas que aunque estén sin empleo, tienen disponibilidad y en búsqueda de trabajo (desempleados). El restante se encuentra constituida por la Población Económicamente Inactiva - PEI son aquellos que no están trabajando, tampoco buscan un empleo y no tienen disponibilidad para laborar, esta categoría comprende a amas de casa, estudiantes, jubilados, etc. A continuación, en la **Figura 7** es posible distinguir la proporción entre el PEA Y PEI en la parroquia.

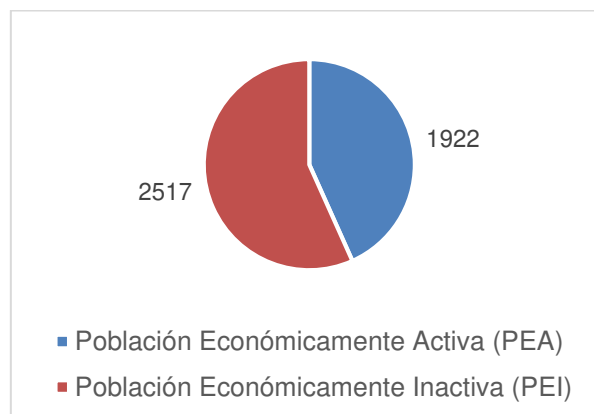


Figura 7 - Población Económicamente Activa e Inactiva (GAD Dr. Miguel Egas Cabezas, 2015)

De acuerdo con la información representada en la **Figura 7**, el PEA de la parroquia está constituida por un 43,30% de la población total, dando como resultado alrededor de 1.922 personas y un 56,7% está constituida por PEI que equivale aproximadamente a 2.517 personas. Para el caso del PEA existente un 96,3% se identifica como la población ocupada

y el restante 3,74% por población desocupada. Asimismo, es importante indicar que este valor del PEA está compuesto por una población masculina de un 56,5% equivalente a 1.086 hombres y una femenina del 43,5% que corresponde a 836 mujeres, como se muestra en la **Figura 8**.

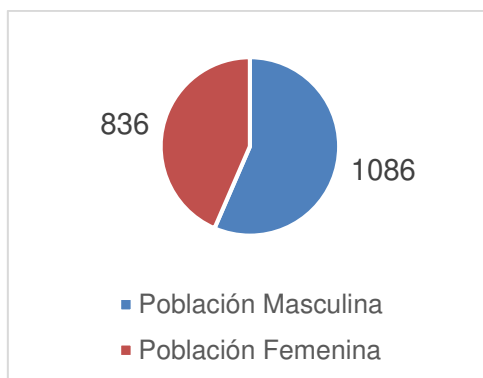


Figura 8 - PEA por género
(GAD Dr. Miguel Egas Cabezas, 2015)

Por lo que se refiere a la PEA por rama de actividad se puede visualizar que la población de la parroquia de Doctor Miguel Egas Cabezas se ha inclinado por varias actividades económicas, a continuación, en la **Tabla 2** es posible visualizar la distribución de la PEA en las distintas actividades económicas para el año 2010 y para las proyecciones del 2019.

Tabla 2 - Concentración de Actividades Económicas del PEA

| Rama de actividad (Primer nivel) | % | 2010 | 2019 |
|---|------|------|------|
| Industrias manufactureras | 56,7 | 921 | 1089 |
| Comercio al por mayor y menor | 10,9 | 178 | 210 |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 10,8 | 175 | 207 |
| No declarado | 5,4 | 88 | 105 |
| Construcción | 3,7 | 61 | 72 |
| Trabajador nuevo | 3,0 | 49 | 58 |
| Enseñanza | 1,4 | 23 | 27 |
| Actividades de los hogares como empleadores | 1,1 | 19 | 23 |
| Actividades de alojamiento y servicio de comidas | 1,1 | 18 | 22 |
| Administración pública y defensa | 0,9 | 15 | 17 |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo | 0,8 | 13 | 15 |
| Actividades de la atención de la salud humana | 0,7 | 11 | 13 |
| Transporte y almacenamiento | 0,6 | 10 | 12 |

| | | | |
|--|------------|-------------|-------------|
| Actividades profesionales, científicas y técnicas | 0,6 | 9 | 11 |
| Otras actividades de servicios | 0,5 | 8 | 10 |
| Información y comunicación | 0,4 | 7 | 8 |
| Actividades financieras y de seguros | 0,4 | 6 | 7 |
| Artes, entretenimiento y recreación | 0,4 | 6 | 7 |
| Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos | 0,3 | 5 | 6 |
| Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales | 0,05 | 1 | 1 |
| Actividades inmobiliarias | 0,04 | 1 | 1 |
| Explotación de minas y canteras | 0,05 | 1 | 1 |
| | | | |
| Total | 100 | 1625 | 1922 |

Elaborado con base en Instituto de Estadísticas y Censos INEC (2018)

Actualmente los hogares de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas se dedican en su mayoría a la producción textil constituyéndose un 56,7% de dicho PEA lo que equivale a 1.089 para el año 2019, siguiendo la lista se encuentra en segundo lugar el comercio al por mayor y menor con un 10,9% es decir alrededor de 210 personas y en tercer lugar la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un 10,8% que corresponde a 207 habitantes. Del mismo modo existen otras ramas con una escasa significación como la construcción que cuenta con 72 personas ya que solamente representa un 3,7% del PEA y por lo más bajos otros como las actividades inmobiliarias apenas con un 0,04%.

Se puede notar que las actividades económicas concernientes a la agricultura constituyen un bajo porcentaje, debido a que no resulta económicamente efectivo, los precios fluctúan constantemente y el esfuerzo del agricultor no se ve reflejado en las retribuciones monetarias, por lo que los habitantes acceden a estas actividades para el autoconsumo y subsistencia familiar. Lo mismo ocurre con la crianza de animales como gallinas, cuyes, ovejas, conejos, los chanchos y en pocos casos el ganado es ocupado para el comercio.

Estos artesanos que ocupan la mitad de participación en la lista del PEA se dedican a la elaboración de una gran diversidad de artesanías, ya sea de manera industrial como artesanal; entre ellos se destacan “ponchos, chalinas, hamacas, tapices, bayetas de orlón, bolsos, pulseras, cojines, fajas, guantes, alpargates, estampados, con distintos diseños” (GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, 2015).

Es así como la parroquia se encuentra distribuida por una gran cantidad de hogares cuyo sustento familiar radica en el sector secundario, en esta actividad todos los miembros

desempeñan un determinado rol en las etapas de fabricación. De acuerdo con las asambleas participativas desarrolladas en el 2015, la mayor cantidad de la población dedicada a la producción textil también se encuentra relacionada al comercio. Siendo así en la **Figura 9** se muestra la concentración de los artesanos por comunidades de la parroquia.

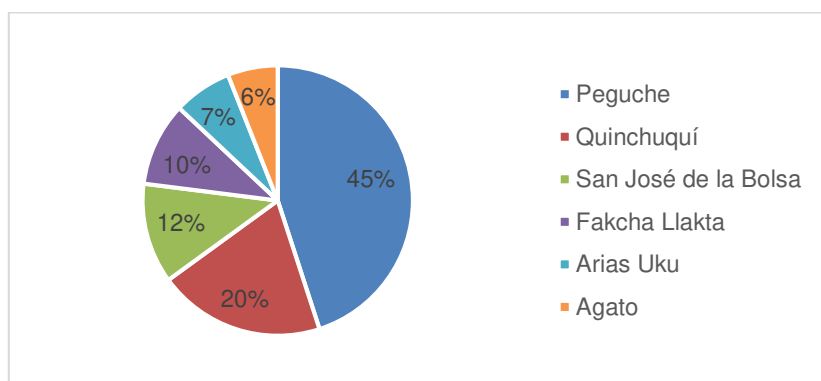


Figura 9 – Concentración de producción artesanal de parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas (GAD Dr. Miguel Egas Cabezas, 2015)

Se demuestra en la **Figura 9** que, la comunidad de Peguche abarca un 45% de producción artesanal encabezando la lista a nivel parroquial, por consiguiente, se encuentra la comunidad de Quinchuquí con un 20%, San José de la Bolsa con un 12%, en Fakcha Llakta por su parte con un 10% y culminando la lista con Arias Uku y Agato contando con un 7% y 6% respectivamente.

De la misma forma, con el fin de tener una visión más clara de los hogares de artesanos a continuación en la siguiente **Tabla 3** es posible visualizar la distribución de familias dedicadas a la actividad artesanal en las distintas comunidades de la parroquia.

Tabla 3 - Concentración de familias artesanas en las distintas comunidades

| Comunidad | Número de familias artesanas |
|--|------------------------------|
| Peguche y los Barrios Tawantinsuyu, Imbaquí, Obraje, Atahualpa, Peguche Tío, Santa Lucía | 416 |
| Quinchuquí | 169 |
| Agato | 53 |
| San José de la Bolsa | 19 |
| Arias Uku | 15 |
| Fakcha Llakta | 7 |
| TOTAL | 680 |

Elaborado con base en GAD Dr. Miguel Egas Cabezas (2015)

La comercialización y distribución de estos productos artesanales se los realiza ya sea en locales o en puestos ubicados en la Plaza de Ponchos, en las ferias que se realizan los días sábados en el centro de Otavalo, en Copacabana los días miércoles y sábado, en una sección apartada de la denominada Feria de Animales en Quinchuquí y en la feria de Cotacachi los fines de semana, asimismo algunos productores destinan sus artesanías fuera de la ciudad, a otras provincias y otros países dentro del continente latinoamericano como fuera del mismo.

Conociendo el trasfondo y funcionamiento de las actividades económicas relacionados a la producción artesanal de la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas consideradas como sistemas abiertos, es posible llevar a cabo enfoques de representación que apoyen de una mejor manera el análisis cuantitativo y cualitativo que se realizará posteriormente. Uno de los enfoques en la cual la presente investigación pudo ahondar es el enfoque de metabolismo social explicado previamente.

2. CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Naturaleza de la Investigación

Para la presente investigación se utilizó la naturaleza mixta, es decir, una investigación cuantitativa y cualitativa. Cualitativa porque al realizar una recolección de datos con un enfoque de metabolismo social es necesario profundizar lo obtenido acerca del entorno y condiciones de vida que ayudarán a explicar el comportamiento de cada una de las familias de los artesanos las cuales se denominarán como unidades productivas textiles de la parroquia de Dr. Miguel Egas Cabezas, mediante observación y entrevistas. Cuantitativa ya que, a más de los instrumentos mencionados, se llevarán a cabo cuestionarios cuyos resultados se analizarán mediante métodos probabilísticos que permitirán predecir las relaciones y realizar generalizaciones. Es así que, al combinar los dos tipos de investigación, se pudieron obtener datos con menor sesgo y resultados de mayor confiabilidad (Universidad de Colima, 2014).

Conservando las estructuras y los procedimientos de cada uno, tales como la recolección, los procesos sistemáticos, empíricos, críticos y el análisis que conllevó su aplicación, de tal manera que al ser integrados en uno solo, se llegó a obtener una adecuada explotación de datos y una imagen más clara y completa del estudio (Hernández Sampieri et al., 2014)

2.2. Tipo de investigación

El alcance de la presente investigación es exploratoria y descriptiva, es exploratoria debido a que existe poca información en la zona seleccionada de la parroquia de Doctor Miguel Egas Cabezas en la cual se indagó desde una nueva perspectiva en este caso desde el enfoque de metabolismo social (Hernández Sampieri, Fernández Collao, & Baptista , 2014). “Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y, por lo común, anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos” (Hernández Sampieri et al., 2014).

Es por ello que, también es una investigación de tipo descriptiva ya que se “seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas” (Cazau, 2006).

Es así que, mediante los cuestionarios y entrevistas realizados se pretendió conocer y detallar las propiedades, atributos, particularidades y perfiles de las familias de los artesanos de las comunidades de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, con el propósito de adquirir información que se encuentre más apegada a su realidad entorno a su contexto socioeconómico, cuyas respuestas además sirvieron como base fundamental para el planteamiento de propuestas más efectivas y acertadas

2.3. Técnica de recolección de información

Los instrumentos de recolección de información que se utilizaron son aquellos pertenecientes a la investigación cualitativa y cuantitativa tales como observación, entrevistas y cuestionarios. Estos se emplearon en familias originarias de comunidades de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, en especial aquellas dedicadas a la producción artesanal con el fin de conocer profundamente su realidad y así con dichos resultados apoyar la investigación planteada. Por lo tanto, las técnicas de recolección de información que se utilizaron fueron.

- Fuentes de Información Primaria
- Fuentes de Información Secundaria

2.3.1 Fuentes de Información Primaria

Como primera técnica cualitativa se hizo uso de la observación, misma que implica ahondar detalles, hechos y situaciones sociales. Con el fin de “comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan” (Hernández Sampieri, Fernández Collao, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014).

Para el caso de la investigación cuantitativa se llevaron a cabo cuestionarios que permitieron inferir sobre aquellas conductas no observables como actitudes y tendencias de las familias analizadas.; de igual forma se establecieron relaciones entre cuestiones sociales a través de la cuantificación (Gallardo de Parada & Moreno Garzón, 1999).

Para complementar la información también se desarrollaron entrevistas, con actores clave de la parroquia como es el Presidente de la comunidad de Quinchuquí, el organizador de la Asociación de Artesanos de Peguche y de Quinchuquí, además de las familias artesanas

para de esta forma intercambiar información cercana a la realidad que le rodea; incluyendo vivencias, experiencias y condiciones de vida (Hernández Sampieri, Fernández Collao, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014).

2.3.1.1. Diseño del Cuestionario

Con respecto al diseño del cuestionario se consideraron cinco distintos componentes que se describen a continuación:

- Parte 1: Datos demográficos y socioeconómicos
- Parte 2: Datos relacionados a su actividad económica
- Parte 3: Datos relacionados al aspecto cultural y ecológico
- Parte 4: Datos vinculados a sus relaciones sociales
- Parte 5: Problemas y vulnerabilidades detectadas

Cada uno de estos elementos han sido pilar fundamental para obtener un diagnóstico aproximado a la realidad sobre los principales aspectos de las unidades productivas textiles. El cuestionario estaba estructurado por preguntas cerradas y abiertas, consta de 11 cuadros que abarcan varios temas e intentan sintetizar las respuestas más relevantes que describan el entorno de la familia en análisis, su núcleo familiar, la actividad artesanal antes y después de la pandemia y todos los aspectos relevantes a sus negocios, además del uso de tiempo tanto en la actividad artesanal como en otras actividades fuera de ella, las actividades que generan ingresos extras, los gastos del hogar, el trabajo asalariado de algún miembro de la familia, la pertenencia a una organización o asociatividad, las reuniones a las cuales participa, actividades de recreación y esparcimiento y finalmente se describen los problemas y vulnerabilidades visualizados en su hogar y comunidad. La cual puede visualizarse en el **Anexo B** en el que se encuentra la Estructura del Cuestionario.

Cabe recalcar que los cuestionarios se realizaron personalmente durante la pandemia, con todas las medidas de bioseguridad, con el fin de preservar la seguridad tanto del intervenido como de la investigadora, se realizaron los cuestionarios oralmente a modo de diálogo u entrevista con el debido distanciamiento, para lo cual también se realizaron grabaciones de las respuestas para un posterior análisis e identificación de tipologías del investigación, de esta forma fue posible profundizar y obtener mucha más información adicional que complementaron sus contestaciones. Estas grabaciones se efectuaron del 29 de agosto al

07 de septiembre del 2020, las cuales tienen una duración de 40 minutos a 1 hora y media por cada uno de ellos. La evidencia de su realización se encuentra en los **Anexos D**.

2.3.2. Fuentes de Información Secundaria

Entre las fuentes de información secundarias que se ocuparon para la caracterización socioeconómica de las unidades productivas textiles, se obtuvieron varios datos principales de los Planes de Desarrollo de Ordenamiento Territorial de la provincia de Imbabura, del cantón de Otavalo y de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas, además de las cifras obtenidas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y de otras referencias necesarias que permitieron el desarrollo adecuado de la presente investigación.

2.3.3. Población y Muestra

Para la aplicación del cuestionario hacia las unidades productivas textiles se consideraron ciertos factores que se describen a continuación:

2.3.3.1. Unidad muestral

Para obtener el tamaño de la muestra que posteriormente serán cuestionados, se calculó el margen de error en la fórmula adquirida de Hernández et al. (2010)

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{(N - 1)d^2 + z^2 \times p \times q}$$

Donde:

z = valor de confianza

N = tamaño de la población

n = tamaño de la muestra

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

d = error muestral

Tabla 4 – Cálculo del tamaño de la muestra

| Descripción | Datos |
|---------------------------------|-----------|
| Tamaño de la población (N) | 680 |
| Probabilidad de éxito (p) | 0,5 |
| Probabilidad de fracaso (q) | 0,5 |
| Valor de confianza (z) | 1,96 |
| Error muestral (d) | 0,1 |
| Tamaño de la muestra (n) | 85 |

Elaboración propia

Para el cálculo de la muestra se reemplazaron los datos de Población considerando el valor proporcionado anteriormente en la **Tabla 4** del total de concentración de familias artesanas en las distintas comunidades que proporciona un valor de 680, asimismo se consideraron los valores para el nivel de confianza, la probabilidad de éxito y fracaso de un 50% dado que no se sabe si su respuesta sería un sí o un no a una pregunta, debido a que el error muestral es menor hay una mayor exactitud en los resultados. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Pilar Baptista, 2010)..

Posteriormente se procedió a elegir las 85 familias aleatoriamente, haciendo uso del muestreo aleatorio sistemático, “un tipo de muestreo probabilístico donde se hace una selección aleatoria del primer elemento para la muestra, y luego se seleccionan los elementos posteriores utilizando intervalos fijos o sistemáticos hasta alcanzar el tamaño de la muestra deseado” (QuestionPro, 2020). Es así que, se aplica la fórmula para este tipo de muestreo:

$$i = \frac{N}{n} = \frac{680}{85} = 8$$

Donde:

i = intervalo de muestreo

N = Tamaño de la Población

n = Tamaño de la muestra

Con el resultado obtenido se determina que para elegir los elementos a analizar entre las unidades productivas totales se debe ocupar un intervalo de muestreo de 8, consecutivamente hasta completar las 85 unidades necesarias para el propósito de la investigación. Las unidades analizadas se encuentran registradas en el **Anexo A**

2.4. Técnica de análisis

Para el análisis de la información recolectada se hizo uso de la estadística descriptiva debido que esta ayuda a presentar los datos de tal modo que se sobresale su estructura, además de que con el mismo fue posible organizar los datos y presentarlos de forma gráfica con lo cual se puede percibir tanto los atributos que destacan, al igual que aquellos inesperados (Orellana, 2001).

Para esta investigación, se utilizó como principal herramienta de análisis Microsoft Excel, si bien se había especificado el uso del software NVivo en un inicio debido a que este está “diseñado para organizar, analizar y encontrar perspectivas de los datos cualitativos o no estructurados como: entrevistas, respuestas de cuestionarios con preguntas abiertas, artículos, etc.” (QSR International, 2014). Microsoft Excel por su parte, es sin lugar a dudas un instrumento completo y una excelente alternativa para investigaciones de distinta índole de carácter cuantitativo y cualitativo, además de ello proporciona varias facilidades como captura de datos, organización de variables, filtrar, aplicar distintos modos de subtotales para ciertas variables, creación de tablas dinámicas, entre otras opciones, que para esta investigación se acopla perfectamente a las herramientas previamente aplicadas en la recolección de los datos de los hogares de la parroquia (González, 2006).

De la misma forma para la interpretación de los datos se empleó como herramienta de diagnóstico la metodología de análisis integrado de múltiples escalas del metabolismo social y del ecosistema (MuSIASEM), la cual se encuentra contenida por información cuantitativa producida por diferentes modelos tales como el modelo de flujo de fondo; a su vez basados en varias dimensiones y escalas de análisis, que hacen uso de variables de distinta índole de forma simultánea y coherente. Asimismo, con su sistema de contabilidad enfocado en el análisis ecológico y socioeconómico, se caracterizó a nivel parroquial el patrón metabólico presente en su sistema socioeconómico además de que se conoció el impacto sobre el metabolismo de los ecosistemas vinculados de su alrededor (Giampietro, y otros, 2013).

En este contexto esta investigación aportó un panorama general sobre el rol que poseen las distintas unidades productivas textiles, además de que el principal elemento que diferencia a sus artesanías es la tecnología utilizada, es así que se decidió clasificar a las unidades en tres tipologías, las cuales son:

- Tipología 1: Unidades productivas textiles – Telares de madera y a mano
- Tipología 2: Unidades productivas textiles – Telares eléctricos antiguos semi manuales
- Tipología 3: Unidades productivas textiles – Máquinas industriales modernas

Con los datos obtenidos en los cuestionarios se procedió a tabularlos en Microsoft Excel, haciendo uso de las distintas funciones de análisis de datos y a través de gráficos que representen los mismos, adicional a ello se distribuyeron las preguntas en cinco capitales, capital físico, capital natural, capital social, capital humano y capital económico, con ellos se llevó a cabo una tabla de indicadores para cada una de las tipologías, ordenado de esta manera para una mejor comprensión de las unidades productivas analizadas y su entorno.

Para la generación de la tabla de indicadores se establecieron indicadores cuantitativos y cualitativos principales obtenidos del análisis de los resultados de los cuestionarios donde las categorías de puntuación van del 1 al 5, donde 5 equivale al escenario ideal y 1 su contraparte, para el caso de la evaluación de los indicadores cuantitativos se tomó como referencia los máximos y mínimos de los valores encontrados, por otro lado, para el caso de indicadores cualitativos se establecieron descripciones breves que representarán el escenario ideal como máxima puntuación y 1 el escenario menos ideal de inferior puntuación para cada una de las respuestas, esta tabla puede ser visualizada en el **Anexo C**. Estos resultados luego pasaron a representarse en gráficos de araña, para de este modo visualizar aquellos capitales que se constituyen como pilar o con mayor vulnerabilidad.

Igualmente continuando con la metodología MUSIASEM propuesta por Giampetro et al. (2013) con los resultados obtenidos, que mediante el análisis numérico de los valores emitidos concernientes a la capacidad real, capacidad instalada, precio de venta, costo de producción se lograron estimar los ingresos que incluyen las ventas de artesanías, actividades extras, actividades remuneradas de algún miembro del hogar, bonos y remesas y egresos contenidos por costos de producción que integra materia prima y mano de obra y gastos de alimentación, servicios básicos, transporte, planes celulares, vestimenta, salud, créditos, mantenimiento, herramientas de trabajo, ocio, electrodomésticos de cada tipología que corresponden a los flujos monetarios que metabolizan las tipologías y los fondos de actividad humana que incluyen las horas dedicadas a cada una de las actividades que realizan dentro y fuera de lo artesanal además del poder de la tecnología o capacidad eléctrica de los telares eléctricos; todos estos valores se manifiestan mediante un gráfico de flujos y fondos en la sección de Resultados para cada una de las tipologías.

3. CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

3.1.1. Determinación de las principales actividades productivas que generan ingresos económicos en los hogares de la parroquia

De acuerdo a los resultados obtenidos de los cuestionarios se obtuvo que las actividades económicas que generan ingresos de forma directa en la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas está clasificado por sectores económicos, dichas ramas de actividades se muestran en la **Tabla 5**, en la misma se puede observar un 100% de familias que se encuentran dentro de la manufactura, específicamente la producción textil de prendas con diseños autóctonos de la zona con un legado histórico único elaborada no solo por una familia sino es el resultado del conocimiento y herencia de varias generaciones.

Tabla 5 – Actividades económicas generadoras de ingresos de las familias analizadas

| Sector | Rama de actividad | # Unidades productivas textiles | % Unidades productivas textiles |
|------------------|---|---------------------------------|---------------------------------|
| Primario | Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 4 | 5 |
| Secundario | Manufactura | 85 | 100 |
| Sector Terciario | Comercio al por mayor y menor | 9 | 11 |
| | Construcción | 2 | 2 |
| | Alojamiento | 1 | 1 |
| | Servicio de alimentos y bebidas | 3 | 4 |
| | Transporte y almacenamiento | 1 | 1 |
| | Servicios de Enseñanza | 3 | 4 |
| | Servicios sociales y de salud | 1 | 1 |
| | Actividades profesionales, técnicas y administrativas | 2 | 2 |
| | Otras actividades de servicios | 4 | 5 |

Elaboración propia

A más de la actividad artesanal, existen actividades extras que generan ingresos para la familia, entre ellos se encuentra la actividad de Comercio en la cual participa un 11% de hogares con la instalación de mini tiendas de venta de abarrotes, venta de animales como cuyes, pollos, que tomando en cuenta los gastos y costos que intervienen, perciben un valor de \$120 hasta \$3.360 anuales. Muchos de estos pequeños negocios de ventas de abarrotes surgieron debido a la pandemia.

Dentro del porcentaje de manufactura de producción textil se encuentra la actividad de artesanía con un 11% como trabajo fuera del hogar, donde laboran como tejedores o cosedores para otros jefes, un 6% corresponde al trabajo ocasional en el que trabaja ya sea el esposo o la persona que recibió el cuestionario, percibiendo un valor neto mensual entre \$50 y \$300, que anualmente se elevan a un valor entre \$600 y \$3.600 descontando los costos y gastos. El restante 5% pertenece al trabajo fijo remunerado desempeñado por algún miembro del hogar, se percibe un valor entre \$1.200 y \$3.600 anuales, valor que incluye beneficios de ley y comida.

Con un 5% le sigue la actividad de agricultura donde las familias se han dedicado a cultivar distintos granos, verduras y plantas para posteriormente venderlas, generando un total mínimo anual de \$240 hasta \$720.

Posteriormente se encuentra la actividad de servicio de alimentos y comida con puestos pequeños de venta de comida y helados, la actividad de enseñanza con docentes o profesores en distintas áreas. Estas 2 actividades con un 4% respectivamente, para el primer caso se percibe ingresos entre \$192 y \$1.440 mientras que para el segundo caso se generan ingresos desde \$3.120 hasta \$11.040 anuales.

Con un 2% se encuentra la rama de actividad de construcción ejerciendo la labor de obrero con ingresos de hasta \$3.360 anuales y las actividades profesionales, técnicas y administrativas en el área de gastronomía, como transcriptor y como jefe en control de calidad generando distintos ingresos entre \$2.340 hasta \$12.000 anuales.

Finalmente, se encuentran los servicios de alojamiento, transporte, almacenamiento y servicios relacionados a la salud, con un 1%. El alojamiento de huéspedes internacionales se ha visto obstaculizado por la pandemia, meses pasados solían llegar por grupos y se cobraba \$10 por persona, asumiendo que en promedio ingresa 6 huéspedes al mes se obtienen ingresos de \$600 anuales. Un integrante de una familia indicó trabajar como

chofer de tractor con ingresos anuales de \$240 porque son ocasionales. En el tercer caso de servicios de salud el miembro de una familia indicó trabajar como pediatra en el Seguro de Cotacachi percibiendo un valor mensual de \$2.500 que anual se eleva a \$30.000.

El otro 5% se encuentra contenida por otras actividades como muralista, como agente en atención al cliente en una empresa independiente, como músico de un grupo musical andino y manejando un cyber proporcionando el servicio de internet, impresiones y copias. Entre estas tres actividades se percibe un valor total de \$7.760 anuales.

Como se indicó previamente los hogares denominados como unidades productivas textiles, divididas de acuerdo a la maquinaria que utilizan para tejer, siendo un 15% de familias que realizan sus artesanías a mano, un 28% lo realizan en telares de madera o de palos que funcionan a mano y a pedal, un 19% en telares eléctricos antiguos de distintas marcas, siendo la más común la marca Picañol y un 38% en telares industriales modernos.

Las artesanías se clasifican por tipo de maquinaria o medio con el cual laboran, donde a la Tipología 1 se le asignan las familias cuyo principal medio de trabajo es el esfuerzo físico en telares de madera y bordados a mano. La segunda Tipología corresponde a las artesanías elaboradas en telares eléctricos antiguos y la tercera Tipología son los productos fabricados en telares industriales actuales, entre las artesanías que se producen por Tipología, sus resultados se muestran en la **Tabla 6**

Tabla 6 - Familias que realizan cada una de las artesanías por Tipología

| | TIPOLOGÍA 1 | TIPOLOGÍA 2 | TIPOLOGÍA 3 |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Almohadas | | | 1 |
| Alpargatas | | | 1 |
| Atrapasueños | 3 | | 1 |
| Aya Huma | 1 | | |
| Blusas kichwas | 2 | 1 | 1 |
| Blusas bordadas | | | 2 |
| Bolsos | 1 | | 6 |
| Bufandas | 2 | 2 | |
| Camisetas | | | 5 |
| Chales/chalinas | 5 | 4 | 1 |
| Cintas | 1 | | |
| Cobijas | 1 | 2 | |
| Cortinas | 1 | | |
| Cubrecamas | 1 | | |
| Delantales | | | 1 |
| Fajas | 2 | | |
| Fundas de almohada | 1 | | |
| Gorros | 1 | | 2 |

| | | | |
|------------------|---|---|---|
| Guantes | 1 | | |
| Hamacas | 4 | 4 | |
| Mamelucos | | | 1 |
| Manillas | 2 | | |
| Manteles | 2 | | |
| Mascarillas | 1 | | 5 |
| Pijamas | | | 4 |
| Poncho artesanal | 3 | 6 | 3 |
| Pulseras | 2 | | |
| Sacos | | | 3 |
| Vestidos | | | 1 |
| Tapices | 1 | | |
| Wallkas/collares | 1 | | |

Elaboración propia

Es así que, existen artesanías que solamente se pueden realizar por un tipo de medio, por ejemplo, las wallkas o collares utilizados no solo como un artículo de belleza, sino como parte de la identidad entre los kichwas otavaleños y de distintos pueblos y nacionalidades del país. De hecho, las prendas que visten los kichwas otavaleños han sido elaborados a mano desde la antigüedad, no obstante, para satisfacer la demanda actual varias familias han decidido implementar máquinas actuales que sustituyan o minimicen los tiempos de elaboración y así producir más unidades, para el caso de alpargatas y blusas kichwas, ahora se ocupa una cortadora de moldes y máquinas que agilizan el bordado de las blusas.

Otras artesanías cuyo esfuerzo físico no puede ser sustituido al 100%, sino solamente optimiza un poco el proceso de elaboración tal es el caso de los atrapasueños que utiliza una cortadora para los tubos que sostienen al tejido, el resto del proceso es a mano. El aya huma, cintas, fajas, no pueden ser reemplazados por maquinarias debido a que su elaboración se teje a mano, sin embargo, este valor agregado no se visualiza en el precio de venta. Cabe recalcar que la implementación de maquinaria eléctrica ha permitido la producción de más unidades en un menor tiempo, que a su vez ha abierto la posibilidad de satisfacer la demanda nacional y extranjera de grandes cantidades de prendas.

Estas mismas artesanías son fabricadas con distintos materiales, algunos son de fibras naturales, de fibras sintéticas y mixtos, éste último combina ambos elementos. Se encontró que varias de las prendas fabricadas dependen del uso de insumos constituidos por fibras naturales, otros combinan materiales de fibras naturales con fibras sintéticas, las artesanías que aun preservan sus tejidos con fibras naturales como la lana de oveja, alpacaca, algodón, llama son los ponchos artesanales, bolsos, bufandas, chales/chalinas, cobijas, hamacas, manteles y tapices. Estos resultados son demostrados en la **Tabla 7**

Tabla 7 – Materia prima utilizada por artesanía

| Artesanía | Fibras Naturales | Fibras Sintéticas | Mixto |
|--------------------|-------------------------|--------------------------|--------------|
| Almohadas | | X | |
| Alpargatas | | | X |
| Atrapasueños | | | X |
| Aya Huma | | X | |
| Blusas kichwas | | X | |
| Blusas bordadas | | X | |
| Bolsos | X | | X |
| Bufandas | X | X | X |
| Camisetas | | X | |
| Chales/chalinas | X | X | X |
| Cintas | | X | |
| Cobijas | X | | X |
| Cortinas | | | X |
| Cubrecamas | | X | |
| Delantales | | X | |
| Fajas | | X | |
| Fundas de almohada | | X | |
| Gorros | | X | |
| Guantes | | X | |
| Hamacas | X | | X |
| Mamelucos | | X | |
| Manillas | | X | |
| Manteles | X | | |
| Mascarillas | | X | X |
| Pijamas | | X | |
| Poncho artesanal | X | | X |
| Pulseras | | X | |
| Sacos | | X | |
| Vestidos | | | X |
| Tapices | X | | |
| Wallkas/collares | | X | |

Elaboración propia

Por otro lado, las artesanías que combinan sus materiales naturales son los atrapasueños que utilizan tawa, plumas, sauce mezclado con mullos y tubos. Otras prendas que combinan son también los ponchos artesanales, hamacas, vestidos, cortinas, chales/chalinas, bolsos y bufandas que además del uso de materiales naturales también ocupan algodón acrílico o lana de oveja acrílico, o insumos adicionales como hilo, tela, cierres, forros para sus tejidos.

Mientras que para las artesanías de material exclusivamente sintético superan al resto, siendo las wallkas o collares, manillas, pijamas, sacos, mascarillas, mamelucos, delantales, fundas de almohada, guantes, fajas, cintas, cubrecamas, blusas bordadas casuales y blusas kichwas, camisetas que necesitan para su fabricación hilos, distintos tipos de telas

y creatividad, adicional a ello se ha comenzado a utilizar la sublimación como parte de la artesanía ocupando para ello, papel, tinta.

Cabe recalcar que el valor agregado de las artesanías elaboradas a base de alguna fibra natural o insumo en su estado natural no compensan su valor agregado, las familias indicaron que se han visto obligadas a cambiar de productos debido a que las ganancias no compensan sus gastos y costos de producción.

3.1.2. Identificación de los principales patrones metabólicos de los hogares dedicados a la producción y comercialización de artesanías

De acuerdo a los cuestionarios aplicados a las unidades productivas textiles de las tres Tipologías se encontraron aspectos comunes que no eran diferenciadores entre las mismas. Para el capital físico, las vías de acceso que utilizan las familias de las tres Tipologías no varían estas están constituidas por carreteras secundarias debido a que varias son pavimentadas y no pavimentadas cuyas superficies están conformadas por gravas o empedrados y aún varias carreteras de terreno natural sin ningún tratamiento.

La ubicación de estas comunidades es cercana, en el Centro de Otavalo se halla el Hospital Público de Otavalo más cercano, existen algunos colegios dentro de la parroquia como son la U. E. Cesar Antonio Mosquera, U. E. Cascada de Peguche y U. E. Miguel Egas Cabezas, aunque la mayoría de padres de familia prefiere enviar a sus hijos a culminar sus estudios primarios y secundarios en instituciones ubicadas en el Centro de Otavalo.

Para el Capital Natural, varios de los hogares de las tres tipologías, aunque ya dedicaban tiempo al cultivo de alimentos como maíz, papa, arveja, fréjol, entre otros alimentos y plantas medicinales en sus propios terrenos o en su hogar como huerto familiar, debido a la pandemia y la dificultad en la producción y comercialización de sus artesanías se vieron obligados a ocuparse en la agricultura para autoconsumo y medio de subsistencia.

RETOS Y VULNERABILIDADES

CAPITAL FÍSICO

Las familias analizadas coinciden en que en sus comunidades existen varias vulnerabilidades por ejemplo un 59% indicó que existe mala sanidad en la comunidad debido a que algunas calles se encuentran sucias, a veces la gente olvida sacar a tiempo la basura de los hogares, sin embargo, se está controlando más este aspecto. El otro 41% de familias no han encontrado ninguna anomalía con respecto a la sanidad. Un 53% de familias señalaron que las calles de sus comunidades están en mal estado ya sean las vías secundarias o aquellas ubicadas en las partes altas de las comunidades, igualmente se ha notado que las calles son muy estrechas, en las noches varias de ellas son peligrosas de transitar, el restante 47% indicó que no han notado calles en mal estado. De igual forma, no existe una casa comunal en la comunidad de Quinchuquí para reunirse adecuadamente, por el momento se reúnen en propiedades desatendidas de la comunidad.

Un 36% indicó que en sus comunidades si se han escuchado conflictos por terrenos ya sea que se pasan de los linderos señalados y las situadas en las partes altas de la comunidad de Quinchuquí. El restante 64% no ha escuchado problemas de este tipo. En este punto también intercede que un 54% de las familias ha observado la existencia de problemas en la legalización de sus tierras. El otro 46% no ha notado en su comunidad este problema.

Un 47% mencionó que se ha palpado de forma personal la falta o problemas de servicios básicos en la comunidad, cabe recalcar que Quinchuquí se maneja por agua entubada administrado por la Junta de Agua de Camuendo es por ello que, por un tiempo el agua escaseó, Peguche por su lado tiene agua potable, además de que se ha notado la falta de alumbrado, luz, alcantarillado en los sectores altos de la comunidad de Quinchuquí, específicamente la calle Rumiñahui se encuentra sin alcantarillado. El otro 53% ha indicado que no han percibido esos problemas en sus comunidades.

Capital Natural

Un 20% indicó que en el pasado se escuchaba de inundaciones en la comunidad ocasionalmente, igualmente surgían problemas por el nuevo alcantarillado o mal adoquinado. El otro 80% señaló que no han escuchado por el momento de inundaciones.

Un 12% de las familias indicaron que han escuchado erosión del suelo, pero solamente han sido rumores u opiniones, ventajosamente un 88% no han observado que la tierra ha sufrido un estado de degradación. Aunque si se ha notado deforestación en las comunidades altas y sequía de vertientes razón por la que el agua ha escaseado.

Un 38% señaló que en su comunidad si se ha percibido la presencia de plagas como de gorgojos, mariposas blancas en temporadas de cosecha, gusanos de tierra, la lancha que afecta principalmente al cultivo de papas atacando las hojas, tallos y tubérculos. El anterior año fue más visible la afectación en los terrenos, varios de ellos por el cambio de clima.

Capital Humano

Un 68% de personas han notado problema de alcoholismo en la comunidad en muchos habitantes, especialmente en los jóvenes, aunque ya se está controlando su consumo en los residentes. El otro 32% no ha percibido este problema de forma frecuente en sus comunidades. Asimismo, los habitantes de la parroquia han notado la existencia de drogadicción comúnmente en los jóvenes.

De igual forma, un 93% de unidades productivas afirmaron que existe delincuencia en la parroquia especialmente en las calles Corazas, Peguche y la vía a la Cascada de Peguche, esto se incrementó debido a la pandemia por las noches; se escuchaban incluso hurto de animales por parte de personas de otras comunidades, es por ello que se organizaron y formaron guardianías y poco a poco ha ido disminuyendo. El otro 7% indicó que no se ha escuchado robos en la comunidad.

Con respecto a la pérdida de tradiciones y el idioma kichwa, un 29% de unidades productivas señalaron que en su propio hogar se ha perdido el idioma en sus hijos porque no lo hablan en sus hogares, el 71% indicó que, sí obligan a sus hijos a mantener el idioma y las tradiciones, aunque en los colegios se hable el castellano en la casa se exige hablar en kichwa con los padres. Por otra parte, un 93% de familias han notado que en las comunidades sí ha disminuido el interés de los jóvenes y niños de las familias en el cabello largo parte de su identidad, vestimenta tradicional y lamentablemente la lengua materna. El otro 7% no ha notado esta pérdida del idioma, vestimenta o tradiciones.

Para el caso de embarazos adolescentes a nivel de comunidades se encontró que un 52% de familias ha observado o solamente escuchado de este problema en algunas familias de la comunidad, debido a la falta de concientización en temas de sexualidad en los jóvenes. El otro 48% no ha oído de ello en las comunidades que residen. Asimismo, un 44% de hogares señalaron que solamente han escuchado de violencia intrafamiliar por ocasiones en el sector donde vive, aunque ya ha disminuido mucho y no se escucha tanto como antes. El otro 56% no ha escuchado de ello en un buen tiempo.

Un 81% indicó que sí han escuchado de enfermedades en la parroquia, como el mismo COVID-19 para ello solamente acudieron a la medicina natural y ahora están en buen estado de salud, aunque también se ha escuchado de algunos decesos especialmente de adultos mayores o aquellos que padecían otras enfermedades graves. Los dirigentes de las comunidades se han encargado de desinfectar e informar a las familias de la pandemia y los cuidados que necesitan; asimismo se ha escuchado de enfermedades como gastritis, cáncer, diabetes, tuberculosis, anemia, varias de ellas por la mala alimentación.

El tema de la falta de dinero, así como también la pobreza o pobreza extrema ha aumentado debido a la pandemia, un 47% de familias mencionaron que en algunos barrios de Peguche existen hogares de bajos recursos económicos, actualmente la pandemia ha sido un factor que ha determinado la falta de dinero en muchos hogares. Un hogar de adultos mayores comentó que el no vender por internet fue determinante, además de que los kits que ofrecía el municipio no llegaron a las familias que realmente lo necesitaban. Este no solamente era el caso de este hogar sino de muchos más. El otro 53% indicó que no han notado este problema en su comunidad.

El tópico de educación se divide en Básica, Secundaria y Universidad. Para el primer caso un 55% indicó que, si han existido problemas en que sus hijos o los hijos de sus vecinos ingresen a la escuela principalmente por la pandemia, no tienen los recursos económicos necesarios para enviarlos a estudiar este año lectivo, ya sea por la falta de acceso a internet, el transporte, el valor de copias e impresiones y cupos para ingresar. El otro 45% considera que no existen problemas al ingresar a la educación de primer nivel.

Un 54% indicó que, sí existen problemas para ingresar a los colegios, especialmente por la parte económica agravada aún más por la crisis sanitaria, el ingreso se ve limitado debido a los cupos para colegios fiscales, aparte de que en las comunidades la educación no es de una buena calidad, a más de ello se han dado casos donde los padres prefieren que sus hijos trabajen y no estudien. El restante 46% no ha percibido este problema.

Un 75% de unidades productivas indicaron que han existido varios problemas para ingresar a la educación superior, en primer lugar, el puntaje les impide ingresar a la carrera deseada, la limitante de la distancia de las universidades públicas, lo que influye en la parte económica de las familias, sobre todo ahora este aspecto ha empeorado, se torna más difícil enviar a sus hijos estudiar en las universidades seleccionadas. El 25% restante indicó que no han tenido problemas en que sus hijos o hijas ingresen a la Universidad.

Capital Social

Debido a la pandemia se ha visto necesario improvisar ferias en las comunidades, aunque se han dado discusiones porque las ferias organizadas antes de la pandemia no han deseado integrar a más artesanos. Además, se ha notado la desunión entre los mismos vecinos para realizar actividades en pro de la comunidad. De hecho, no existen asociaciones que motiven a jóvenes en temas de liderazgo, vocación de servicio y capacitaciones o apoyo a emprendedores artesanos y de turismo locales, también se ha percibido la falta de organización, preocupación e irresponsabilidad entre los miembros de la junta parroquial o autoridades en distintos sectores económicos de la parroquia.

Capital Económico

Entre varios de los problemas que se visualizaron, para el caso de la Tipología 1 aquellas unidades productivas dedicadas a las artesanías en telares de madera o palos comentaban que el esfuerzo humano y el valor agregado que entregan en sus prendas es mucho mayor al resto, más del 85% de unidades productivas textiles indicaron que desearían seguir en el trabajo artesanal pese a que su valor no ha sido reconocido adecuadamente, el mismo hecho que no hayan beneficios o entidades en favor de estos artesanos provocan que estén obligado a cambiar de rama de producción, problema también para la Tipología 2 de las artesanías en telares eléctricos antiguos, ambos tipos de artesanías de diseños únicos y con acabados especiales, que han sido opacados y olvidados por la falta de preocupación del mismo Municipio de Otavalo o del Gobierno Autónomo de la parroquia.

Se ha notado que, si bien al menos un miembro perteneciente a las unidades productivas textiles posee un celular móvil con acceso a internet no lo utiliza de una forma eficiente y adecuada, al no saber cómo promocionar por Internet sus productos. Como los resultados lo comprueban, existe un bajo porcentaje de participación en variadas estrategias de promoción como creación de páginas web, tiendas virtuales, promoción pagada, manejo adecuado de influencers y redes sociales, etc., para llegar a más segmentos de mercado.

Más del 50% de unidades productivas en cada una de las tres Tipologías no exportan al extranjero, algunos indicaban que era porque no producían en grandes cantidades o la elaboración y complejidad de los tejidos requiere de una mayor inversión de tiempo, requisito mínimo para pedidos del extranjero, es por ello que en la Tipología 1 y 2 se venden a minoristas y consumidores finales. Asimismo, más del 80% de unidades productivas han

sido afectados por la entrada de las artesanías extranjeras, procedentes de Perú, Bolivia, o de origen chino, réplicas más económicas que ecuatorianas con mayor variedad, sobre todo resalta que su gobierno apoya a los artesanos, cuestión que no ocurre en el país.

TIPOLOGIA 1: UNIDADES PRODUCTIVAS TEXTILES - TELARES DE MADERA Y TRABAJOS MANUALES

La Tipología 1 se encuentra constituida por kichwas otavaleños pertenecientes a las distintas comunidades de la parroquia de Doctor Miguel Egas Cabezas dedicados a la elaboración de artesanías ya sea a mano y con telares de madera o de palos antiguos.

PILARES FUNDAMENTALES

Recursos

Las familias de la presente Tipología poseen su taller de trabajo en su misma casa, el cual se encuentra a una distancia 3,5 y 6 km equivalente a un lapso de tiempo entre 6 a 15 minutos del Centro de Otavalo en auto, esto debido a que los artesanos de esta Tipología se concentran mayoritariamente en Quinchuquí, luego Peguche, tercero Agato, cuarto San José de la Bolsa, finalmente Fakcha Llakta y Yaku Pata. Las comunidades en las que residen tienen acceso a servicios básicos tales como agua ciertos hogares mediante pozos sépticos y agua entubada, asimismo cuentan con luz eléctrica, señal de internet y telefonía fija en todos los hogares de esta Tipología y alumbrado eléctrico en la mayoría de calles.

Capital Natural

De las 37 familias ubicadas en esta Tipología el 83,78% o 31 hogares comentaron que poseen algún terreno cercano o alejado de su ubicación domiciliaria utilizado para agricultura, 13 o el 35,14% de estos aclararon tener un huerto en sus propias casas, en ambos casos todos los integrantes de la familia atienden los cultivos por turnos, aunque un 64,52% son los padres o madres de familia quienes están al mando y más atentos en su cuidado, y el resto 35,48% están constituidos por los hijo, hija, hijos o hijas con el resto de miembros que vivan.

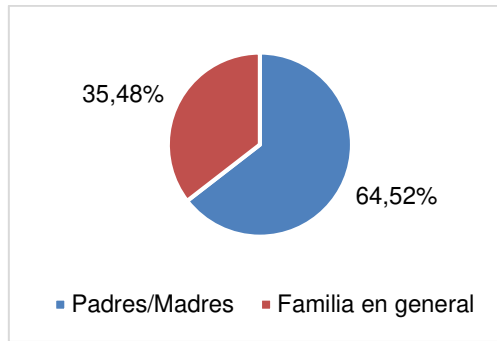


Figura 10 - Miembros que participan en la agricultura y huertos familiares
Elaboración propia

Los horarios en los que atienden la actividad de agricultura pueden ser visualizados en la **Figura 11**, por un lado de las 26 familias, 8 unidades dedican tiempo por temporadas es decir cuando el terreno requiera de cuidados, cultivar las semillas, limpiar o desherbar y finalmente cosechar, por consiguiente, 5 hogares visitan el terreno al menos 1 vez por semana, 8 hogares confirmaron que lo atienden 2 veces por semana y todos los días, otras 3 familias indicaron que lo realizaban fines de semana y finalmente dos hogares señalaron que lo realizan ya sea dos veces al mes o 4 veces por semana, para una mejor comprensión visualizarlo en el gráfico. Para el caso del cuidado del huerto familiar los distintos horarios al cual se dedican se muestran en la **Figura 12**, de las 13 familias, 7 de ellas indicaron que diariamente visitan el huerto y el resto en distintos horarios.

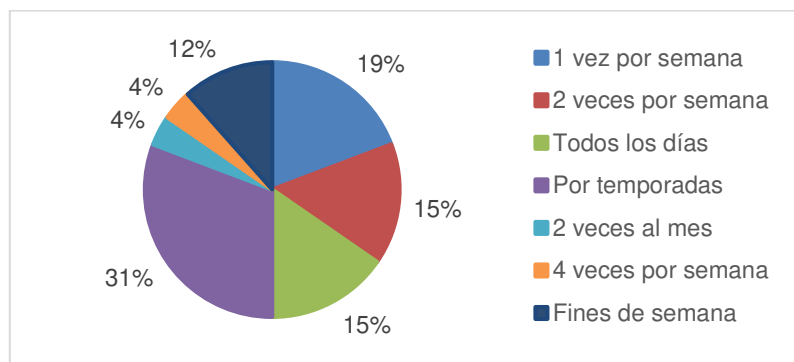


Figura 11 - Frecuencia de tiempo que dedican a la agricultura
Elaboración propia

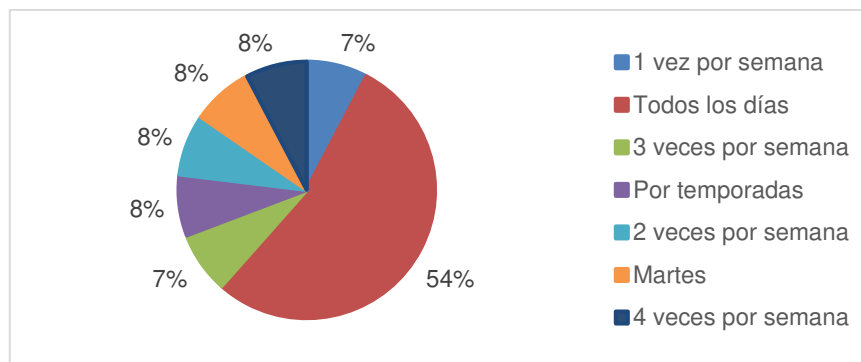


Figura 12 - Frecuencia de tiempo que dedican al huerto familiar
Elaboración propia

Asimismo, se especificó que en promedio los hogares le dedican a la agricultura aproximadamente un tiempo en promedio de 3,68 horas equivalente a un promedio de 290,56 anual, lo que en su mayoría lo realizan en las mañanas en distintos horarios a partir de las 5 a.m. hasta antes del mediodía. Para el caso de los huertos familiares igualmente son en las mañanas sin un horario en específico desde las 6 a.m. hasta antes del mediodía siendo un promedio alrededor de 2,08 horas equivalente a 480,62 horas anuales.

Además, en complemento con la agricultura, son 20 familias o el 54% que se dedican a cuidar animales de granja ya sean pollos, cuyes, todas las familias dedican tiempo para darles de comer o supervisar si se encuentran bien diariamente en la mañana, tarde y noche por lo mínimo, desde las 6 a.m. hasta antes del mediodía, lo que equivale a 2 horas diariamente y un promedio de 648 horas anuales.

Capital Humano

En la presente Tipología se distinguen 37 familias de las 85 intervenidas que realizan artesanías en telares de madera y a mano, alrededor de 15 familias equivalentes al 41% viven en la comunidad de Quinchuquí por consiguiente 13 familias o el 35% pertenecen a distintos barrios de la comunidad de Peguche como son Atahualpa, Obraje, Imbaquí y Barrio Central, luego 5 familias o el 13% pertenecen a la comunidad de Agato específicamente una zona denominada Chibaloma, 2 familias o el 5% a la comunidad de San José de la Bolsa y finalmente con dos familias pertenecientes una a la comunidad de Yaku Pata y otra a la comunidad de Fakcha Llakta con un 3%, estos resultado se visualizan en la **Figura 13**.

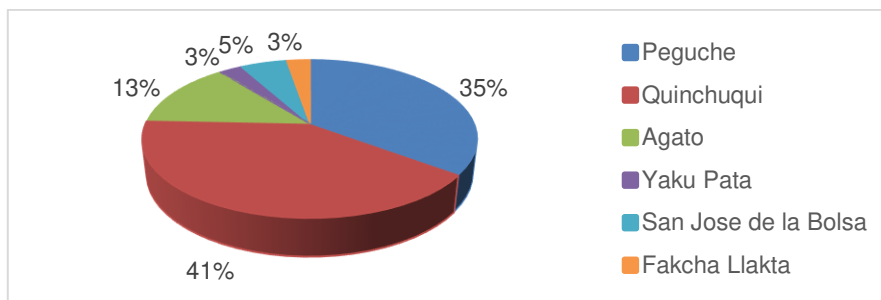


Figura 13 - Comunidades a las que pertenecen las familias de la Tipología 1
Elaboración propia

Se pudo visualizar que alrededor de 11 cabeceras de la familia no nacieron en el lugar que ahora residen, sino que llegaron a la comunidad por distintos motivos, por ejemplo 6 mujeres respondieron que se mudaron debido a que contrajeron nupcias, su esposo vivía en esta comunidad y como es de costumbre en comunidades de Imbabura, la esposa pasa a vivir donde el esposo la mayoría de veces, y así sucedió con dichas personas.

Asimismo, otras razones para que se hayan mudado, debido a la ubicación del lugar de trabajo, porque los padres vivían en ese lugar y prefirieron acompañarlos y ayudarlos, la familia decidió habitar en otra de sus propiedades, y una última explicaba que de niño su familia era de bajos recursos económicos, no tenían donde vivir y un familiar afortunadamente les prestó su vivienda; cabe recalcar que estos últimos casos se mudaron cuando aún eran menores de edad entre los 8 a 13 años.

Para el caso de la instrucción, de las 37 personas que respondieron al cuestionario, 3 eran hijas que se encontraban estudiando la Universidad, el resto eran los padres y madres de familia, de ellos 15 personas habían cursado solamente la primaria, 10 personas no tenían ninguna instrucción escolar, 6 personas estudiaron el colegio, solamente 2 personas estudiaron la Universidad y una persona aprendió en una Escuela Nocturna.

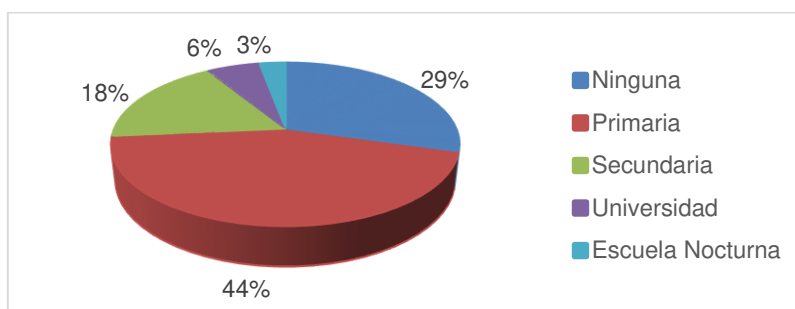


Figura 14 - Nivel de Educación alcanzada
Elaboración propia

Los resultados mostrados en la **Figura 14**, indican en otras palabras que, el 44% de las personas de esta Tipología poseen una educación primaria, un 29% no posee ninguna instrucción, un 18% estudio hasta un nivel secundario, un 6% llegó hasta la Universidad y un 3% decidió por educarse en una escuela nocturna.

De estos porcentajes, al clasificar por género, se obtiene que 21 eran madres de familia y 13 eran padres de familia, los resultados se presentan en la **Figura 15** de los cuales para el primer caso un 52% corresponde a que han estudiado hasta un nivel primario, un 33% no tiene ninguna formación, un 10% estudió en la secundaria, y un 5% adquirió ciertos conocimientos en una Escuela nocturna. Para el segundo caso de padres de familia existe un 31% de personas que estudiaron tanto la primaria y otro 31% que estudiaron la secundaria, un 23% no posee ninguna formación y un 15% sí ingresó a la Universidad, estos resultados se visualizan en la **Figura 16**.

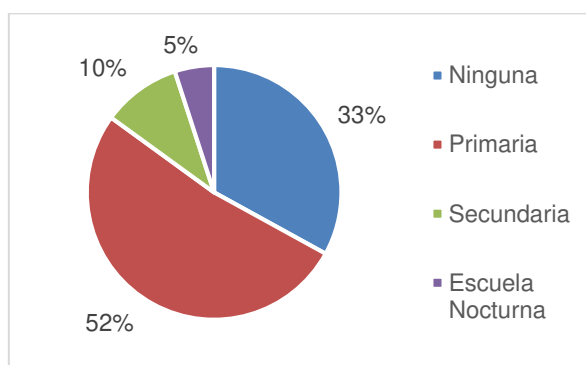


Figura 15 - Educación Madres de familia
Elaboración propia

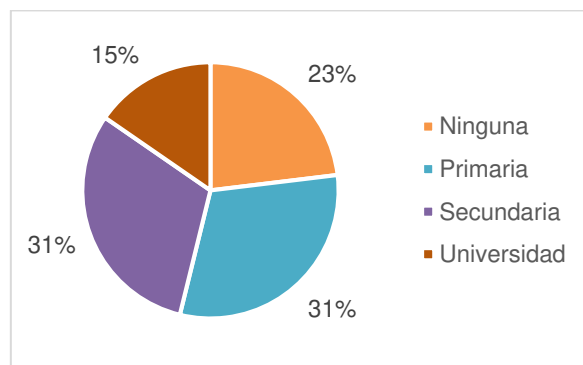


Figura 16 - Educación Padres de familia
Elaboración propia

Las familias de esta Tipología están constituidas por 3 a 4 miembros, 17 familias indicaron que el total de integrantes del hogar son 3 personas por consiguiente dos grupos de 8 familias están integrados por 4 y 5 miembros respectivamente, luego están las familias de dos y un solo miembro, por lo general la estructura familiar es esposo, esposa e hijos, y en un caso también viven con la abuela.

Entre los integrantes de estas familias un 75% se encuentran dentro de las personas en edad de trabajar (PET) es decir con una edad entre 15 y 65 años, igualmente un 17% está constituido por menores con edad inferior a los 15 años y finalmente un 7% son adultos mayores a los 65 años, estos datos se muestran en **Figura 17**.

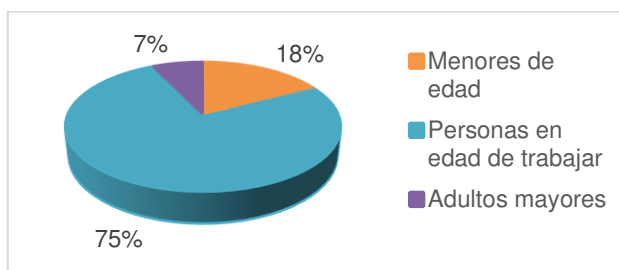


Figura 17 – Distribución de edades
Elaboración propia

Se pudo visualizar que un 16% de todos ellos son autónomos económicamente debido a que también trabajan elaborando artesanías por su cuenta, pero viven en las mismas casas y aportan en ciertos gastos familiares. Por el contrario, el 84% que en su mayoría son los hijos o hijas indicaron que se encuentran estudiando ya sea en la escuela, colegio o universidad, pero también en sus tiempos libres ayudan a sus padres en las actividades artesanales.

Capital Social

Los hogares de esta Tipología indicaron que se encuentran en asociaciones productivas para las distintas ferias que se realizan en las comunidades o en el centro de Otavalo. Cabe recalcar que, debido a la pandemia se constituyeron dos asociaciones denominadas Feria de Artesanos de Peguche y Feria de Artesanos de Quinchuquí con el fin de que los distintos productores artesanos puedan vender sus productos a lo largo de la calle.

Es así que, de acuerdo a los cuestionarios se obtuvo que, de las 37 familias, 22 pertenecen a asociaciones es decir un 59% de familias y 15 familias no pertenecen a ninguna asociación lo que equivale a un 41%. Para el primer caso las personas pertenecen a distintas asociaciones ligadas a ferias productivas, siendo un 55% participantes de la Feria de Artesanos de Peguche, un 23% participantes de la Feria de Quinchuquí, y con 5% correspondiente a la Feria de Agato, Mercado Artesanal de Guayaquil, Asociación de Agricultores y la Plaza de Ponchos, dichos datos se muestran en la **Figura 18**.

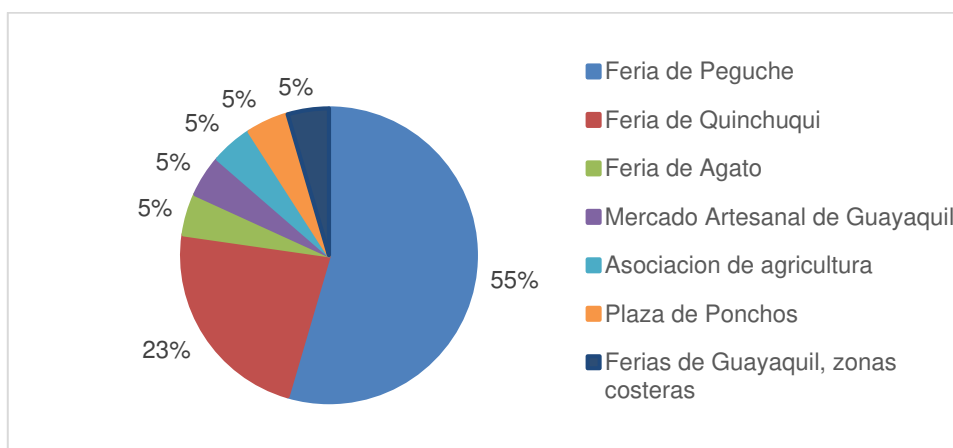


Figura 18 – Asociaciones y Organizaciones a las que pertenecen
Elaboración propia

De acuerdo con la información proporcionada, todas estas asociaciones brindan el beneficio de ayudar en la comercialización de sus productos a sus asociados con puestos en las ferias, por ejemplo, la Feria de Peguche está abierto a los clientes los días viernes y sábados en un horario de 8 a.m. a 16 p.m. para el caso de la Feria de Quinchuquí abren los días viernes y sábados desde las 9 a.m. hasta las 17 p.m. la Plaza de Ponchos por la pandemia cambió de horario ahora lo realizan todos los días de 8 a.m. a 18 p.m. por consiguiente están la Feria de Agato igualmente generada debido a la pandemia, por último se indicó que otra persona comercializa en la Feria de Guayaquil y en distintas zonas costeras. Otro caso indicó que pertenece a la Asociación de Agricultores en la cual les brindan capacitación para el cultivo y debe realizar solamente un aporte de \$2 semanal.

De la misma forma, tres personas que participan en la Feria de Peguche indicaron que no deben realizar un aporte mensual, sino solamente pagaron un valor de entrada de \$10 y una persona participante del Mercado Artesanal de Guayaquil aclaró que realiza un pago de \$40 mensuales.

Asimismo, se recopiló que 28 o el 75% de familias participan en reuniones de la comunidad, mingas y reuniones de la asociación de productores, estos porcentajes se visualizan en la **Figura 19**, cuyas opiniones depende de las comunidades que pertenecen.

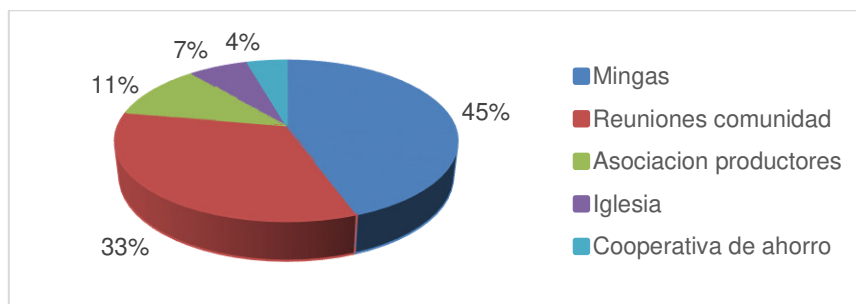


Figura 19 - Participación de las personas en reuniones
Elaboración propia

Asimismo, los resultados que se muestran en la **Figura 19** indican que existe una mayor participación a nivel parroquial en las Mingas con un 45%, luego está con un 33% las Reuniones de la comunidad, por consiguiente, un 11% corresponde a reuniones de la asociación de productores, un 7% indicaba que asiste a reuniones de la Iglesia y finalmente un 4% de asistencia a reuniones de Cooperativas de Ahorro.

Un total de 15 familias indicaron participar en las reuniones de sus comunidades, 8 familias que pertenecen a la comunidad de Quinchuquí indicaron que se realizan las reuniones de la comunidad 1 vez al mes, o al menos 3 o 4 veces al año; de igual manera 4 familias que pertenecen a Peguche indicaron que las reuniones se realizan 4 o 1 vez al mes, en otros casos 1 vez al año. Para el caso de otras 3 familias señalaron que las reuniones de sus respectivas comunidades Fakcha Llakta, Yaku Pata, y San José de la Bolsa se lleva a cabo al menos 1 vez al mes, dichas reuniones se demoran en promedio 3 horas y media, estas valoraciones se visualizan en la **Figura 20**

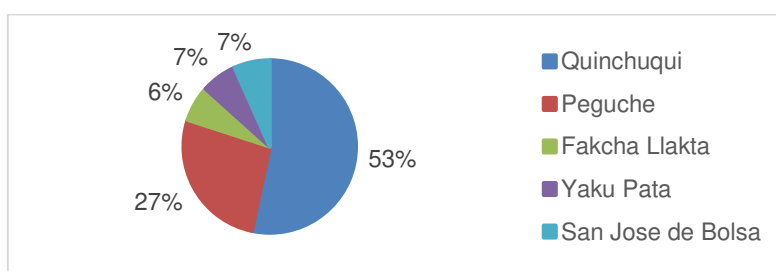


Figura 20 - Comunidades que participan en reuniones de la Comunidad
Elaboración propia

Al clasificar la participación por género los resultados que se muestran en la **Figura 21** indican que se encontró que para las reuniones de la comunidad un 53% son asistidas por algún miembro varón de la familia, seguido a este un 27% corresponde a algún miembro femenino y un 20% es combinado es decir que unas veces asiste un miembro femenino y otras veces un miembro del género masculino.

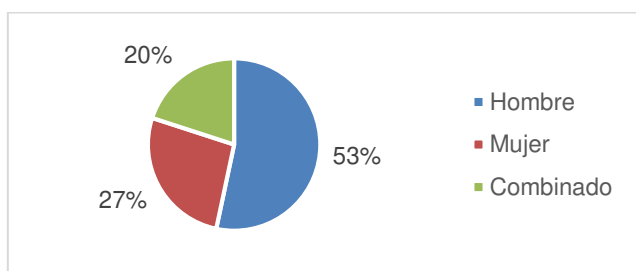


Figura 21 - Participación por género en reuniones de la comunidad
Elaboración propia

De igual modo, los resultados mostrados en la **Figura 22** indicaron que 20 hogares o el 55% participan en mingas como se muestra, donde 11 familias o el 30% pertenecen a la comunidad de Quinchuquí los cuales realizan reuniones 1 a 2 veces al mes y otras familias indicaron 1 a 5 veces al año con una duración en promedio de 5 horas, 6 familias a la comunidad de Peguche con una frecuencia de 1 a 4 veces al mes y con una duración de 4 horas y media, 2 familias a la comunidad de Agato con una frecuencia de 1 a 2 veces al mes con una duración de 8 horas y una a la comunidad de Yaku Pata 1 vez al mes el cual demora alrededor de 2 horas, algunos dijeron que las mingas y las reuniones de las comunidades se las efectúa de acuerdo a las necesidades que se acontecían en las comunidades.

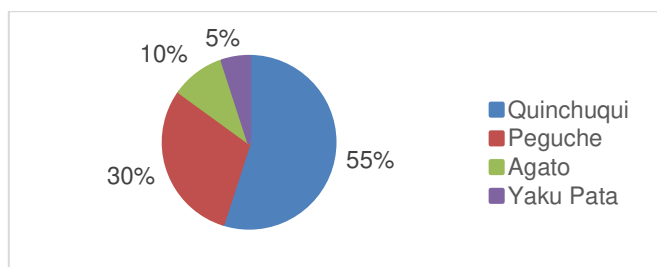


Figura 22 – Participación de las comunidades en Mingas
Elaboración propia

Para el caso de mingas se obtuvo que existe una participación del 50% corresponde a algún miembro masculino de la familia, luego un 30% lo sigue algún miembro femenino y

un 20% es combinado, unas veces participa un hombre y otras veces una mujer de la familia. Cabe recalcar que para el caso de mingas es completamente obligatoria la asistencia de solamente un miembro de la familia ya sea varón o mujer, estos datos se muestran en la **Figura 23**.

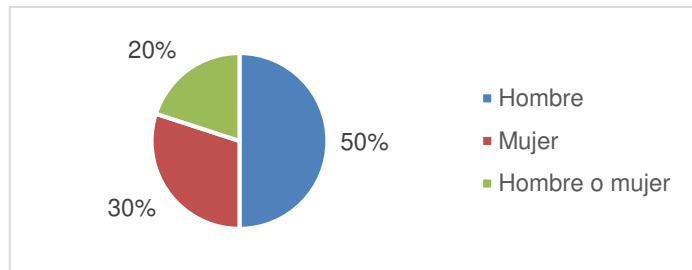


Figura 23 - Participación por género en Mingas
Elaboración propia

Por otro lado, los resultados que se muestran en la **Figura 24** señalan que las reuniones concernientes a las asociaciones de productores, de las 5 familias 3 de ellas pertenecen a la comunidad de Peguche, según ellos las reuniones dependían a lo que planteaban los dirigentes de cada barrio, por lo que la frecuencia para esta comunidad en promedio era de 1 a 4 veces al mes y en el caso de la familia originaria de Quinchuquí indicó que solamente se reunían 4 veces al mes con una duración en promedio de 2 horas y media. A estas reuniones asisten tanto hombres como mujeres.

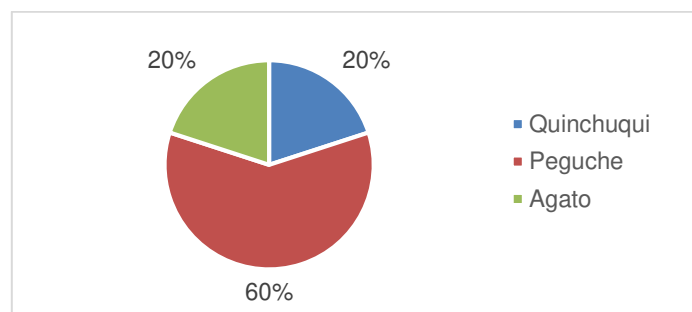


Figura 24 - Comunidades que participan en reuniones de asociaciones de productores
Elaboración propia

También se reúnen ya sea de 2 a 4 veces al mes a la Iglesia, en las cuales participan 3 familias, dos de la comunidad de Quinchuquí y otra de la comunidad de Peguche y duraban alrededor de 2 horas y media, este es asistido tanto por miembros familiares de género masculino y femenino.

Del mismo modo, 2 familias acertaron que participan en reuniones de Cooperativas de ahorro, una familia de Quinchuquí con una frecuencia de 3 veces al año y duración de 5 horas y la siguiente a la comunidad de Peguche la cual asiste cada 2 semanas y dura 1 hora, asistido en los dos casos por mujeres. Se indicó que las actividades comunitarias de obligatorio cumplimiento son mingas y reuniones de la comunidad, también está el pago de cuotas para obras en la comunidad de San José de la Bolsa. Además, personas de la comunidad de Quinchuquí especificaron que deben realizar el pago mensual del agua y acudir a las reuniones de cementerio, el no asistir a las reuniones o mingas implican multas.

Capital Económico

La principal actividad económica de la presente Tipología es la actividad artesanal, siendo un 86% correspondiente a un negocio familiar en el cual participan todos los miembros de la familia, un 14% señaló que es un negocio atendido solamente por la persona que contestó el cuestionario, estos datos se muestran en la **Figura 25**. Específicamente de aquellos negocios familiares se detalló que el esposo o esposa es quien participa activamente en la elaboración de las artesanías y por consiguiente los hijos o hijas en sus tiempos libres debido a sus estudios.

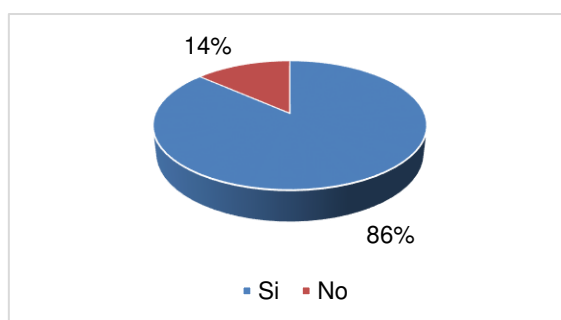


Figura 25 - La actividad artesanal es un negocio familiar
Elaboración propia

Los hogares comentaron que empezaron sus primeros pasos en la actividad artesanal desde muy niños y jóvenes, siendo un 59% menores de edad que no superaban los 14 años, los niños ya ayudaban a los padres en la artesanía, luego un 41% indicó que iniciaron a una edad superior a los 15 años hasta los 40 años, siendo esta última la edad permitida para trabajar.

Alrededor de 8 hogares o el 21,62% mencionaron que tienen alrededor de 1 a 2 empleados, mano de obra que permite solventar los pedidos solicitados por parte de clientes nacionales y extranjeros. Los trabajadores no tienen un empleo fijo es por ello que les pagan un valor semanal o diario de unos \$15 a \$40 diarios. Un caso informó que trabajaba con su cuñado como socio de lunes a domingo dependiendo del número de pedidos, y las ganancias eran divididos a la mitad. Asimismo, varias familias analizadas comentaron que por la pandemia se vieron obligados a despedir a sus trabajadores fijos, como las ventas se vieron afectadas por el miedo y cierre de las principales ferias o mercado donde solían vender.

Entre las artesanías que se elaboran en la presente Tipología son hechas a mano y en telares de madera, en la **Tabla 8** se muestra el costo de producción, el precio de venta al público, el precio de venta al por mayor, el numero de unidades que se producen al día, los materiales o insumos que se utilizan y el lugar donde se adquieren los insumos y se especifica si la artesanía es hecha a mano o en telares de madera, esto con el fin de sintetizar la información obtenida de los cuestionarios.

Tabla 8 - Indicadores Tipología 1

| Artesanía | # U.P.T u Hogar | Costo c/u | Precio público c/u | Precio x mayor | # uni d. al día | Lugar de compra | Insumos | Máquina o medio |
|------------------|-----------------|-----------------|--------------------|----------------|-----------------|-------------------------|---|----------------------|
| Atrapa-sueños | 3 | \$0,75 a \$1 | \$2 a \$5 | \$2 a \$3 | 60 | Otavaló | Mullos, hilos, tubos, plumas, tawas y en algunos casos sauces | A mano |
| Aya huma | 1 | \$5 | \$8 | \$6 | 1 | Otavaló | Lana acrílico | A mano |
| Blusas kichwas | 2 | \$15 a \$28 | \$30 | | 1 | Otavaló | Hilo y la tela dacrón | A mano |
| Bolsos | 1 | \$1 | \$5 | \$4 | 25 | Quito, Otavaló e Ibarra | Tela, cierres, adornos de tela | En telares de madera |
| Chales/ chalinas | 5 | \$0,80 a \$2,70 | \$2,50 a \$8 | \$1,5 a \$3,5 | 2 a 50 | Otavaló | Orlón, lana acrílica, lana de oveja y alpahaca | En telares de madera |
| Bufandas | 2 | \$1,1 a \$5 | \$3,5 a \$7 | \$2 a \$6 | 2 a 15 | Otavaló | Lana de oveja, orlón y algodón | En telares de madera |

| | | | | | | | | |
|--------------------|---|--------------|----------------|-----------------|--------|-----------------------------|---|--------------------------------|
| Cobijas | 1 | \$3 | \$8 | \$4 | 5 | Otavaló | Orlón | En telares de madera |
| Cortinas | 1 | \$2 | \$5 | \$5 | 7 | Otavaló | Hilos y palos | A mano |
| Cubrecamas | 2 | \$10 | \$30 | \$15 | 30 | Otavaló, Quito | Tela, hilo, botón, etiquetas, fondos plásticos e insumos varios | En telares de madera |
| Fajas | 2 | \$1,5 a \$2 | \$3 a \$6 | \$2 y \$4,5 | 8 a 15 | Otavaló | Orlón, hilo chino, hilo polyester | En telares de madera |
| Fundas de almohada | 1 | \$3,5 | \$6 | \$4 | 4 | Otavaló | Orlón | En telares de madera |
| Guantes | 1 | \$0,55 | \$1 | \$0,75 | 240 | Otavaló | Orlón | En telares de madera |
| Hamacas | 4 | \$6 a \$10 | \$10 a \$13 | \$8 a \$9,5 | 7 a 30 | Otavaló | Hilo de algodón, algodón, cordones, orlón y palos | En telares de madera |
| Manillas | 2 | \$0,66 a \$2 | | \$3,5 a \$9,5 | 10 | Otavaló | Orlón, cordón, hilo de algodón, mullos, hilos, aguja | A mano |
| Manteles | | \$5,9 a \$10 | \$6,5 a \$15 | | 0,14 | Otavaló | Hilo, algodón y algodón acrílico | En telares de madera y a mano. |
| Poncho artesanal | 4 | \$6,8 a \$15 | \$7,5 a \$13,5 | \$10 a \$12,5 | 8 | Otavaló, Cotama, Chimborazo | Orlón, algodón, hilo de algodón, lana de oveja procesada y gruesa | En telares de madera |
| Pulseras | 2 | \$0,1 a \$1 | \$0,5 a \$2 | \$0,25 a \$0,84 | 60 | Otavaló | hilos, hilos encerados, sorbetes, fosforera, insumos varios | A mano |
| Tapices | 1 | \$1,5 | \$3 | \$2,5 | 15 | Otavaló | Orlón y lana acrílica | En telares de madera |
| Wallkas o collares | 1 | \$33 | \$60 | \$40 | 5 | Otavaló y la Costa | Cristales de oro, murano, piedras semi preciosas, mullos, hilos y accesorios varios | A mano. |

| | | | | | | | | |
|------------|---|-------|-------|-----|-----|---------|--------------------------------------|----------------------|
| Gorros | 1 | | \$5 | \$5 | 200 | Otavalo | Hilo para tejer, botones y etiquetas | En telares de madera |
| Mascarilla | 1 | \$1,8 | \$2,5 | \$2 | 80 | Otavalo | Tela antifluido y elástico | En telares de madera |

Elaboración propia

Los resultados mostrados en la **Figura 26** indican de manera general el número de familias que realizan cada una de las artesanías, el máximo número de familias que realiza una artesanía que son los chales y chalinas son 5 hogares, por consiguiente, se encuentra que 4 familias se dedican a la elaboración de hamacas, 3 familias realizan atrapasueños y otras 3 familias ponchos artesanales, para el caso de blusas kichwas, bufandas, fajas, manillas, manteles, pulseras son dos los hogares que realizan cada una de estas artesanías. Finalmente, las aya huma, bolsos, cintas, cobijas, cortinas, cubrecamas, fundas de almohada, guantes, tapices, wallkas, gorros y mascarillas, para cada una de estas artesanías una familia se dedica a hacerlas.

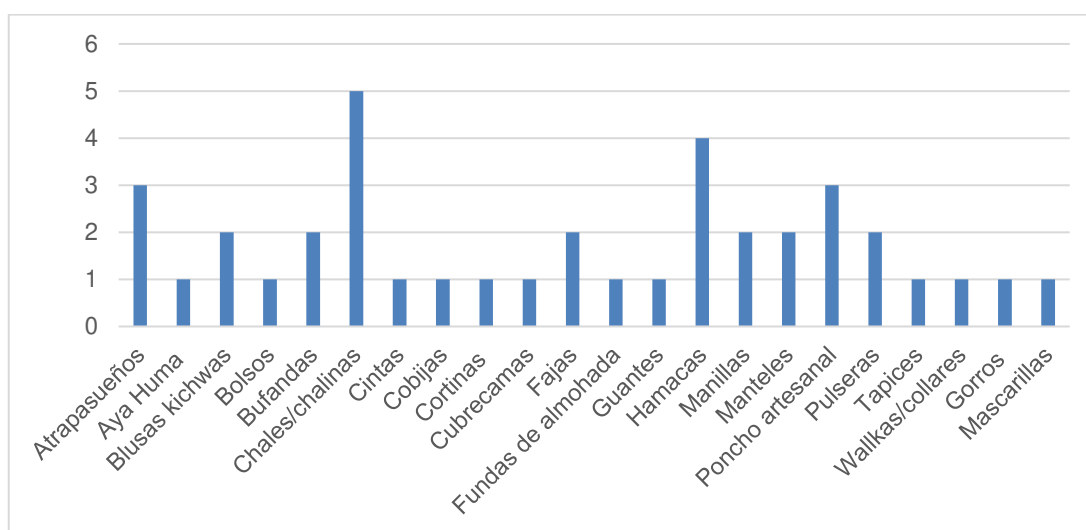


Figura 26 - Artesanías de Tipología 1
Elaboración propia

Asimismo, los resultados que se muestran en la **Figura 27**, indican que un 81% de artesanos no realizan rotación de artesanías, es decir se mantienen con la misma artesanía durante todo el año, en cambio un 19% indicó que, si cambian, agregan más variedades de prendas por temporadas ya sea temporadas frías o días festivos, por ejemplo, para

diciembre de navidad se elaboran árboles de navidad tejidos y por septiembre debido a un mayor número de pedidos de tapices se empieza su fabricación.

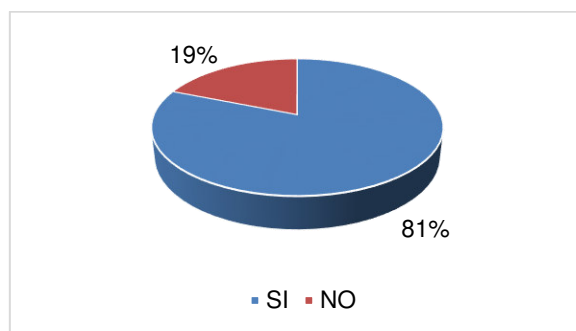


Figura 27 - Las artesanías se mantienen durante todo el año
Elaboración propia

De igual forma, los resultados que se muestran en **Figura 28** señalan que un 76% de las familias comercializan solamente los productos que ellos produce, por el contrario, un 24% de hogares indicaron que ellos compran distintas artesanías a otros proveedores para tener variedad en sus puestos, artesanías tales como bolsos, dulces, fajas, hamacas, sacos, pantalones, gorros, bisutería, muñecos, artesanías varias.

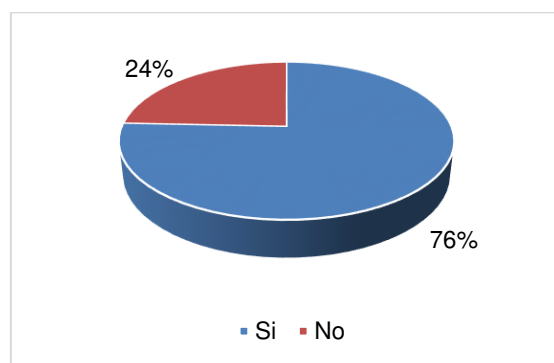


Figura 28 - Comercializa solo lo que produce
Elaboración propia

De forma general se obtuvo que un 38% de artesanos prefiere vender a minoristas y consumidores finales, un 27% a mayoristas, minoristas y consumidores finales, un 19% exclusivamente a compradores finales, un 8% tanto a mayoristas como a minoristas, un 5% solamente a mayoristas y un 3% a mayoristas y consumidores finales. De las personas que dijeron que vendían a intermediarios varios de ellos dijeron que lo hacían debido a que de esta forma el dinero retornaba mucho más rápido y podría ser invertido en más materia prima, era preferible obtener una ganancia por varias prendas que por una sola.

Por otro lado, decían que las ventas eran solamente a minoristas o consumidores finales debido a que sus productos se ofertaban en ferias o plazas principales donde los principales compradores eran turistas, el tiempo de fabricación del producto era muy largo por lo que no se puede ofertar grandes cantidades; otra razón es porque no tenían local propio, además los precios de artesanías del extranjero eran mucho más bajos por lo que existe mayor preferencia en su compra.

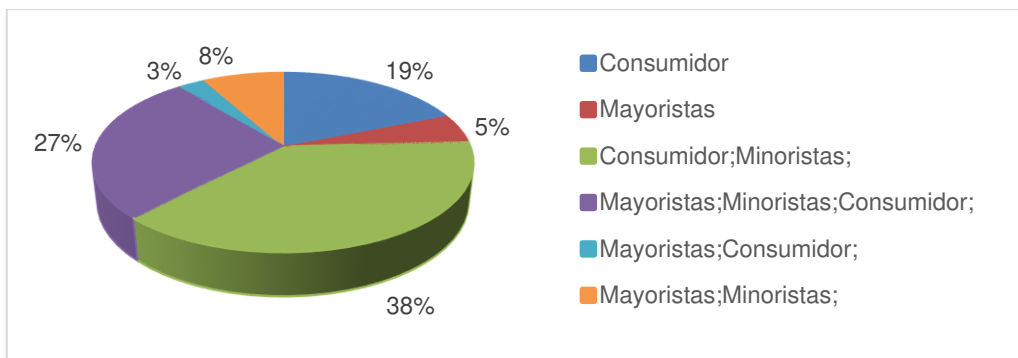


Figura 29 – Combinación de clientes a los que se vende
Elaboración propia

También se recolectó que un 59% es equivalente a artesanos que vende tanto a clientes nacionales como a extranjeros y un 41% solamente a clientes nacionales. El hecho que sean clientes internacionales se da debido a que varios participan ferias donde asisten turistas extranjeros atraídos por los colores y diseños autóctonos de la zona. Otra razón es debido a que un 24% de familias de ellas exportan y un 76% de familias solamente venden a nivel local, estos resultados pueden ser visualizados en la **Figura 29**, varios indicaron que entregaban sus productos a minoristas y mayoristas que viajaban al extranjero y ellos se encargaban de expenderlos en dichos sitios.

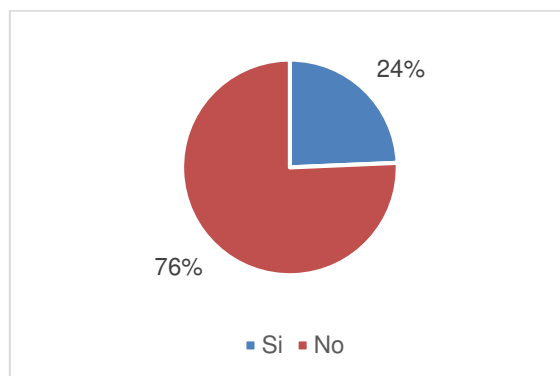


Figura 30 - Hogares que exportan
Elaboración propia

Varios de ellos indicaron que debido a la pandemia su trabajo se vio realmente afectado, por algunas razones como el cierre de transportes interprovinciales, las ferias y principales plazas se cerraron, los vuelos se cancelaron por lo que los turistas o distribuidores que les compraban ya no podían viajar o visitar los puntos de venta, los envíos también se vieron perjudicados, solamente un caso afirmó que los dos primeros meses fueron fuertes para ellos pero gracias a la venta por internet no fueron muy afectados como el resto.

Meses antes de la pandemia indicaron que las temporadas con mayor carga de trabajo dependía del lugar a donde la mercadería era enviada, sin embargo se comentaba que los meses de septiembre, noviembre, diciembre, enero, febrero disminuían las ventas debido a las clases y festividades de Navidad y Año Nuevo donde la prioridad son otros productos, también dependía de temporadas frías y de viento, sin embargo para otras artesanías constituyen los meses de mayor carga de trabajo, como junio, julio, agosto, septiembre, para el caso de cintas, fajas, blusas kichwas, wallkas, prendas para kichwas las fechas de Inti Raymi, Fin de Año y Carnaval constituyen temporadas de mayor carga de trabajo.

El horario de trabajo habitual es desde las 6 a.m. a 9 a.m. cuando son épocas de entrega de varios pedidos ahí su horario comienza a las 3 a.m. el cual finaliza a las 18:00 p.m. a 22:00 p.m. se extendía hasta la noche en temporadas de altas ventas, los horarios variaron debido a la pandemia, en promedio 12 horas diarias equivalentes a 3.324 horas al año.

La pandemia fue también la razón para cambiar el lugar de venta ya sea por el miedo al contagio o por ausencia de turistas, decidieron abandonar dichos puestos por poco tiempo y se unieron a asociaciones productivas, por ejemplo, a la Feria de Peguche, Feria de Quinchuquí, Feria de Agato, ofrecer a conocidos, o mantenerse en sus puestos mientras que otras familias decidieron ya no vender y subsistir con ingresos extras; también 5 familias regresaron de Guayaquil. A medida que las disposiciones han ido cambiando, las familias se han reintegrado a sus puestos con las debidas precauciones sanitarias.

Asimismo, los resultados que se visualizan en la **Figura 31**, indican que un 78% de familias no desearían cambiar de trabajo por algunas razones, alrededor de siete familias indicaron que es debido a que el trabajo artesanal les gusta mucho, otra familia señaló que ya se encuentran completamente establecidos en este trabajo, han estado en este trabajo desde muy pequeños y por varias generaciones ha sido así, ya se encuentran acostumbrados, desean mantenerse, e innovarse ya sea en maquinaria o conocimientos. Igualmente, si optaran por cambiar de trabajo, no sabrían a qué otra actividad dedicarse ni tampoco tendrían capital para embarcarse en algo nuevo.

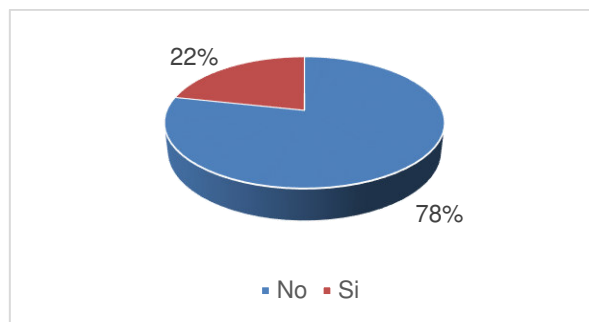


Figura 31 - Familias que desean cambiar de trabajo
Elaboración propia

Un 22% corresponde a las familias que si cambiarían de trabajo, por razones como que las ventas de artesanías han disminuido enormemente en los últimos años y empeoró por la pandemia, además de que la ganancia no solventa el tiempo y esfuerzo que se invierte en cada prenda, las personas desean un valor mucho más bajo aprovechada por la competencia de artesanías extranjeras.

En este sentido, las artesanías extranjeras han empezado a ganar más espacio, los resultados que se observan en la **Figura 32** señalan que un 73% de familias kichwas artesanas de la parroquia afirmaron que, sí les ha afectado la entrada de artesanías del extranjero, constituida por artesanías tales como chalinas, ponchos, sacos, bufandas, fajas, pantalones, cobijas, atrapasueños, bolsas, blusas, sacos y chales de alpacaca, fajas provenientes de Perú, México, Guatemala, Bolivia pero principalmente de China. De acuerdo con los participantes, la preferencia es por el precio más bajo de los productos chinos, existe más variedad en diseños y colores, los materiales son más duraderos en los productos peruanos, bolivianos y mexicanos, y los compradores no notan la diferencia entre lana de oveja o alpacaca y el sintético y asumen la originalidad que no tiene.

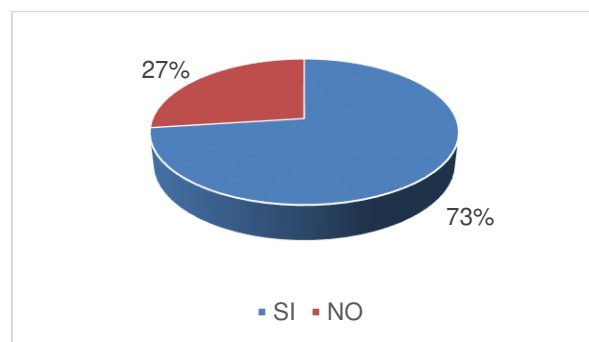


Figura 32 – Familias afectadas por la entrada de artesanías extranjeras
Elaboración propia

Por otro lado, al 27% de familias no les afecta la entrada de artesanías extranjeras, una familia indicó que evita vender en sitios donde exista mucha competencia, prefiere viajar a otras ciudades, asimismo es porque las hamacas, cobijas no las elaboran en el extranjero son diseños exclusivos de la zona, finalmente dichas familias elaboran blusas kichwas ocupadas por mujeres kichwas y no es producida en otros países sino solo en Imbabura.

De igual manera, se encontró que los artesanos fijan sus precios de acuerdo a los costos de producción, constituida por los costos del material, de mano de obra, la complejidad que implica realizar la artesanía y varios de sus acabados, tomando en cuenta el tiempo que se demoraba en realizar cada una de las prendas, otras familias nombraron que acoplan sus precios de acuerdo al mercado, por el cual precio al cual venden sus competidores. Asimismo, se recabó que varios de ellos solamente toman en cuenta el valor del material.

Igualmente, un 23% de hogares artesanos indicaron que eligen un lugar para vender en aquellos sitios donde haya más confluencia de personas, un 31% señaló que buscan puestos donde hay disponibilidad de vender para lo que solicitan autorización a los líderes de las ferias, el 12% indicó que ofrecen directamente a contactos conocidos, otro 12% recorre varios locales ofreciendo sus productos, otro 12% es gracias a recomendaciones de otros artesanos, un 8% busca lugares de carácter turístico y un 4% prefiere lugares donde no exista mucha competencia, estos resultados se muestran en la **Figura 33**.

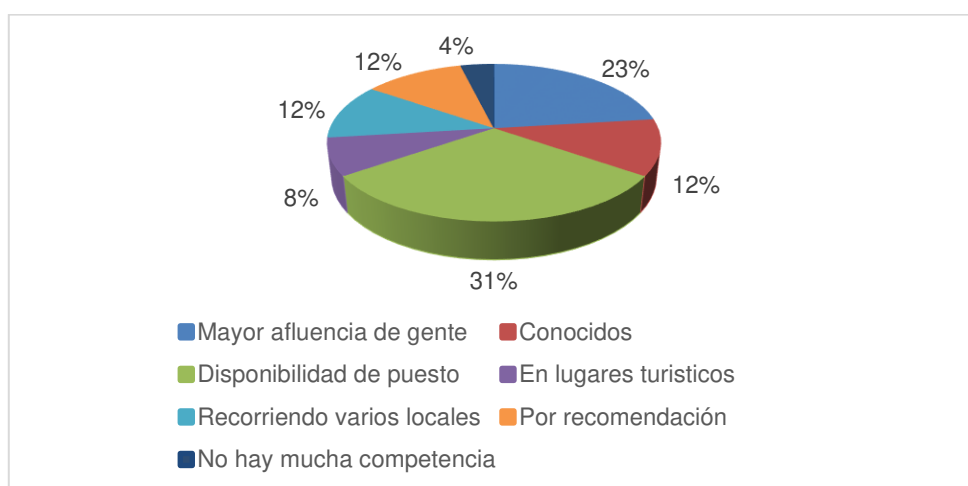


Figura 33 - Razones para elegir un lugar de trabajo
Elaboración propia

Los kichwas artesanos de esta Tipología promocionan de algunas formas sus productos, los resultados que se muestran en la **Figura 34** indican que todos los artesanos tienen

fijado un precio al público por unidad y cuando son ventas al por mayor realizan descuentos, aparte de este, alrededor de un 38% respondió no utilizar ninguna red social para promocionar sus productos ni promocionar por otro medio más que acudir a descuentos cuando se acercan clientes, en cambio un 27% afirmó tener al menos una red social como WhatsApp, Facebook en la cual posteaban sus artesanías, el 16% contestó que asiste a ferias o exposiciones en otras ciudades para dar a conocer el negocio, un 14% prefería visitar presencialmente a los clientes o conocidos para ofertarles sus productos, un 3% indicó realizar llamadas telefónicas y el otro 3% obsequiaba una muestra.

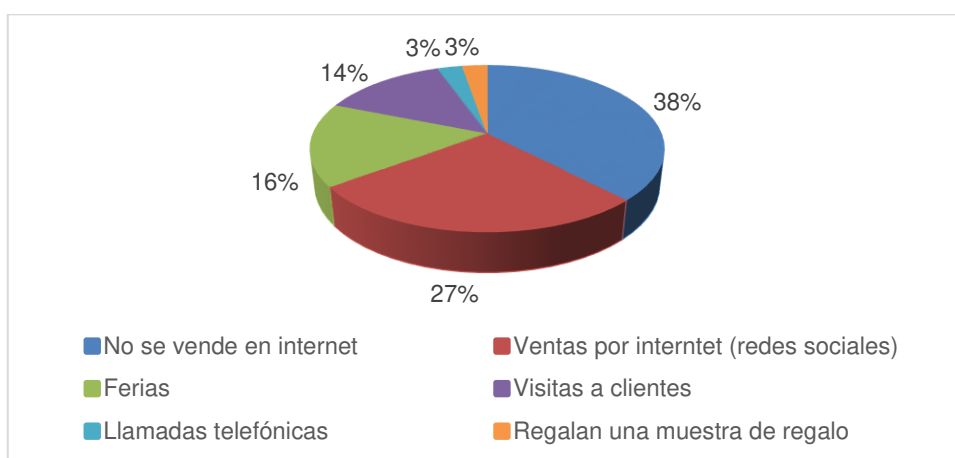


Figura 34 – Promoción de los productos
Elaboración propia

Para el caso de la entrega de la mercadería, se realizan tanto ventas personales, ya sea que los artesanos se encarguen de entregar en el lugar correspondiente o que los mismos clientes visiten el hogar para realizar los pedidos, como también envíos por transporte, esto debido a que existe también una alta demanda en distintas provincias a nivel nacional. Cuando existen ventas a mayoristas o intermediarios, se obtuvo que el más claro beneficio que se les brinda es el descuento dependiendo siempre de la cantidad que adquieran en tres casos se enfatizó que el artesano corría con el gasto del transporte, el resto llegaba a un acuerdo de pagar la mitad ambas partes, y el más común es que el cliente corra con los gastos de envío.

Entre las facilidades de pago que tienen los artesanos de esta Tipología se encuentran, efectivo, cheque, transferencias, depósitos, créditos con un plazo de pago de 15, 30 y 60 días, hay también la posibilidad de realizar un pago periódico semanal. Todos no solamente reciben un solo tipo de pago, sino que están abiertos a varios de ellos. Exclusivamente en casos opcionales los clientes pueden aplicar el crédito de 15 a 60 días.

Asimismo, se preguntó si existe algún inconveniente al momento de elaborar su artesanía, si es que les hace falta alguna máquina, alrededor de 20 familias respondieron que no existen inconvenientes, alrededor de 10 hogares indicaron que les hace falta alguna máquina pero que para solventar dicho problema envían a otro lugar para realizar dichos acabados en las artesanías, o se pide prestado a algún conocido cercano, el resto contestó que existen inconvenientes de capital para innovar, y por el hecho de que al tejer en telares de madera no se puede competir con las máquinas industriales.

También se obtuvo que un 54% de los artesanos están preocupados por la fidelización de sus clientes es decir están constantemente contactándose con sus clientes ya sea para preguntar si están conformes con sus productos, si los productos llegaron en excelentes condiciones, para saber si el servicio brindado fue bueno o para ofrecer nuevos productos. Por otro lado, el 46% señaló que no está en contacto con sus clientes, esto se visualiza en la **Figura 35**.

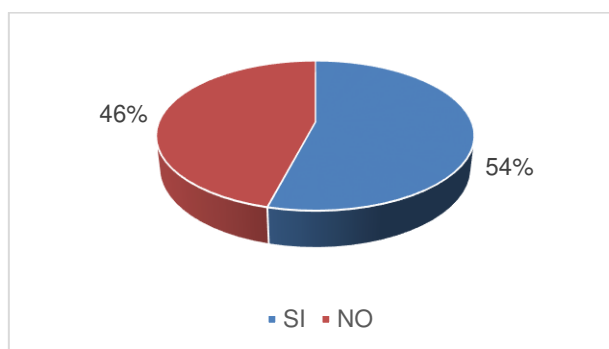


Figura 35 - Servicio post venta
Elaboración propia

Se obtuvo que a más de dedicarse a la actividad artesanal existen una actividad extra que también les genera ingresos, entre ellos se encuentra la Artesanía donde una familia comentaba que su esposa ocasionalmente trabajaba como cosedora para otra persona ganando alrededor de \$50 mensuales, Chofer de tractor siendo el esposo quien trabaja y percibe \$20 mensuales, Construcción recibe \$10 mensuales trabajando como obrero, Cyber (copias, servicio de internet e impresiones) percibiendo \$40 mensuales, Fumigación y Pesca deportiva ganando \$5 por semana. Para el caso del comercio emergió debido a la pandemia, son pequeñas tiendas o puestos improvisados en los mismos hogares, alrededor de 5 familias se dedican a esta actividad a la agricultura, para posteriormente dichos granos, frutas y verduras cultivadas ser comercializadas, asimismo se venden animales como cuyes, los cuales generan ingresos semanales de \$5 a \$30. Donde son el

esposo/a y su pareja quienes atienden el negocio. Una familia indicó tener 2 negocios extras, siendo una actividad Profesor de música percibiendo \$260 y otra como músico ganando \$250. Todos estos ingresos se dirigen a la familia. El resto de 26 hogares indicaron no adquirir un ingreso extra.

Solamente 2 personas reciben un Bono de Desarrollo Humano y un Bono para Adultos Mayores, el primero de \$100 y el segundo de \$50. Solamente una persona recibe remesas de algún familiar del extranjero y es repartido para toda la familia.

Existe también de esta Tipología, 5 miembros de la familia que se encuentran en un trabajo asalariado. Donde es el esposo e hijos los que trabajan para alguna empresa, talleres de tejido y colegio, de lunes a viernes como tejedores, cosedores profesor y una persona como Jefe de Control, percibiendo los tejedores de \$60 por obra a \$ 300 mensuales. Para el caso del jefe de control alrededor de \$1.000 mensuales y el profesor \$ 260 mensuales. Sus lugares de trabajos les quedan cerca del hogar de 5 a 10 minutos, solo en un caso reside fuera de la ciudad.

Los ingresos totales para los hogares de esta Tipología están constituidos por los ingresos percibidos por algún miembro en un trabajo dependiente son \$384, \$78,33 de ingresos de actividades extras, \$150 en bonos y remesas, para el caso de los ingresos por ventas estos se calculan en base a la capacidad instalada dando un total promedio mensuales de \$5.066,64 este valor corresponde a la máxima producción teórica es decir al volumen de artesanías que pueden ser entregados si se utiliza al máximo los recursos operativos de una organización de 1.386 unidades mensuales equivalentes a 16.636 unidades al año y si el proceso transcurre con normalidad y sin tropiezos adicionales, luego se encuentra la capacidad real obtenido de la capacidad instalada tomando en cuenta tiempo de receso, tiempo por necesidades fisiológicas e imprevistos por merma inherente que dan un volumen de 1.123 mensuales equivalentes a 13.481 unidades al año dando un total de Ingresos mensuales por ventas de \$4.223,72, con este último se obtiene un valor de Ingresos totales mensuales de \$4.836,06 y \$58.032,66 de Ingresos anuales, de igual forma existe un ingreso per cápita promedio hogar de \$1,28.

Cabe destacar que estos valores son un promedio y aproximados al valor real, debido a que existe una gran variedad de hogares con realidades distintas donde se elaboran una sola artesanía en una semana, o menores a 10 unidades en un día por el contrario en otros

hogares se producen hasta de 100 hasta 240 unidades al día, lo que ocasiona que el promedio de Ingresos planteado aumente considerablemente.

Para el caso de egresos, se distribuye en dos partes una equivale a los gastos de vivienda, salud, servicios básicos, mantenimiento, celulares, herramientas de trabajo, pago a empleados, gas, vehículos, siendo un gasto de \$1.178,13 mensual, y para el caso de costos donde se incluye el pago a los trabajadores en promedio están alrededor de \$1.652,33 siendo un total de egresos mensuales de \$2.840,45 que al final del año ascienden a \$33.965,46 basados en el valor de producción real obtenido y un gasto y costo per cápita de \$0,75. Cabe señalar que no existen gastos por pago de cuotas de electrodomésticos y ocio.

Es importante mencionar que las familias perciben de distinta forma, en distintas cantidades, existen temporadas bajas y altas de venta, por lo que muchas veces los ingresos no compensan los egresos, los valores señalados son solamente un promedio.

Medios de Vida Resultantes

Con la información anteriormente planteada sobre los capitales, se utiliza una valoración del 1 al 5 siendo 5 el escenario más ideal y 1 el escenario menos ideal para cada una de las unidades productivas textiles, esta evaluación se hace en base al **Anexo C** donde se establecieron los posibles escenarios para cada una de las categorías, dicha tabla se utilizó para señalar con una X la categoría que corresponde, es así que se recaban las respuestas a los principales indicadores que caracterizan a esta Tipología, dichos resultados se muestran en la **Tabla 9**.

Tabla 9 - Indicadores Tipología 1

| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|----|---|---|---|
| CAPITAL FÍSICO | | | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (min) | | X | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (km) | | X | | | |
| Distancia al centro educativo más cercano (min) | | X | | | |
| Servicios básicos con los que cuenta | X | | | | |
| | 5 | 12 | 0 | 0 | 0 |
| CAPITAL NATURAL | | | | | |
| Porcentaje de familias que se dedican a la agricultura | X | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Tiempo que se invierte en agricultura (horas al año) | X | | | | |
| Tiempo que se invierte en un huerto familiar (horas al año) | X | | | | |
| Porcentaje de familias que poseen un huerto familiar | | | | X | |
| Frecuencia de tiempo que dedican a agricultura | | | | | X |
| Frecuencia de tiempo que dedican a huertos familiares | X | | | | |
| Porcentaje de familias que crían animales de granja | | | X | | |
| | 20 | 0 | 3 | 2 | 1 |
| CAPITAL HUMANO | | | | | |
| Instrucción Académica de padres y madres de familia (el más común) | | | X | | |
| Número de miembros de familia | | | | X | |
| Porcentaje de personas menores a 15 años (%) | | | | | X |
| Porcentaje de personas entre 15 y 65 años (%) | | X | | | |
| Porcentaje de adultos mayores a 65 años (%) | | | | | X |
| | 0 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| CAPITAL SOCIAL | | | | | |
| Porcentaje de familias que pertenecen a asociaciones productivas | | | X | | |
| Porcentaje de familias que asisten a reuniones de la comunidad | | X | | | |
| Porcentaje de familias que asisten a mingas | | | X | | |
| Frecuencia de reuniones de la comunidad | X | | | | |
| Frecuencia de Mingas | X | | | | |
| | 10 | 4 | 6 | 0 | 0 |
| CAPITAL ECONOMICO | | | | | |
| Porcentaje de familias cuyo negocio familiar es actividad artesanal | X | | | | |
| Porcentaje de Hogares que poseen trabajadores | | | | X | |
| Porcentaje de hogares que comercializan solo lo que producen | | | | X | |
| Porcentaje de clientes que más adquieren las artesanías | | | | X | |
| Porcentaje de familias que desean seguir en la actividad artesanal | | X | | | |
| Porcentaje de familias que les afecta la entrada de artesanías extranjeras | | | | X | |
| Formas de promocionar los productos | | | | X | |
| Porcentaje de familias que tienen inconvenientes a la hora de trabajar | | | X | | |
| Porcentaje de familias que tienen servicio pos venta | | | X | | |

| | | | | | |
|---|----|---|----|----|---|
| Tiempo que dedican a la actividad artesanal (horas/año) | | | X | | |
| Máxima producción teórica promedio de artesanías o capacidad instalada (unidades/año) | X | | | | |
| Capacidad Real (unidades/año) | X | | | | |
| Ingresos anuales promedio | | X | | | |
| Gastos y costos anuales promedio (\$/año) | | | X | | |
| Ingreso per cápita hogar (\$/días) | | | | X | |
| Gastos per cápita (\$/día) | X | | | | |
| | 20 | 8 | 12 | 12 | 0 |

Elaboración propia

Con lo que se obtuvo en la **Tabla 9** es posible desarrollar el análisis cuantitativo en base al total de cada capital y dividido para el número de indicadores de cada uno de los capitales, los resultados obtenidos se los muestra en la **Tabla 10**.

Tabla 10 - Resultados Indicadores Tipología 1

| | |
|--------------------------|------|
| Capital Físico | 4,25 |
| Capital Natural | 3,71 |
| Capital Humano | 2,20 |
| Capital Social | 4,00 |
| Capital Económico | 3,25 |

Elaboración propia

Con los resultados obtenidos que se muestran en la **Tabla 10** se procede a representar todos los capitales y en ellos visualizar aquellos capitales que representan un pilar y aquellos más vulnerables.

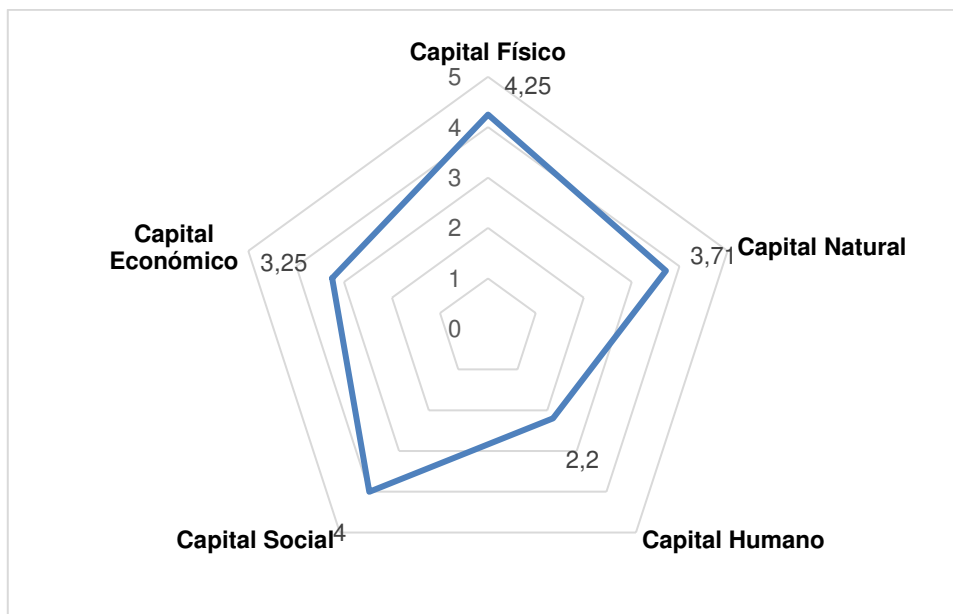


Figura 36 - Análisis en gráfico de araña Tipología 1
Elaboración propia

Los resultados obtenidos en la **Figura 36**, señalan que el escenario ideal corresponde a un valor de 5, es así que el capital que más se acerca a este valor es el Capital Físico esto es debido a que la distancia en minutos y kilómetros a una ciudad cercana y a instituciones educativas y de salud se encuentran en no más de 13 minutos en automóvil, las mismas escuelas y colegios se encuentran en las mismas comunidades, pero otras con una calidad educativa como según lo dijeron los habitantes es mejor en la ciudad de Otavalo.

Otro capital que se acerca al escenario ideal es el Capital Social debido a que más de la mitad de las familias de esta Tipología forman parte y participan activamente en asociaciones productivas, reuniones de la comunidad y mingas, dichas reuniones de la comunidad se dan al menos una vez al mes, aunque se ha visto que dichas reuniones han disminuido en los últimos años, de acuerdo a los mismos habitantes se ha dejado de lado el empoderamiento o sentido de pertenencia e importancia en estas actividades en pro de sus mismas comunidades todo depende de la comunidad a la que pertenezcan.

De igual forma se obtuvo que el capital económico y natural poseen valores intermedios de 3,25, y 3,4 el capital económico no se acerca a un escenario ideal debido a que no existen muchas familias que tengan trabajadores, esto significaría que no existe una alta demanda que no pueda ser satisfecho por los miembros de la familia lo que sería equivalente a mayores ingresos para el hogar, asimismo es alto el porcentaje de familias que comercializan solamente lo que produce, lo que no sería muy bueno porque se estaría

visualizando una falta de variedad en sus productos, siendo un negocio con menor posibilidad de competir. Igualmente se denotó que los clientes más comunes son consumidores finales y minoristas, esto es porque venden en puntos de venta turísticos donde su clientela está compuesta por turistas nacionales e internacionales, no obstante, se estaría visualizando que la familia no tiene la capacidad de comercializar en grandes cantidades o no tiene las herramientas necesarias para llegar a otros canales. Esto se complementa con el hecho de que si existen varios inconvenientes a la hora de laborar ya sea por falta de maquinaria o insumos.

De igual forma una gran mayoría de familias han sido afectadas por la entrada de artesanías extranjeras. Los ingresos, así como se visualizan valores altos de acuerdo a la capacidad real, no refleja sus verdaderos ingresos, varias familias no logran compensar sus gastos y costos con sus ventas, el hecho de elaborar en telares de madera o a mano constituye un mayor esfuerzo y por ende mayor tiempo debido a la complejidad de las artesanías y esto a su vez obstruye en la obtención de grandes cantidades de artesanías.

Para el caso del Capital Humano este posee un valor alejado al escenario ideal, porque el nivel de instrucción óptimo sería un título de tercer nivel, no obstante un porcentaje mayor de padres y madres de familia han cursado la primaria, asimismo existen familias con un número inferior de 3 a 4 miembros de familias lo que significa que no hay una mano de obra cercana entre la misma familia, además hay un menor número de niños lo que podría recaer en la obstrucción en una herencia transgeneracional.

Para el caso del capital natural su valor se da debido a que no todas las familias dedican su tiempo a la agricultura solamente la mitad de las familias por Tipologías, y un menor número de familias poseen un huerto familiar, de hecho, menos son menos de 10 familias, la frecuencia en la que dedican su tiempo es para la agricultura solamente por temporadas, para los huertos familiares se dedica un tiempo diario.

De igual forma para representar los principales flujos y fondos del sistema de la Tipología 1, donde las figuras de turquesa representan los flujos y las flechas lilas los fondos que para el presente caso sería Human Activity o actividad humana y Power technology o capacidad eléctrica, a continuación, se presenta la **Figura 37**:

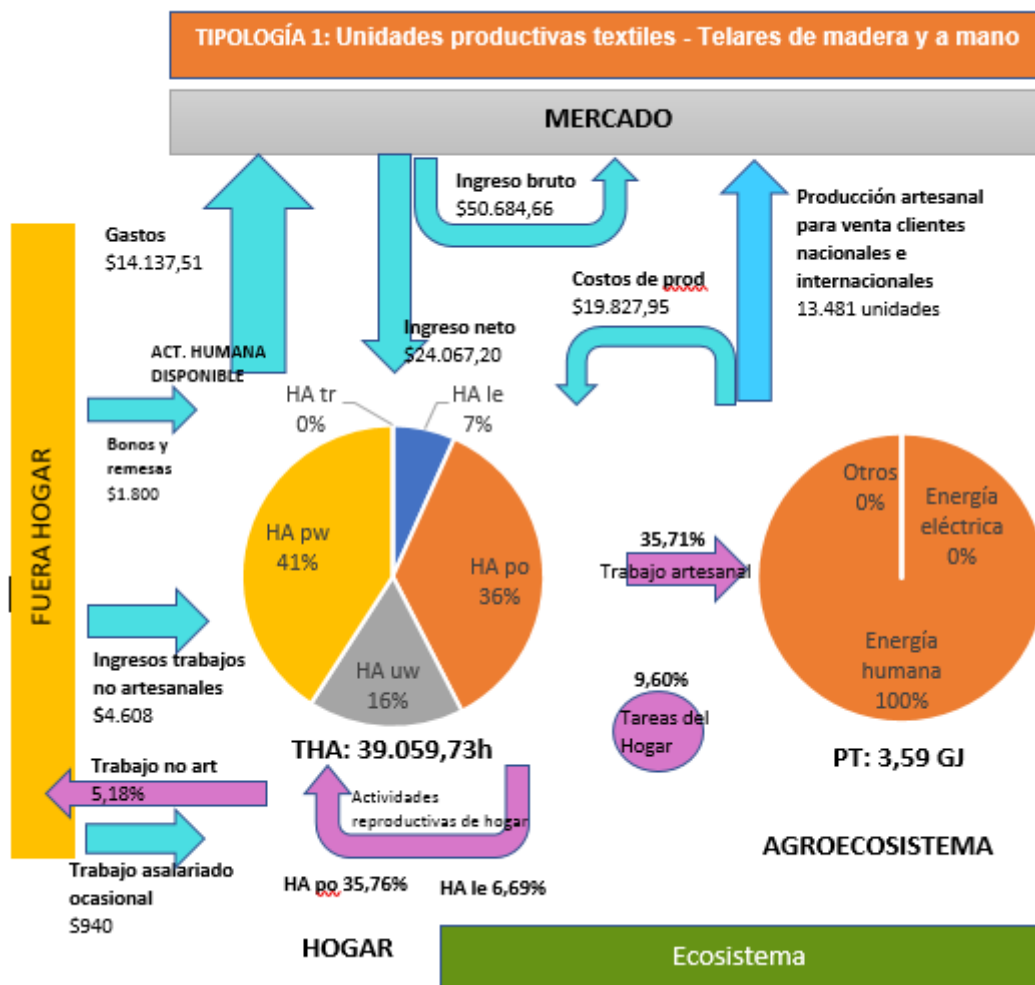


Figura 37 – Diagrama Fondo – Flujo / Tipología 1
 Elaboración propia

TIPOLOGIA 2: UNIDADES PRODUCTIVAS TEXTILES - TELARES O MÁQUINAS ELÉCTRICAS ANTIGUAS SEMI MANUALES

TIPOLOGIA 2: se encuentra constituida por kichwas otavaleños pertenecientes a las distintas comunidades de la parroquia de Doctor Miguel Egas Cabezas dedicados a la elaboración de artesanías en telares o máquinas eléctricas antiguas semi manuales de los años 50.

Capital Físico

Los hogares de esta Tipología viven alrededor de la comunidad de Peguche de distintos barrios como Atahualpa, Imbaquí, Obraje, Barrio Central y la comunidad de Quinchuquí. Al

estar ubicados en estas comunidades y trabajar en el mismo hogar se encuentran a una distancia de 3,3 a 5,2 km que equivale en auto de 7 a 12 minutos del Centro de Otavalo.

Las familias de esta Tipología indicaron que sí cuentan con servicios básicos como agua entubada, luz, telefonía fija y señal de internet en donde ellos viven, sin embargo, se ha notado que algunos sectores de las partes altas de la comunidad son carentes los servicios de alcantarillado, luz, agua y alumbrado, se perciben aún que algunas calles están dañadas y varias aceras sucias o con basura.

Capital Natural

Las familias de esta Tipología tienen como principal actividad generadora de ingresos el trabajo artesanal. La mitad de dichos 16 hogares de esta Tipología es decir el 50% se dedican a la agricultura de los cuales solamente 1 familia vende lo que produce en el terreno, a esta actividad le dedican un tiempo de 2 a 5 horas diarias equivalentes a un promedio de 138 horas anuales desde las 6:00 a.m. hasta las 9:00 a.m., donde 2 familias lo realizan 1 vez por semana, otra familia los fines de semana y el resto lo hace por temporadas es decir cuando sea necesario de cultivar, desherbar y cosechar, cultivos de maíz, fréjol, arveja, papa, hortalizas, verduras, frutas y distintas plantas medicinales en terrenos cercanos a la vivienda; un 31% es decir 5 familias no le dedican tiempo a la agricultura ni huertos familiares, esto resultados se visualizan en la **Figura 38**.

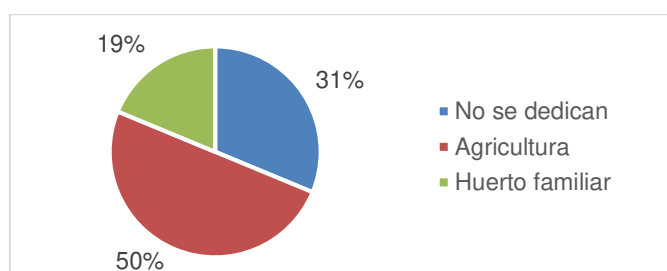


Figura 38 – Familias que se dedican al cuidado de la tierra
Elaboración propia

Asimismo 3 familias de esta Tipología equivalente al 19% poseen un huerto familiar al cual lo atienden una familia los lunes, otra los domingos y otro hogar comentó que lo vigila diariamente dedicándole un tiempo promedio de 1 hora en un horario de 7:00 a.m. hasta las 10 a.m. equivalentes a un promedio de 272 horas anuales. Para estas actividades son

7 hogares donde padres y madres de familia están al pendiente de su cuidado, luego 4 familias son en las que participan el resto de miembros de la familia.

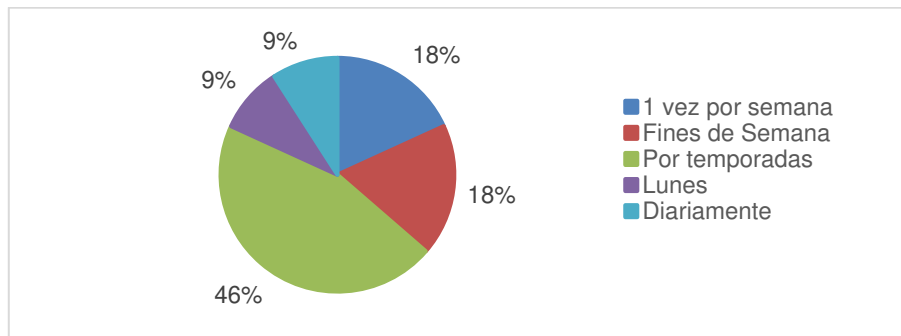


Figura 39 - Frecuencia de tiempo en agricultura y huertos familiares
Elaboración propia

Por otro lado, se encontró que 7 familias o el 44% de esta Tipología también poseen animales como gallinas y cuyes, los cuales requieren de cuidados al menos tres veces al día unas 2 horas promedio diarios equivalente a 672 horas anuales, para ello son los mismos padres de familia quienes le dan la comida, una familia de estos, debido a la necesidad decidió empezar a vender las gallinas. Algunas de estas familias comentaron haber incurrido en la agricultura, huertos familiares y cuidado de animales debido a la pandemia, primordialmente como medio de subsistencia.

Capital Humano

En esta Tipología se encuentran 16 familias que realizan sus artesanías en telares eléctricos antiguos de las 85 familias, 13 de dichos hogares pertenecen a la comunidad de Peguche, 3 a la comunidad de Quinchuquí; aquellos que viven en Peguche 7 de ellos pertenecen al Barrio Atahualpa, 3 al Barrio Central, 2 al Barrio de Obraje y 1 al Barrio Imbaquí, dichos resultados se muestran en la **Figura 40**.

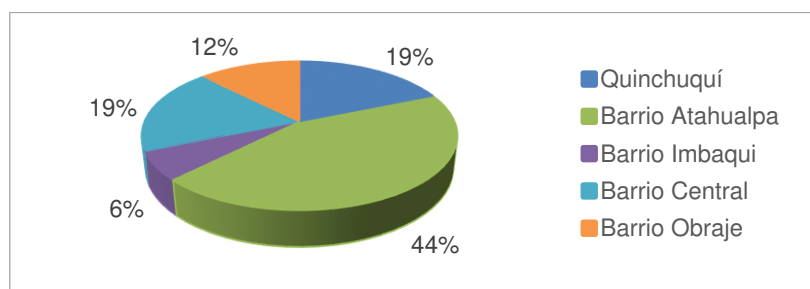


Figura 40 – Comunidades a las que pertenecen
Elaboración propia

De igual forma, 5 de las 16 cabeceras de familias no habitan donde realmente nacieron, 2 de ellos nacieron en Quito y se mudaron por motivos de herencia, 2 en Otavalo debido a que se casaron con una pareja de la comunidad de Peguche y otro en Quichinche por trabajo. Entre las familias de esta Tipología, 10 padres y madres de familia es decir un 62% poseen una instrucción primaria, por consiguiente 4 o el 25% han curso hasta la secundaria y 13% o 2 eran hijos se encuentran estudiando la Universidad. Se encontró que 7 son madres de familia y 1 hijas; 6 son padres de familia y 2 hijos, es decir 8 son del género femenino y 8 son del género masculino, estos datos son observados en la **Figura 41**.

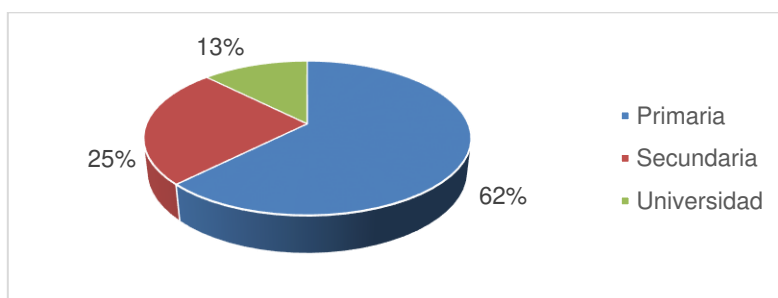


Figura 41 - Instrucción de las familias de la Tipología 2
Elaboración propia

Se obtuvo que 5 de los padres de familia han adquirido una educación de nivel básico y 1 de educación secundaria. Mientras que, son 7 las madres de familia de las cuales 5 han alcanzado una instrucción primaria y 2 solamente una educación secundaria. Es notable encontrar que los padres de familia de esta Tipología no poseen una educación más allá del segundo nivel y una gran mayoría solamente ha adquirido una educación primaria.

Las familias de esta Tipología están constituidas entre 2 a 7 miembros, donde existen 5 coincidencias o un 31% de familia de 4 miembros, por consiguiente, se encuentran los hogares de 2 y 5 miembros de familia con un 19%, luego un 13% corresponde a las familias con 3 y 6 miembros, finalmente con un 6% están los hogares de 7 miembros, por lo general la estructura familiar es de papá, mamá, hijos/as, una familia comentó que el terreno se encuentra dividido por tres casas donde en cada una viven los hermanos y padres con la misma familia, estos resultados se muestran en la **Figura 42**

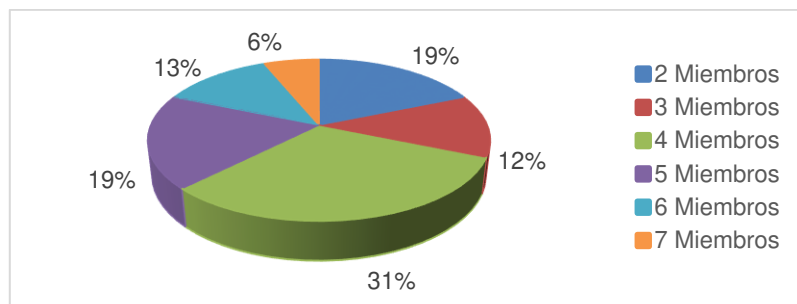


Figura 42 - Número de miembros de familia en la Tipología 2
Elaboración propia

Asimismo, las familias se encuentran distribuidas por personas donde un 76% corresponde a personas en edad de trabajar es decir entre una edad de 16 a 65 años, de igual forma existe un 16% de personas menores de edad con edades inferiores a 15 años, finalmente existe un 8% de individuos con edades superiores a los 66 años, dichos datos se visualizan en la **Figura 43**.

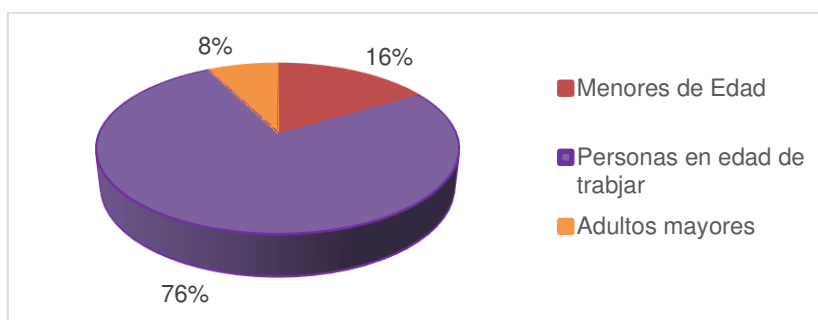


Figura 43 - Distribución de edades de los miembros de los hogares
Elaboración propia

De la misma manera se visualizó que, un 92% de personas corresponde a aquellos que no son autónomos económicamente, esto debido a que son menores de edad o jóvenes que se encuentran estudiando ya sea en el colegio, escuela o Universidad, no obstante cuando en tiempos libres ayudan a sus padres en la actividad artesanal o la comercialización de los productos, de igual forma viven los abuelos o abuelas adultos mayores que igualmente ayudan en el proceso de fabricación pero en menor proporción. Por otro lado, se encuentra un 8% de personas que son autónomos económicamente pero que viven en la misma casa y por ende apoyan en varios gastos familiares dichos valores se visualizan en la **Figura 44**.

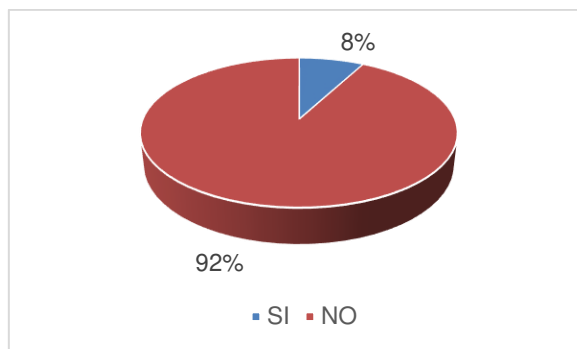


Figura 44 - Miembros autónomos económicamente
Elaboración propia

Capital Social

Las familias de esta Tipología se encuentran en distintas asociaciones productivas y organizaciones tales como la Feria de Peguche, Feria de Quinchuquí, Mercado de Copacabana, Comisión de Cabildo y Cooperativa de Ahorro y Crédito. Es así que, se encontró que 8 hogares participan en la asociación para la Feria de Peguche, otros 2 hogares en la asociación para la Feria de Quinchuquí, 2 se encuentran en la Comisión del Cabildo o es presidente del barrio Obraje, y la última, aunque estén cerrados los puestos en el Mercado de Copacabana solían trabajar allí, con la pandemia ahora trabajan en la Feria de Quinchuquí, otra familia comentó que pertenece a la Cooperativa de Ahorro y Crédito y otra en la comisión de eventos culturales, 3 familias indicaron no pertenecer a ninguna asociación u organización estos resultados se muestran en la **Figura 45**.

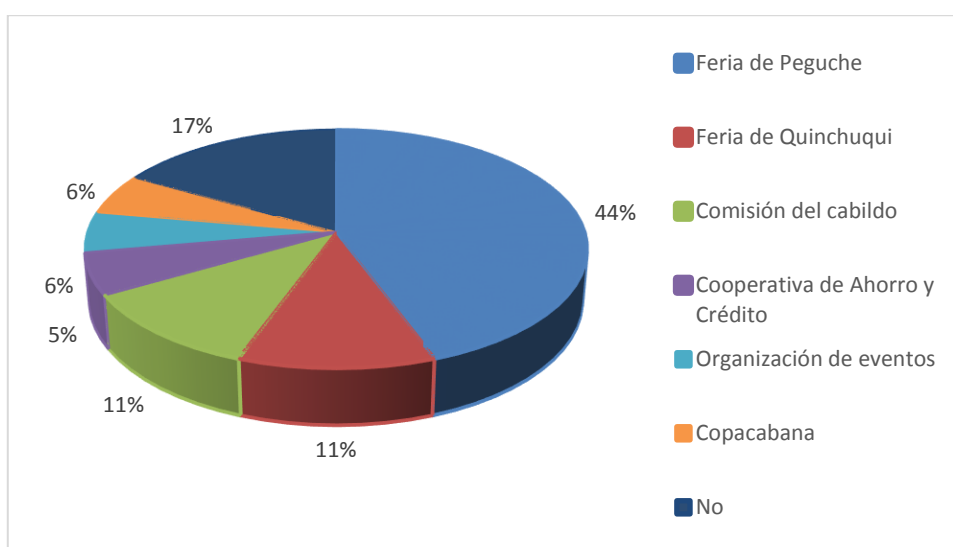


Figura 45 - Número de personas que pertenecen a asociaciones/organizaciones
Elaboración propia

Al pertenecer a dichas asociaciones u organizaciones, el principal beneficio que les brinda es la ayuda en la comercialización de sus productos, asimismo se comentó que se prevé ofrecer facilidad de créditos entre los socios, para el caso de cooperativas el principal beneficio son los créditos, siendo organizador de eventos culturales brinda asesoramiento en la organización de eventos culturales de la zona como es el Pawkar Raymi Peguche Tío, y perteneciendo a la presidencia del barrio existe la ventaja de agilizar distintos trámites. Se señaló que se realiza un aporte de entrada entre \$5 y \$20 para formar parte de la Feria de Peguche y de \$2 semanales para la cooperativa de ahorro, para el resto de casos no se realiza ningún aporte.

Las familias de esta Tipología participan en distintos tipos de actividades entre ellas un 27% equivalente a 6 familias participan en asociaciones productivas artesanales en específico, otro 27% equivalente a otras 6 familias en reuniones de su respectiva comunidad, un 23% o 5 hogares en mingas, un 9% o 2 familias en reuniones de la Iglesia, un 5% es decir 1 familia en Cooperativa de Ahorro y Crédito, otro 5% en la Comisión del Cabildo y exposiciones que se realizan en el Cabildo y otro 5% participa en una Asamblea Política. Esto resultados se pueden visualizar en la **Figura 46** a continuación:

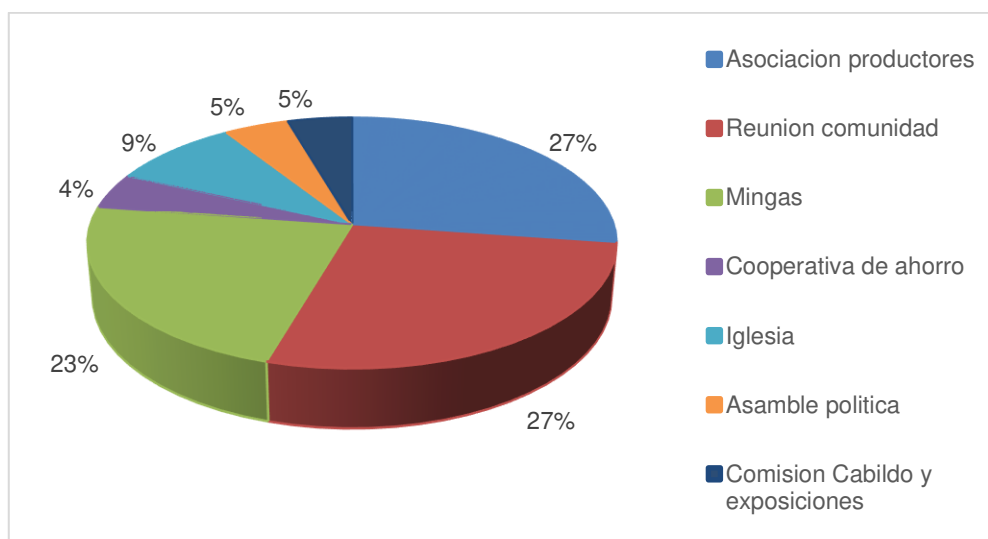


Figura 46 - Familias que realizan actividades de asociación
Elaboración propia

Los hogares de esta Tipología, 5 de ellos pertenecen a Peguche, comentaron asistir a las reuniones de las asociaciones de los productores que de acuerdo a 4 familias estas se dan 1 vez al mes, otra familia dijo que se asisten 2 veces al mes y otra cada semana, estas duran alrededor de 2 a 3 horas y a las cuales asisten 1 miembro masculino de 3 familias y

1 miembro femenino de otras 2 familias, para una familia 3 miembros hombres y 3 mujeres participan en las reuniones.

Por otro lado para el caso de las reuniones de la comunidad tomando en cuenta que 3 de ellos pertenecen a la comunidad e Quinchuquí ellos comentaron que se han perdido la frecuencia de las asambleas y que ahora se dan 2 veces al año durando alrededor de 3 a 4 horas y a las cuales acuden los miembros masculinos de la familia; las otras 2 familias son de Peguche indicaron que las reuniones se llevan a cabo a vez al mes o a veces son 3 veces al año y duran de 2 a 3 horas, en un horario en las tardes entre las 14:00 p.m. y 18:00p.m. en estas participa tanto los miembros masculinos como femeninos de la familia.

Asimismo, se indicó que 5 familias participan en las mingas de sus comunidades, 2 personas señalaron participar 1 vez al mes, en cambio 3 personas comentaron que ya no se las ha realizado recientemente y que solamente se lo hace 1 o 2 veces al año, durando de 3 a 5 horas, sin embargo, también esta práctica se ha ido perdiendo mucho, ya no es tan frecuente como antes. De igual forma es obligatorio que asista solamente una persona por familia.

Del mismo modo, se encontró que 2 familias participan en las reuniones de la Iglesia las cuales son 1 o 2 veces al mes y dura 2 horas, en el mismo participan tanto miembros masculinos como femeninos. Para el caso de misas se encontró que antes de la pandemia acudían 10 familias señalaban que asistían a la iglesia 1 vez por semana, una familia 2 cada dos semanas, 2 familias indicaron que asistían 1 vez al mes, a partir de las 7 a.m. hasta antes del mediodía el cual dura 1 hora. Para ello un 64% de los hogares asisten con todos los miembros, un 21% solamente con su pareja y un 14% va uno de los miembros sin compañía.

Igualmente, otras 3 familias señalaron que participan en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, Asamblea política y para la Comisión del Cabildo o exposiciones de la Comisión, la frecuencia en que la realizan varía, siendo de una vez al mes, y las dos siguientes cada semana, para ellos estos duran entre 1, 2 y 3 horas respectivamente, para estas reuniones un miembro masculino de cada familia participa.

Entre las actividades que se obligan a cumplir dentro de la comunidad se encuentra la limpieza o fumigación constante de las aceras y hogares, a mantenerse dentro de las mismas debido a la pandemia para el caso de la comunidad de Peguche, en la comunidad

de Quinchuquí por su parte se obliga a participar en las mingas, comisión de gestiones, asambleas, actividades culturales donde se solicita la colaboración ya sea económica o de granos para su organización.

Capital Económico

La principal actividad económica que realizan las familias de esta Tipología es la actividad artesanal en telares o máquinas eléctricas antiguas semi manuales de los años 50, donde un 96% de hogares lo considera como un negocio familiar, mientras que el 6% que pertenece solamente a 1 familia comentó que ella únicamente se dedicaba a este trabajo, no participaba el resto de miembros, estos datos se visualizan en la **Figura 47**.

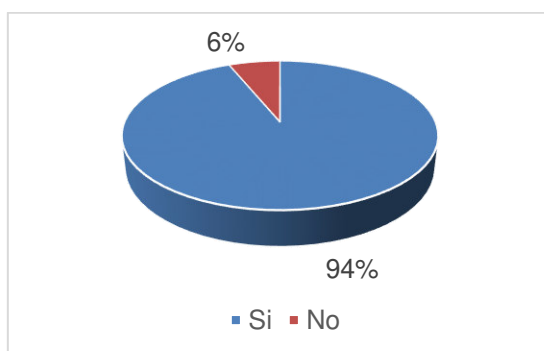


Figura 47 - La actividad artesanal es un negocio familiar
Elaboración propia

En este 96% existe una colaboración hombro a hombro con los miembros del hogar, siendo el esposo o esposa colaborador principal, luego los hijos e hijas en sus tiempos libres luego de desocuparse de sus tareas de la escuela, colegio y universidad, y el resto de miembros que vivan con ellos.

Las personas indicaron haberse encaminado en la actividad artesanal desde una temprana edad de 5 a 15 años unas 8 personas, estos empezaban ayudando a sus padres en los acabados o en actividades que no requerían de mucho esfuerzo, y las otras 8 personas desde los 18 a los 34 años en una edad permitida para trabajar debido al trabajo y matrimonio que al casarse con su pareja deciden emprender en las artesanías.

Alrededor de 4 hogares o el 25% de esta Tipología indicaron poseer trabajadores, 2 familias señalaron tener solamente 1 trabajador, otro hogar aseguraron tener 2 empleados y una última familia comentó poseer 4 trabajadores que son sobrinos para dicha familia. Estos al

vender tanto a mayoristas, minoristas como a consumidores finales necesitan de la colaboración de ayudantes en el proceso de fabricación. 2 familias indicaron contratar a los empleados eventualmente ya sea 1 o 2 días a la semana a lo que pagan \$0,35 por prenda y a otro \$15 diario. Las otras dos familias pagan un sueldo fijo de \$200 y de \$400 por el trabajo de lunes a viernes. Cabe resaltar que las familias que tenían empleados, pero debido a la pandemia se vieron obligados a despedir a sus ayudantes fijos y ya solo llamarlos cuando sea realmente necesario.

Entre las artesanías que las familias de esta Tipología realizan en los telares eléctricos semi manuales antiguos se encuentran un 32% de hogares elaboran ponchos artesanales, un 21% hamacas, otro 21% chales o chalinas, un 11% bufandas, otro 11% cobijas y un 5% blusas kichwas estos datos se visualizan en la **Figura 48**.

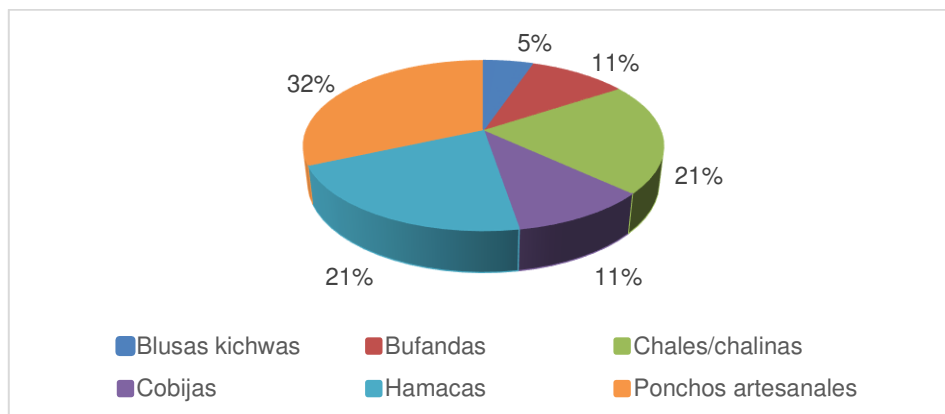


Figura 48 - Artesanías que realizan las familias de la Tipología 2
Elaboración propia

Las artesanías que se realizan por parte de las unidades productivas textiles de la Tipología 2 se muestran en la **Tabla 11** donde además se indican los valores concernientes al costo de producción, precio de venta al público y al por mayor, además de las unidades que se fabrican al día, los insumos que se compran y el lugar donde se adquieren.

Tabla 11 - Indicadores Tipología 2

| Artesanía | # U.P.T u Hogar | Costo c/u | Precio público c/u | Precio x mayor | # unid día | Lugar de compra | Insumos |
|------------------|-----------------|--------------|--------------------|----------------|------------|----------------------------------|--|
| Blusa Kichwa | 1 | \$10 | \$50 | \$35 | 2 | Otavalo | Tela, hilo, cintas, adornos de tela, encaje de adorno, mullos. |
| Bufandas | 2 | \$2 a \$2,5 | \$2,5 a \$4,5 | \$1,80 a \$4 | 40 a 50 | Otavalo | Orlón, lana acrílica |
| Chales/ chalinás | 4 | \$0,75 a \$5 | \$3,5 a \$5 | \$1,5 a \$8 | 40 | Otavalo | Orlón |
| Cobijas | 2 | \$8 | \$10 a \$15 | \$12 a \$25 | 200 a 500 | Otavalo, Perú | Orlón, lana de oveja, alpagaca, lana acrílica |
| Hamacas | 4 | \$6 a \$7 | \$10 a \$15 | \$7 a \$10 | 40 a 100 | Quiroga, Peguche, Otavalo, Quito | Poli-algodón, algodón, algodón acrílico, palos |
| Poncho artesanal | 6 | \$8 | \$12 a \$15 | \$9 a \$10 | 30 a 150 | Otavalo | Orlón |

Elaboración propia

De igual forma, se comentó que todos los artesanos se mantienen con las mismas artesanías todo el año no cambian por temporadas solamente los diseños son los que van renovando y variando. Asimismo, un 75% o el equivalente a 12 familias comentaron que comercializan solamente las artesanías que producen especialmente los ponchos artesanales, hamacas, chales/ chalinás, cobijas y blusas kichwas. El 25% de familias restante incluyen en sus estantes para tener más variedad artesanías y tejidos, algunos son del exterior que no son hechas por ellos mismo como cuelleras redondas, almohadas, un caso indicó que compra tela de punto con el cual confecciona otro tipo de artesanías como se muestra en la **Figura 49**.

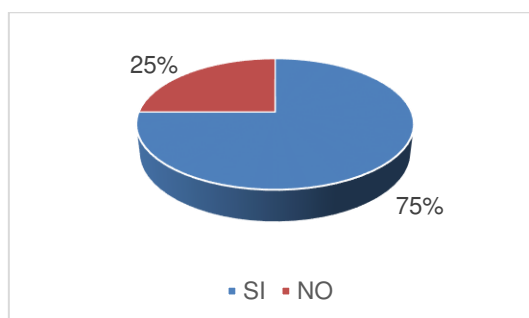


Figura 49 - Comercializan solo los productos que produce
Elaboración propia

De manera general los datos que se observan en la **Figura 50**, un 38% equivalente a 6 familias comercializan directamente a consumidores finales y minoristas, luego un 19% de familias es decir 3 familias indicaron que se vende a mayoristas o intermediarios y minoristas, por consiguiente, un 13% a consumidores y mayoristas, otro 13% a mayoristas, minoristas y consumidores finales, otro 13% solamente mayoristas finalmente una familia indicó solamente vender a consumidores finales. No obstante, varias familias están abiertas a vender a todo tipo de clientes, solamente se especifica clientes comunes.

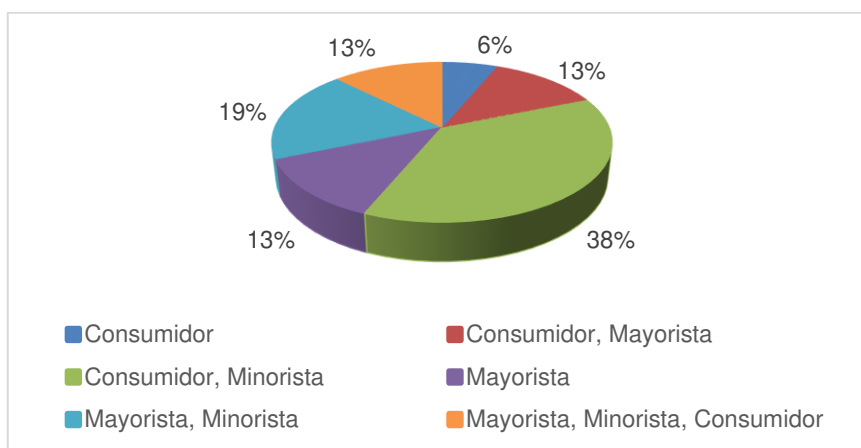


Figura 50 - Combinación de clientes
Elaboración propia

Se comentó además que, se vende a mayoristas debido a que el dinero retorna mucho más rápido y este puede ser reinvertido en material o maquinaria para seguir produciendo, asimismo existe una mayor ganancia porque adquieren grandes cantidades de artesanías y es preferible a ganar más por cantidad que por una sola prenda, también es una buena opción para ganar reconocimiento en otros lugares. Por otro lado, al venderse a minoristas y consumidores finales es dado a que el tiempo de elaboración en estas maquinarias es más largo, asimismo porque estos productores venden en ferias, locales propios o mercados artesanales donde no se vende en grandes cantidades sino asisten turistas.

De las familias que respondieron los cuestionarios se obtuvo que la cartera de clientes de esta Tipología es tanto nacionales como internacionales, siendo solamente una familia que posee solamente clientes del extranjero, un 25% de familias venden en mayor proporción a clientes del mismo país, y un 69% venden a una clientela variada tanto nacionales como extranjeros, dichos datos se muestran en la **Figura 51**.

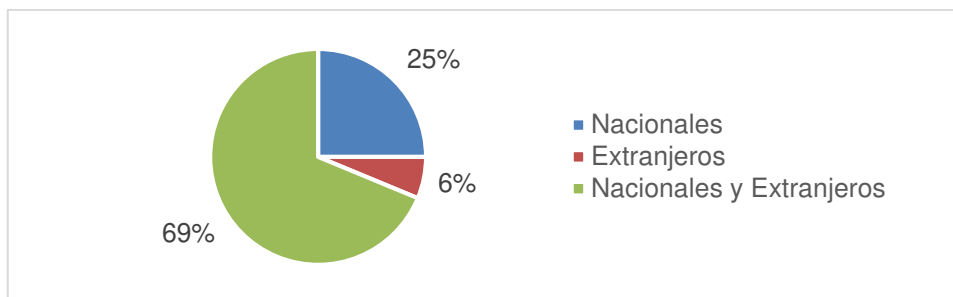


Figura 51 - Clientes nacionales y extranjeros
Elaboración propia

La existencia de una gran proporción de clientes extranjeros es en parte también porque un 38% de las familias exportan sus productos por otro lado el 63% comentó que no exportaba pero que son sus clientes, algunos mayoristas, los que distribuyen y venden las artesanías en otros países, estos datos se visualizan en la **Figura 52**.

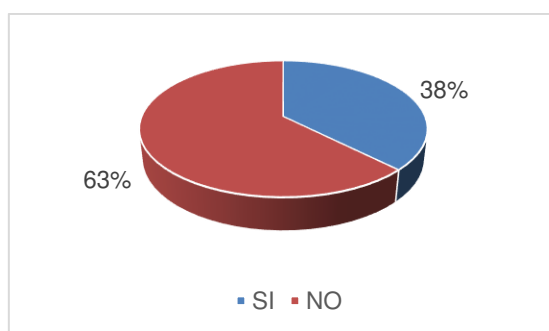


Figura 52 – Artesanos que exportan
Elaboración propia

Señalaron que los meses con mayor carga dependen del tipo de artesanía, de las temporadas frías o calurosas del lugar a donde es enviado. Si se determina por artesanía, para el caso de chales/chalinas, ponchos artesanales, cobijas, bufandas los meses de mayor carga son de agosto a diciembre; para el caso de las hamacas son los meses de enero a mayo, para las blusas kichwas estas se venden más cuando se acercan las celebraciones en Otavalo más concurridas. Por otro lado, los meses de menor carga de trabajo varían de igual forma, pero se encuentran coincidencias donde para el primer caso de chales/chalinas, bufandas, cobijas y ponchos artesanales son los meses de enero, febrero, marzo, abril, junio que disminuyen las ventas; para el segundo caso de hamacas son los meses de agosto a diciembre de menores ventas debido a que la clientela se centra más en otro tipo de regalos por épocas navideñas, las blusas por su parte los meses de julio y marzo son los meses en que menos se incurren en la compra de esta prenda.

El horario de trabajo tanto de los miembros de la familia como para el caso de los trabajadores que tienen un sueldo fijo, es a partir de las 6:00 a.m. el cual se anticipa cuando existen varios pedidos a 4:00 a.m. y finaliza a las 17:00 p.m. o 18:00 p.m., igualmente si hay mucho trabajo se alarga hasta las 20:00 p.m. dedicándole un promedio de 11 horas diarias que al finalizar el año se extienden a 3168 horas anuales, no obstante, estos horarios se alteraron debido a la pandemia.

A diferencia de una sola familia que desea formarse profesionalmente un poco más y así cumplir sus metas, el resto 94% indicó que no desearía cambiar de trabajo sino mantenerse en la actividad artesanal por razones como, 5 familias indicaron que les gusta la labor en la artesanía, 4 familias comentaron que ya han estado acostumbrados a esta actividad desde muy jóvenes y se sienten cómodos con ello, dos familias decían que les gustaría incluir más líneas de ropa o combinarlo con la agricultura, pero que de ninguna manera se inclinarían por dejar este trabajo.

Asimismo, se enmarca el hecho de que las artesanías extranjeras han ganado más espacio en el mercado nacional afectando a los productos nacionales como se observa en la Figura 50, un 81% es decir alrededor de 13 familias les ha afectado la entrada de estos ponchos, bufandas, sacos, hamacas, chales, principalmente de origen chino, boliviano, peruano. Existe esta preferencia debido a que la calidad y la variedad en diseños de las prendas peruanas es superior a la nacional, esto se da porque en ese país la materia prima es de bajo costo y es vendido a un más bajo precio al público, al ser mucho más baratos especialmente los productos chinos que, aunque son copias de no muy buena calidad, es confundida por texturas originales, es adquirida en mayor proporción por los clientes.

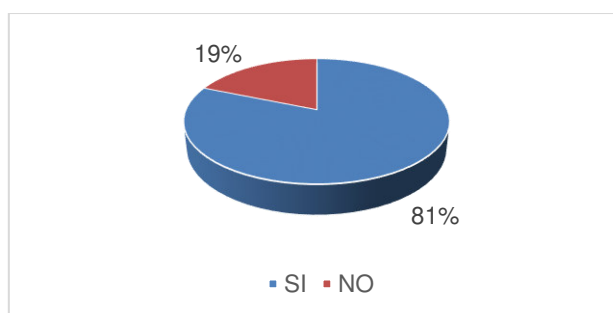


Figura 53 - Artesanos a quienes les afecta la entrada de artesanías
Elaboración propia

Para el 19% equivalente a 3 familias indicaron que no les perjudica la entrada y comercialización de artesanías extranjeras, debido a que las artesanías de chales/chalinas

de dicha familia no se producen en la misma calidad y diseños en otros lugares, las blusas kichwas por su parte no es elaborada en otros países debido a que es característico del pueblo kichwa Otavalo; y las hamacas no son fácilmente replicables con la misma calidad en otros países lo comentó una familia.

Del mismo modo se encontró que las familias establecen el precio de sus artesanías de acuerdo a distintos factores como el costo del material invertido, la mano de obra, el margen de ganancia el tiempo del proceso de fabricación que incluye el tejido, perchado, cepillado, planchado, los acabas finales que resulta en lo complejo de la fabricación de la artesanía. Asimismo, en tres casos el precio se basa en el precio de la competencia y en otros 3 casos solamente se considera el número de unidades que resultan por kilo comprado de material.

Actualmente los lugares donde venden los artesanos de esta Tipología donde un 33% en la Feria de Artesanos en Peguche, luego un 19% en Peguche en sus propias casas, un 14% en Otavalo ya sea en los locales propios o en distintos puestos cerca de la Plaza de Ponchos, el resto de familias en ciertas ferias en Quito, Feria de Quinchuquí, al extranjero directamente para el caso de las hamacas decía que un 30% se vendes a nivel local y un 70% a Costa Rica y Panamá, y una familia lo vende en Guayaquil. Varios de estas personas se vieron obligados por la pandemia a cambiar de sitio de venta, estos resultados pueden visualizarse en la **Figura 54**,

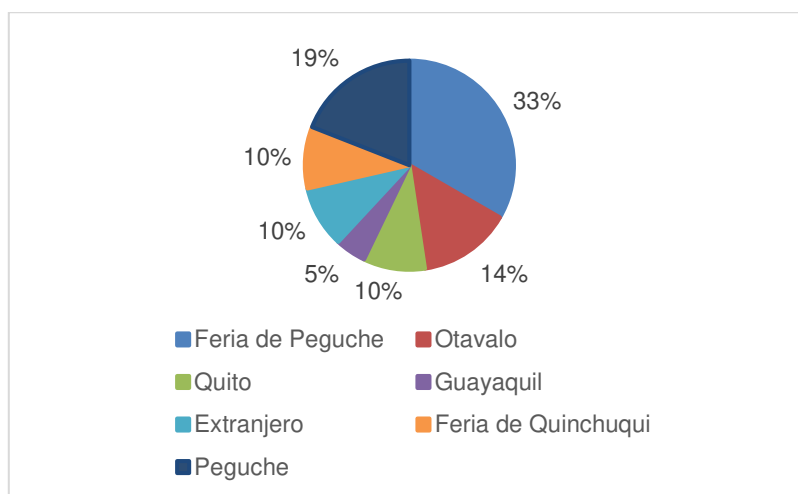


Figura 54 – Lugar de venta actuales
Elaboración propia

El lugar para vender es escogido de preferencia en aquellos lugares con gran afluencia de gente, en esto coincide un 44% equivalente a 7 de familias, luego indicaron un 13% que

prefieren vender en el extranjero, un 6% donde hayan puestos disponibles en ferias, en aquellos sitios con gran afluencia turística otro 6% de familias, a conocidos un 13% de familias, solamente un 6% venden en el Centro Comercial Quitus ofreciendo los productos a distintos locales y por el internet, un último 13% es de 2 familias que no respondieron.

De acuerdo a los hogares no solamente su rutina diaria fue afectada por la pandemia sino sus mismos negocios, a diferencia de una familia el resto indicó si les afectó la crisis sanitaria debido al Covid-19, debido a que las artesanías ya no eran una compra de primera necesidad por lo que ya no habían clientes a quienes vender, así como también los mercados, plazas, ferias, locales y hasta terminales terrestres fueron obligados a cerrarse, esto también provoco que los pedidos que se habían hecho con antelación fueran cancelados. Es por esta misma razón que las familias decidieron abrirse a vender a través del internet e incurrir en nuevos pequeños negocios para subsistir mínimamente.

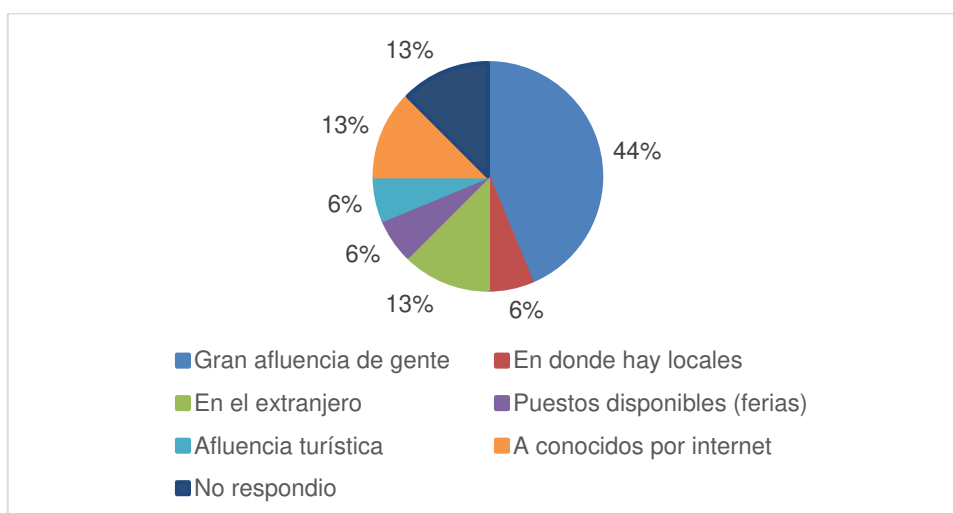


Figura 55 – Razones para escoger el lugar de venta
Elaboración propia

La forma de promocionar sus productos varía, los resultados que se visualizan en la **Figura 55**, señalan que se realizan descuentos cuando se adquieren cantidades superiores a 6 o 12 unidades, asimismo cuando son ventas por unidades si se realiza un pequeño descuento para atraer la atención del cliente. Por ejemplo, en un caso de venta de chales/chalinas que cuando se solicitan una docena de unidades se realiza un descuento del 5% y 100 unidades un descuento de 10%. Se combinan distintas formas de promoción, un 63% correspondiente a 10 familias realiza su promoción por Internet, específicamente en redes sociales como Facebook, Whatsapp ya sea con publicaciones o enviando mensajes individualmente, y en unos dos casos poseen una página web propia, un 13%

correspondiente a 2 familias indicaron participar en ferias en distintas provincias, otro 13% prefieren promocionar sus productos presencialmente visitando varios locales de Quito, un 6% o una familia indicó promociona sus productos entregando exclusividad de diseños a sus cliente y otro 6% señaló que no realiza ventas por internet.

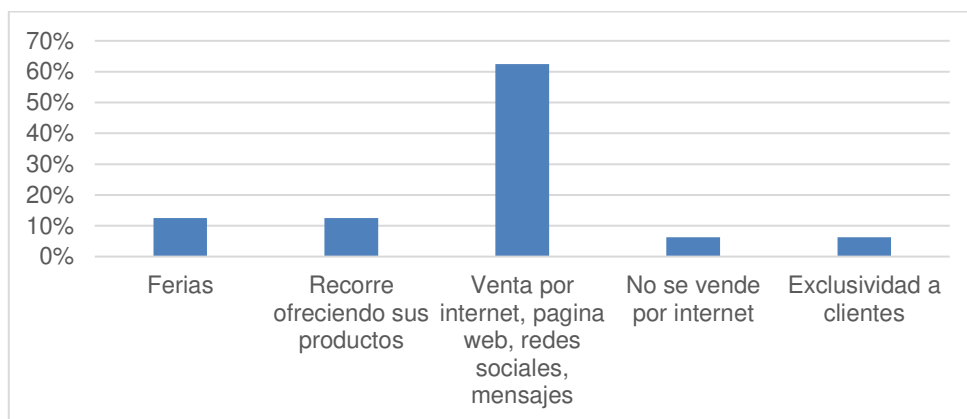


Figura 56 – Formas de promoción de artesanías
Elaboración propia

La entrega de los productos a sus clientes, un 41% se da de forma personal, ya sea que el cliente visite los puntos de venta y se entregue en ese mismo instante o la entrega por transporte, sean los vendedores quienes hagan la entrega. Un 36% lo realiza mediante transporte o encomiendas a nivel nacional, un 14% lo realiza por agencias de carga para el caso de exportaciones al exterior, un 9% equivalente a 2 familias los mismos clientes visitan el taller y recogen los productos. 4 hogares indicaron que el propietario corre con los gastos de transporte, un hogar enfatizó que el cliente corre con dicho gasto y en otro caso se llega un acuerdo con el cliente para pagar el 50% cada parte, estos resultados se muestran en la **Figura 57**.

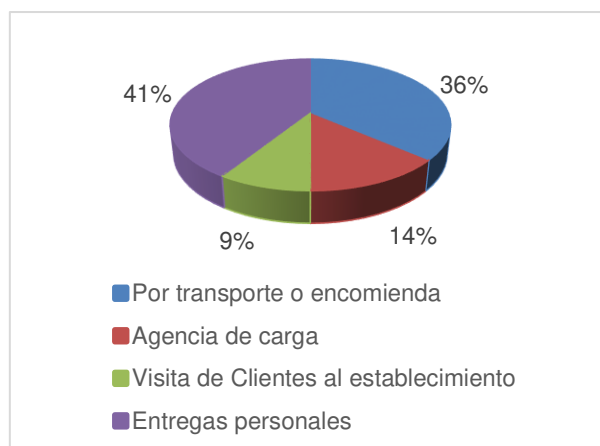


Figura 57 – Entrega de los productos
Elaboración propia

Las familias optan por ofrecer a sus clientes distintas facilidades de pago, un 36% de familias indicaron que reciben en su mayoría pagos en efectivo, un 20% correspondiente a 5 familias indicaron que aceptan cheques ya sea al día o con un plazo de 40 días, menos o más, asimismo un 20% recibe depósitos, un 16% también aceptan pagos por partes una fracción de anticipo y una segunda fracción al momento de la entrega del producto y un 8% también transferencias, estos resultado se visualizan en la **Figura 58**.

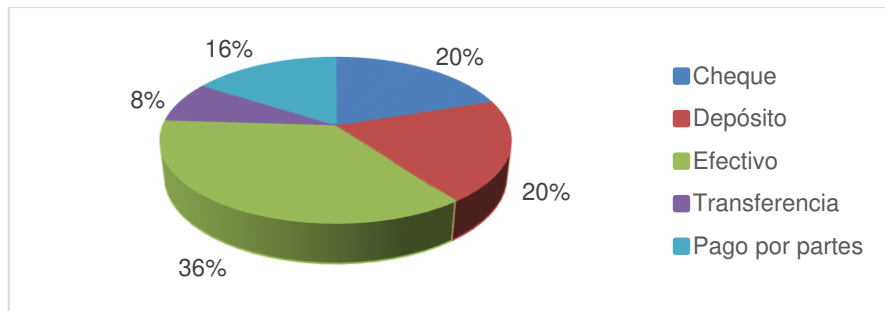


Figura 58 – Facilidades de pago
Elaboración propia

Se obtuvo que de las 16 familias 9 o el 56% de ellas, les hace falta alguna máquina al momento de fabricar sus artesanías, por ejemplo, la máquina de perchado, planchado, flequeadora y máquina para hacer acabados, para el caso de blusas kichwas la máquina recta que forme las blusas, además hace falta máquinas avanzadas que ayuden en la renovación de diseños, al no tener dichos equipos se adecúan con los recursos a su alcance o contratando el servicio externamente, también está la falta de personal en temporadas de altas ventas pero se satisface la necesidad con los miembros de la familia.

Asimismo, con los resultados que se muestran en la **Figura 59**, se encontró que un 63% equivalente a 10 familias si se encuentra en contacto con sus clientes, ya sea enviando un mensaje o realizando llamadas para saber si el servicio brindado fue el adecuado u ofrecer los nuevos diseños que se han hecho o si gusta requerir más mercadería. El otro 38% no realiza llamadas a su clientela para retroalimentarse de sus opiniones.



Figura 59 – Servicio Pos venta
Elaboración propia

Las familias de esta Tipología suelen dedicar tiempo a la comercialización de sus productos un 44 equivalente a 7 familias los días viernes y sábados estos mayoritariamente son porque participan en la Feria de Peguche en un horario de 8 a.m. a 17:00 p.m. dedicándole alrededor de 9 horas, luego se encuentra un 19% los días miércoles y sábados en un horario de 5:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. luego se encuentra un 13% de familias que venden solamente sábados de 8:00 a.m. hasta las 14:00 o 18:00 p.m., esto es debido a que el primero participan en las ferias y el segundo en la Plaza de Ponchos, 3 familias indicaron vender en el mismo hogar porque allí se encuentra su local abierto al público, su horario de apertura varía una familia lo realiza fines de semana, otra tres veces a la semana y otra lo abre todos los días, finalmente una familia indicó que no posee un local pero que realiza ventas a través del internet, esto se muestra en la **Figura 60**.

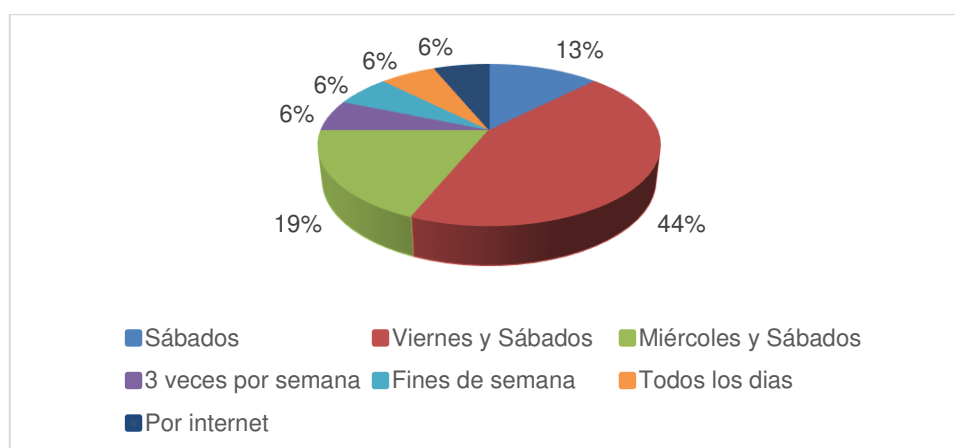


Figura 60 - Frecuencia de comercialización
Elaboración propia

A más de dedicarse a la actividad artesanal los hogares de esta Tipología se vieron forzados a buscar un ingresos que les soporte en los tiempos de la pandemia es por ello

que, 8 de estas tienen actividades extras independientes que también les generan ingresos, entre ellas está la actividad de Tejedor o cosedor en otro lugar por días donde participan 3 familias con un pago de \$70 semanal a \$100 mensual, luego se encuentra el comercio igualmente intervienen 3 hogares ya sea en la venta de animales, de comida para animales y de abastos, los cuales reciben un valor de \$20 a \$50 semanal, otra actividad es la de gastronomía a la cual uno de los miembros recibe \$500 quincenalmente, última actividad es de agricultura que produce para venderla, percibiendo unos \$500 anuales. Todos estos ingresos van dirigidos a los gastos principales de la familia. La otra mitad de familias indicaron que no poseen alguna otra actividad extra que les genere ingresos.

Asimismo, existen también en esta Tipología, 2 miembros de familia con un trabajo asalariado donde el hermano e hijo trabajan para el Seguro de Cotacachi y una entidad privada respectivamente, en el primero trabaja como Pediatra y percibe \$2.500 mensuales laborando 5 días a la semana, en este trabajo recibe comida y las prestaciones de ley; el segundo trabaja en Atención al cliente percibiendo \$300 mensuales. Los establecimientos se encuentran a 10 y 15 minutos de distancia del centro de Otavalo y Cotacachi, gastando \$2 diarios. En esta Tipología ningún hogar recibe algún bono o remesa adicional.

La producción se encuentra dividida por la capacidad instalada que es la máxima producción teórica que cada familia puede alcanzar si labora continuamente sin retrasos o mermas adicionales, siendo este un valor de 1.304 unidades mensuales y 15.642 unidades anuales. El segundo corresponde a la capacidad real de cada familia tomando en cuenta los recesos o tiempos ocupados en satisfacer las necesidades fisiológicas y retrasos en producción dando un total mensual de 902 unidades que anualmente se extiende a 10.819 unidades. Los ingresos totales de los hogares de esta Tipología se encuentran compuestos por los ingresos en promedio generados por ventas tomando como base una aproximación de capacidad real da un promedio mensual de \$8.727,94, anualmente de \$104.735,28 por ingresos de ventas. Asimismo, los ingresos por actividades extras en promedio son \$288,81, los ingresos percibidos por algún miembro de la familia en un trabajo dependiente son \$1.400, dando un total de ingresos totales mensuales de \$10.416,75, lo que dan un resultado de ingresos anuales de \$125.000,99 con un ingreso per cápita por día de \$4,34.

En el caso de egresos, se encuentra constituido por los costos y gastos, en el caso de los costos se encuentran incluidos el valor de materia prima, mano de obra y costos adicionales siendo \$7.025,12 por otro lado se valoran los gastos de servicios básicos, alimentación, de transporte, por concepto de celulares, vehículos, vestimenta, medicamentos, educación,

gas, pagos de préstamos bancarios o a cooperativas, ocio de \$1.924,52. Dan un total de \$8.949,64 correspondiente a un valor de egresos mensuales, que anualmente arroja un valor de \$107.395,73. Asimismo con esto es posible determinar el valor de gasto y costo per cápita de \$4,45. Cabe señalar que las familias de esta Tipología no poseen gastos derivados de electrodomésticos, y de ocio solamente lo ha hecho una familia.

Es importante destacar que los hogares obtienen distintos valores de ventas y por consiguiente de ganancias, muchas veces los ingresos no compensan los gastos y costos invertidos, los valores señalados previamente solamente son un promedio por lo que son solamente aproximados a la capacidad real puesto que existen algunas familias que solamente producen 2 unidades al día por el contrario existen hogares que producen hasta 500 unidades diarias.

Medios de Vida Resultantes

Con la información anteriormente planteada sobre los capitales, se utiliza de igual manera la valoración del 1 al 5, donde 5 el escenario más ideal y 1 el escenario menos ideal para cada una de las unidades productivas textiles, esta evaluación se hace en base al **Anexo C** donde se establecieron los posibles escenarios para cada una de las categorías, dicha tabla se utilizó para señalar con una X la categoría que corresponda, es así que se recaban los principales indicadores que caracterizan a esta Tipología se muestran en la **Tabla 12**.

Tabla 12 - Indicadores Tipología 2

| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|----------|-----------|----------|----------|----------|
| CAPITAL FÍSICO | | | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (min) | | X | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (km) | | X | | | |
| Distancia al centro educativo más cercano (min) | | X | | | |
| Servicios básicos con los que cuenta | | | X | | |
| | 0 | 12 | 3 | 0 | 0 |
| CAPITAL NATURAL | | | | | |
| Porcentaje de familias que se dedican a la agricultura | | | X | | |
| Tiempo que se invierte en la agricultura (horas al año) | | | X | | |
| Tiempo que se invierte en un huerto familiar (horas al año) | | | X | | |
| Porcentaje de familias que poseen un huerto familiar | | | | | X |

| | | | | | |
|--|---|---|----|---|---|
| Frecuencia de tiempo que dedican a agricultura y huertos | | | | | X |
| Frecuencia de tiempo que dedican a huertos | | | X | | |
| Porcentaje de familias que crían animales de granja | | | X | | |
| | 0 | 0 | 15 | 0 | 2 |
| CAPITAL HUMANO | | | | | |
| Instrucción Académica de padres y madres de familia (común) | | | X | | |
| Número de miembros de familia | | X | | | |
| Porcentaje de personas menores a 15 años (%) | | | | | X |
| Porcentaje de personas entre 15 y 65 años (%) | | X | | | |
| Porcentaje de adultos mayores a 65 años (%) | | | | | X |
| | 0 | 8 | 3 | 0 | 2 |
| CAPITAL SOCIAL | | | | | |
| Porcentaje de familias que pertenecen a asociaciones productivas | | X | | | |
| Porcentaje de familias que asisten a reuniones de la comunidad | | | | X | |
| Porcentaje de familias que asisten a mingas | | | | X | |
| Frecuencia de reuniones de la comunidad | | | | X | |
| Frecuencia de Mingas | | X | | | |
| | 0 | 8 | 0 | 9 | 0 |
| CAPITAL ECONÓMICO | | | | | |
| Porcentaje de familias cuyo negocio familiar es actividad artesanal | X | | | | |
| Porcentaje de Hogares que poseen trabajadores | | | | X | |
| Porcentaje de hogares que comercializan solo lo que producen | | | | X | |
| Porcentaje de clientes que más adquieren las artesanías | | | | X | |
| Porcentaje de familias que desean seguir en la actividad artesanal | X | | | | |
| Porcentaje de familias que les afecta la entrada de artesanías extranjeras | | | | | X |
| Formas de promocionar los productos | X | | | | |
| Porcentaje de familias que tienen inconvenientes a la hora de trabajar | | | X | | |
| Porcentaje de familias que tienen servicio pos venta | | X | | | |

| | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|
| Tiempo que dedican a la actividad artesanal (horas/año) | | | X | | |
| Máxima producción teórica promedio de artesanías o capacidad instalada (unidades/año) | | X | | | |
| Capacidad Real (unidades/año) | | X | | | |
| Ingresos anuales promedio | X | | | | |
| Gastos y costos anuales promedio (\$/año) | X | | | | |
| Ingreso per cápita hogar (\$/días) | | | X | | |
| Gastos per cápita (\$/día) | | | X | | |
| | 25 | 12 | 12 | 6 | 1 |

Elaboración propia

Los resultados obtenidos que se muestran en la **Tabla 12** indican el análisis cuantitativo de esta Tipología realizada mediante los principales indicadores. Luego se realiza la adición de cada columna de cada capital y se divide para el número de indicadores. De esta forma se calculan los resultados que se muestran en la **Tabla 13**.

Tabla 13 - Resultados Indicadores Tipología 2

| | |
|--------------------------|------|
| Capital Físico | 3,75 |
| Capital Natural | 2,43 |
| Capital Humano | 2,60 |
| Capital Social | 3,40 |
| Capital Económico | 3,50 |

Elaboración propia

La representación gráfica en la **Figura 61** indican que en un gráfico de araña muestra que los ápices más vulnerables son el Capital Natural, Capital Humano siguiendo con valores que son pilares debido a que se encuentran más cercanos al escenario ideal son el Capital Social, Capital Económico y Capital Físico.

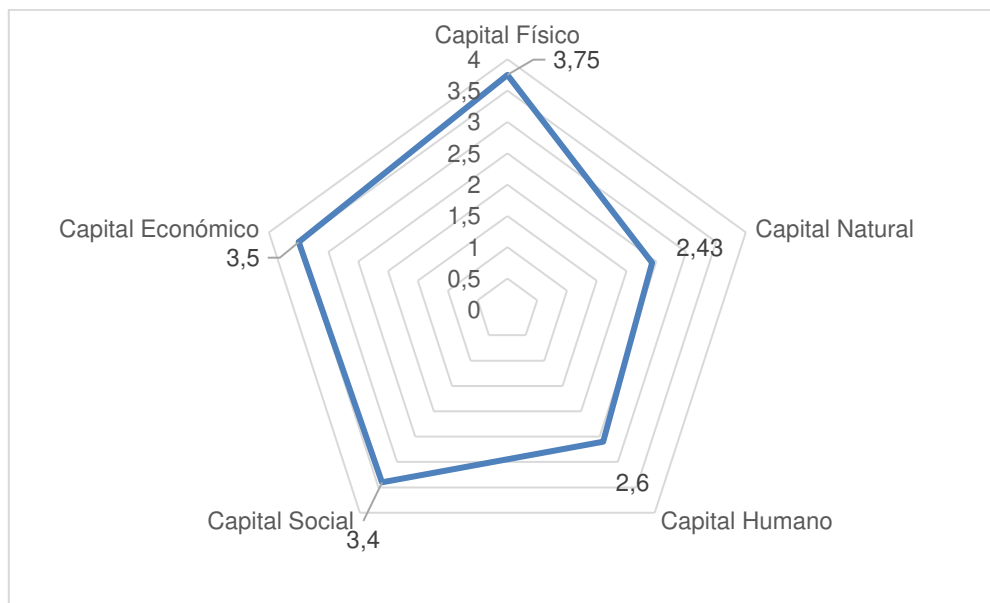


Figura 61 - Gráfico de araña Tipología 2
Elaboración propia

Es posible visualizar que el Capital Natural posee el valor más bajo, esto se da porque menos de 20% poseen huertos familiares y le dedican un tiempo al menos de una vez a la semana, asimismo la mitad de las familias de esta Tipología se dan un tiempo entre 150 y 200 horas anuales en la agricultura y solamente por temporadas. El cuidado de animales igualmente la mitad de las familias poseen animales de crianza para el autoconsumo.

El Capital Humano por su parte, son familias de más de 5 miembros de familia, cuya instrucción académica más común es el nivel primario, aunque si existen padres y madres de familia que poseen título universitario. Existen menos del 20% de miembros menores de edad y de miembros de familia adultos mayores a 65 años, que puede significar una menor posibilidad de comunicación transgeneracional entre adultos mayores y menores de edad.

El Capital Social por su lado disminuye su valor debido a que el porcentaje de familias que participan activamente en las reuniones de la comunidad, mingas es menor al 40%, asimismo como los habitantes comentaron la frecuencia de las reuniones de la comunidad ha bajado siendo ahora 2 veces al año, aunque todo depende la comunidad a la que pertenezcan.

El Capital Económico igualmente posee un valor no muy cercano al escenario ideal debido a que menos del 40% de familias de esta Tipología poseen trabajadores, asimismo son más del 60% de familias que comercializan solo lo que producen, esto significa que no diversifican sus puestos con varias prendas atractivas para los turistas. De igual forma la combinación de clientes que más adquieren las artesanías son los minoristas y clientes, aunque si están abiertos a pedidos más grandes solamente que no tienen el conocimiento de cómo llegar a ellos. igualmente sigue superando el 81% de familias que les afecta la entrada de las artesanías extranjeras. Más de la mitad de los hogares poseen inconvenientes a la hora de trabajar ya sea por la falta de máquinas, insumos o hasta mano de obra.

El Capital Físico posee el valor más cercano al escenario ideal esto es debido a que la distancia a la ciudad más cercana se encuentra a no más de 15 minutos, las mismas instituciones educativas están situadas en la comunidad, la vulnerabilidad se muestra en los servicios básicos con los que cuentan que son luz, agua, telefonía fija y móvil, internet excepto alcantarillado en varias zonas y alumbrado en ciertas calles que ocasionan mayor delincuencia.

De esta manera también es posible representar un diagrama de flujos y fondos con la información proporcionada por las respuestas obtenidas de los cuestionarios, que además viene complementado con los cálculos obtenidos mostrados en la **Tabla 15** para el caso de los fondos de actividad humana y de energía eléctrica, estos datos se pueden visualizar en la **Figura 62**.

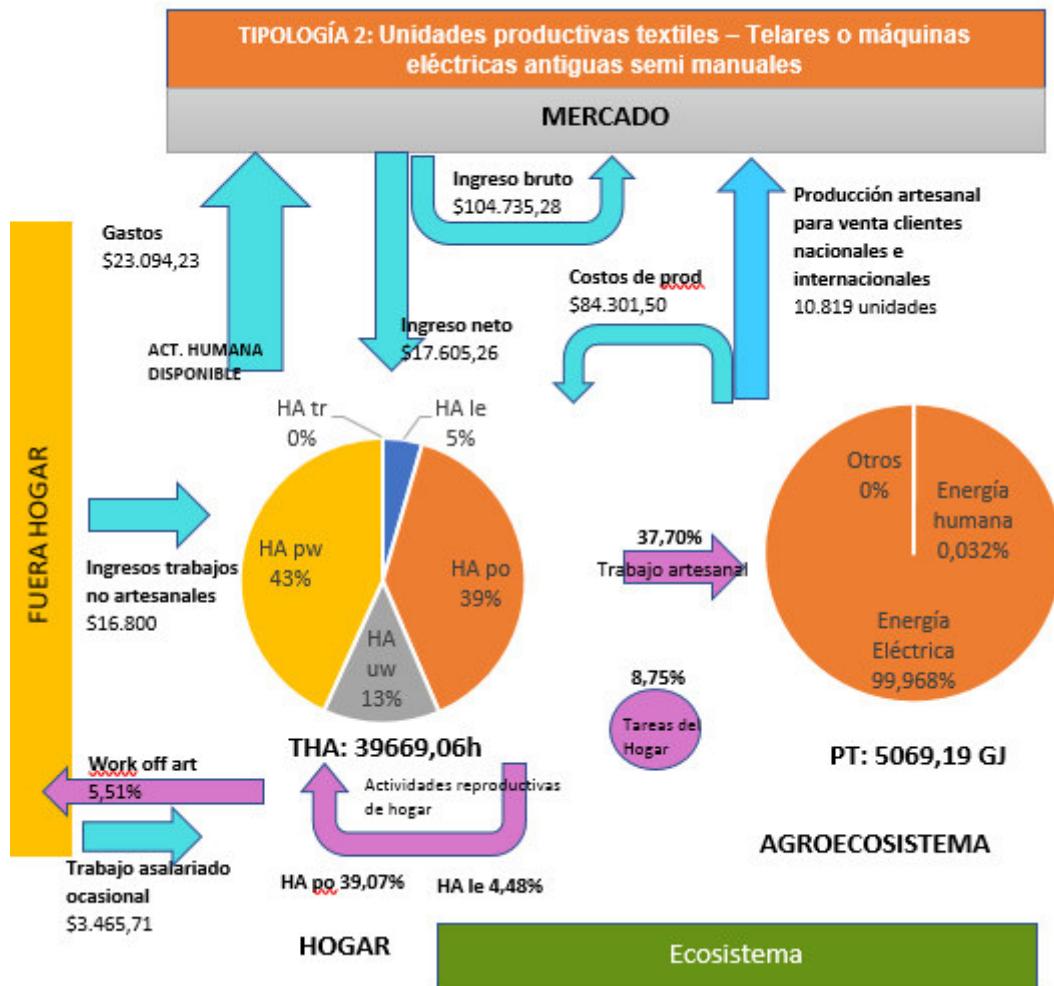


Figura 62 – Diagrama Fondo – Flujo / Tipología 2
Elaboración propia

TIPOLOGIA 3: UNIDADES PRODUCTIVAS TEXTILES - MÁQUINAS INDUSTRIALES O MODERNAS

La Tipología 3 se encuentra conformada por kichwas otavaleños pertenecientes a las distintas comunidades de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas dedicado a la elaboración de artesanías en máquinas industriales o modernas, tales como Recta, Overlock, entre otras.

PILARES FUNDAMENTALES

Recursos

Capital Físico

La distancia del hogar y el centro de Otavalo es de 3 a 5,4 km equivalente entre 6 a 13 minutos en auto, debido a que se encuentran ubicados en los barrios de Atahualpa, Barrio Central, Peguche Tío, Obraje e Imbaquí de la comunidad de Peguche, Quinchuquí y Fakcha Llakta. De dichas familias son 30 cuyo taller se ubica en la misma casa, 1 familia posee su taller fuera de la casa y otra posee su taller en su hogar y su local.

Según la opinión de las familias, en las comunidades que residen poseen servicios básicos de agua, luz, telefonía fija, conexión de internet, aunque por un tiempo el agua escaseó y solamente venía en la noche, el alumbrado público en algunas calles es escaso. Igualmente es visible la carencia de varios servicios básicos en las partes altas de las comunidades. Asimismo, varias calles se encuentran defectuosas debido a que no se encuentran pavimentadas.

Capital Natural

La principal actividad generadora de ingresos es la actividad artesanal, sin embargo, debido a la pandemia una alternativa de subsistencia para dichas familias era la agricultura y creación de huertos familiares, algunas antes de la crisis sanitaria sí dedicaban tiempo a dichas actividades. Los resultados que se visualizan en la **Figura 63**, indican que un 59% o 19 familias dedican tiempo a la agricultura, un 31% por temporadas en los momentos de cultivar, desherbar y cosechar, un 13% se dedica 1 vez a la semana, el resto varía de 1 o 2 veces al mes, domingos, 4 veces al año y 2 veces por semana a partir de las 5:00 a.m. que se extiende hasta las 18:00 p.m. tomando un tiempo desde 2 hasta 9 horas depende del terreno y la actividad que requieran los cultivos, siendo 100,68 horas anuales.

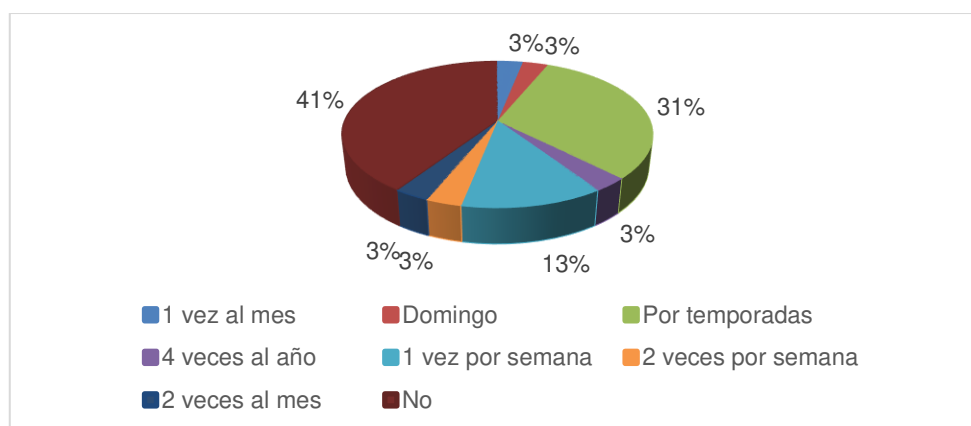


Figura 63 - Frecuencia de tiempo que le dedica a la agricultura
Elaboración propia

Por otro lado, son 10 o el 31,25% las familias que tienen un huerto familiar contenido por varios tipos de plantas, frutas, vegetales y hortalizas, a estos 3 familias le dedican un tiempo diario para darle cuidado, 2 familias prefieren darle cuidado los miércoles que tienen tiempo libre, 2 familias más le dan cuidado por temporadas, cuando los cultivos requieren de desherbarse, cosecharse o si ya es tiempo de plantar las semillas de nuevo, las 3 familias restantes lo cuidan los días lunes, o 3 veces por semana y hasta 1 vez al mes, estos resultados se ven representado gráficamente en la **Figura 64**. En un horario preferible en las mañanas de 7:00 a.m. hasta las 12:00 p.m. invirtiendo un tiempo de 2 horas que anualmente se eleva a 236,89 horas anuales.

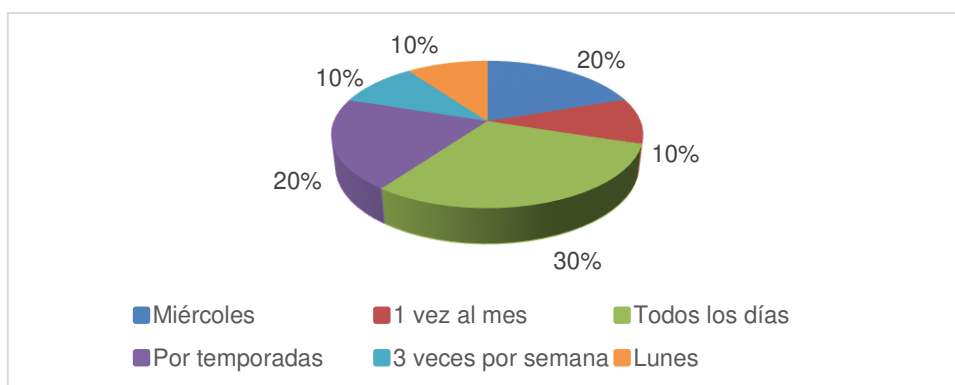


Figura 64 - Frecuencia que le dedica a los huertos
Elaboración propia

Para ambos casos tanto de agricultura como de huertos familiares son los padres y madres de familia correspondiente al 69% están al pendiente del cuidado de los cultivos, y restante 31% compuesto por los hijos, hijas, y el resto de integrantes de la familia que ayudan también en dichas actividades, estos resultados pueden ser visualizados en la **Figura 65**.

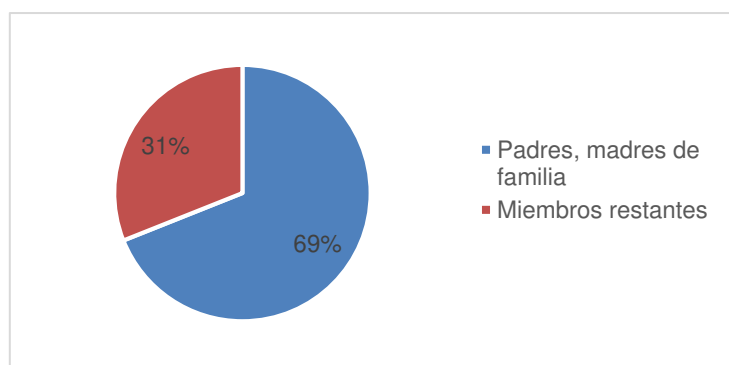


Figura 65 - Miembros al pendiente de los cultivos
Elaboración propia

Del mismo modo, en los resultados representados gráficamente de la **Figura 66**, se encontró que existen 12 familias que poseen animales de crianza como gallinas y cuyes, en su mayoría son alimentados 3 veces al día, donde 8 de ellos es atendido por los padres y madres de familia y en los otros 4 participa el resto de miembros de familia.

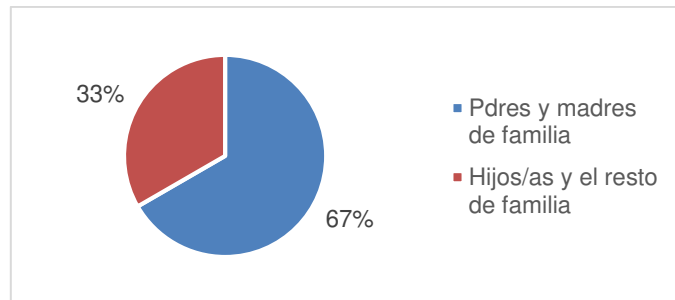


Figura 66 - Miembros al pendiente del cuidado de animales
Elaboración propia

Las familias de esta Tipología no emprendieron en la comercialización de los productos que cultivaban ni de los animales que criaron.

Capital Humano

En esta Tipología se logra visualizar la existencia de 32 familias de las 85 familias, de ellos son 23 o el 72% de hogares que pertenecen a los barrios de Atahualpa, Barrio Central, Peguche Tío, Obraje e Imbaquí de la comunidad de Peguche, luego el 25% corresponde a la comunidad de Quinchuquí y el 3% o 1 familia es de la comunidad de Fakcha Llakta, estos datos se visualizan en la **Figura 67**.

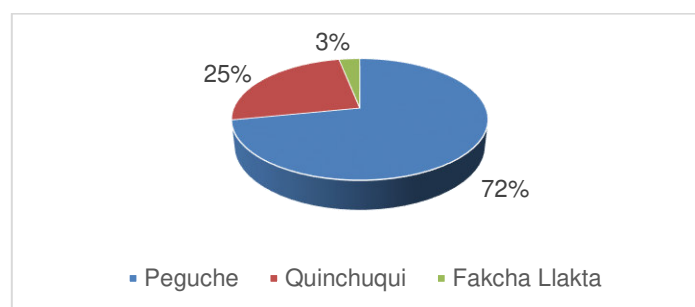


Figura 67 - Comunidades a las que pertenece la Tipología 3
Elaboración propia

De las familias de esta Tipología existen 7 que no viven en su lugar de nacimiento, cambiaron de lugar de residencia en su mayoría 6 indicaron que fue debido a que se

casaron y ya sea el esposo o esposa pertenecían a la ciudad de Ambato, la ciudad de Otavalo, la comunidad de Pinsaquí, la comunidad de Cotacachi y Quinchuquí, solamente uno de los miembros indicó que vino de Colombia debido a que los padres eran originarios de Peguche y decidió establecerse permanentemente en Imbabura.

De las personas intervenidas son 17 madres de familia, 10 padres y 8 son hijos o hijas. La instrucción académica en general son un 47% es decir 15 personas poseen una educación primaria, un 31% o 10 personas alcanzaron una educación secundaria y un 13% que corresponden a 4 personas poseen una educación universitaria, y un 9% adquirieron una educación en alfabetización y educación libre, estos datos se visualizan en la **Figura 68**.

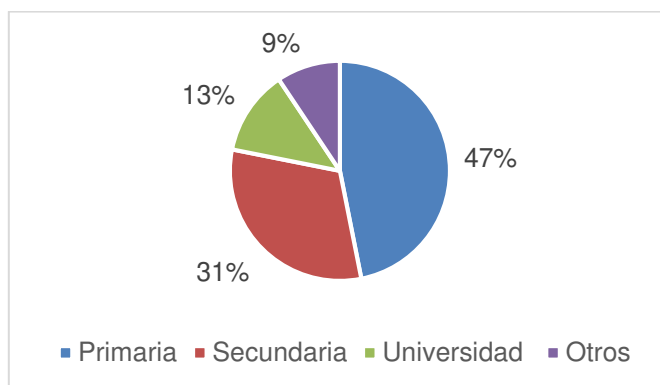


Figura 68 - Nivel de Educación
Elaboración propia

Para el caso de los padres y madres de familia se encontró que 12 de ellos o un 50% poseen una educación primaria, 8 o el 33% tienen una educación secundaria, 2 padres de familia han culminado sus estudios en la Universidad y 2 madres de familia cursaron alfabetización. Para las madres de familia, 8 tienen una educación primaria, 7 una educación secundaria y 2 de ellas cursaron en un centro de alfabetización. Y el caso de padres de familia, 4 tienen una educación primaria, 1 nivel secundario y 2 una educación de tercer nivel, estos resultados son observados en la **Figura 69**.

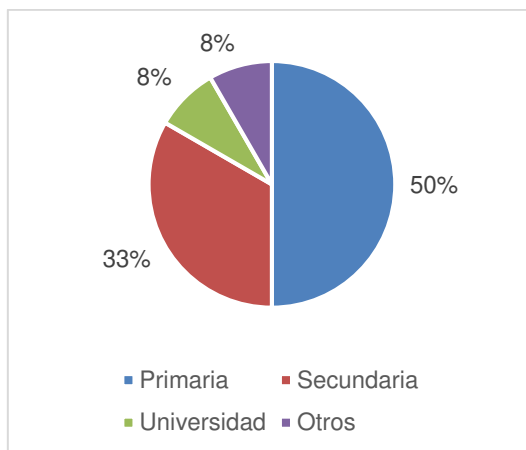


Figura 69 - Instrucción padres y madres de familia
Elaboración propia

En el caso de los 8 hijos e hijas que se encuentran en una edad de 19 a 38 años, 3 personas tienen una educación básica, 2 cursaron hasta la secundaria, 2 poseen una educación de tercer nivel y 1 persona una educación libre, estos resultados pueden ser mostrados en la **Figura 70**.

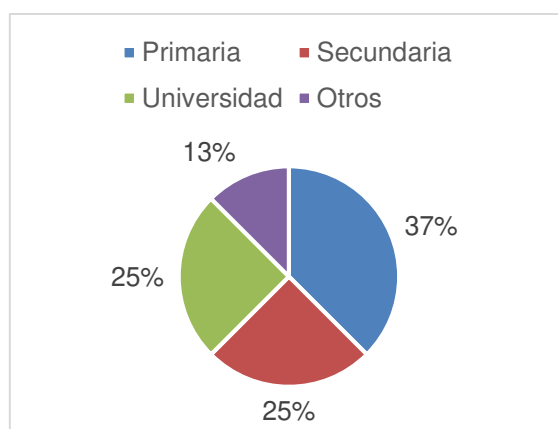


Figura 70 - Educación hijos/as
Elaboración propia

Las familias se encuentran conformadas por hogares de 2 a 7 miembros, siendo el más común el hogar de 3 miembros con un 38%, luego con un 28% se encuentran las familias de 4 miembros, un 25% son familias de 5 miembros, un 6% hogares de 2 miembros y una familia de 7 miembros, estos datos se muestran en la **Figura 71**.

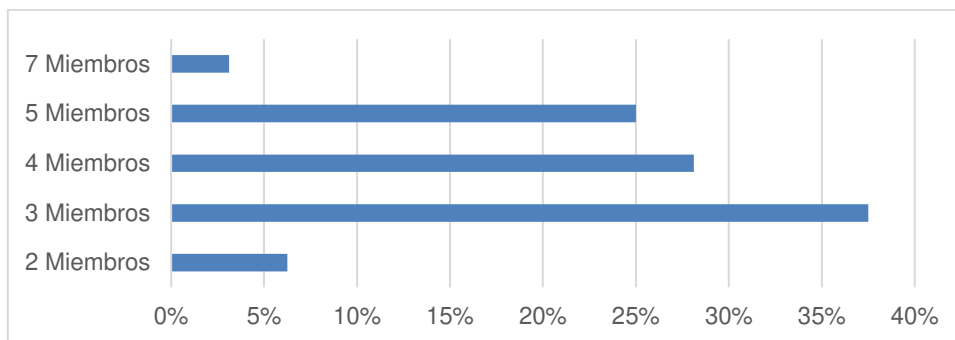


Figura 71 - Número de miembros de familia
Elaboración propia

Por lo general la estructura familiar madres, padres, hijos, hijas, en ciertas familias se incluyen a tía, abuelos, nietos, familia política como cuñados, nueras, yernos, suegros. Entre los miembros de los hogares se obtuvo que un 69% corresponde a las personas en edad de trabajar o PET es decir que poseen una edad de 16 y 65 años, un 21% correspondiente a menores de edad y un 10% equivalente a adultos mayores a 65 años, esto se lo muestra gráficamente en la **Figura 72**.

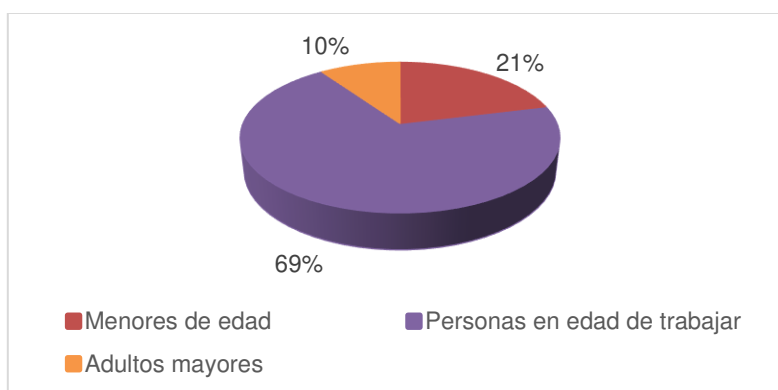


Figura 72 - Distribución de edades
Elaboración propia

De ellos un 16 o el 19% de miembros de familia son autónomos económicamente ya que también se dedican a la elaboración de artesanías por cuenta propia pero que viven en el mismo hogar y que así también colaboran con ciertos gastos del hogar. El otro 81% corresponde a aquellos miembros que no son autónomos económicamente debido a que son menores de edad o adultos mayores a 65 años estos resultados se muestran gráficamente en la **Figura 73**, asimismo se encuentran aquellos estudiantes tanto de colegios, escuelas y universidad que en sus tiempos libres ayudan a sus padres en las actividades artesanales.

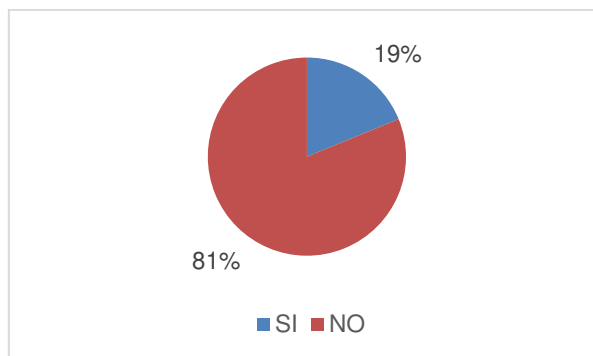


Figura 73 - Miembros autónomos económicamente
Elaboración propia

Capital Social

Las familias de la presente Tipología participan en distintas asociaciones productivas y organizaciones sociales, siendo un 51% pertenecientes a la asociación de la Feria de Peguche, alrededor de 3 familias o el 9% participante de la Plaza de Ponchos, una familia o el 3% se encuentra como socia dentro del Mercado 24 de Mayo, un miembro de la familia participa en el Festival de Cometas y en el Tumarina Raymi como organizador de dichos eventos, otro miembro aclaró que trabajaba en la Organización de hombres y mujeres para la fumigación y medicina natural, una familia más en la Organización de la Vertiente Quinina o Quinina Pukyo y otra persona en la Asociación Jatary estos datos se ven reflejados en la **Figura 74.**

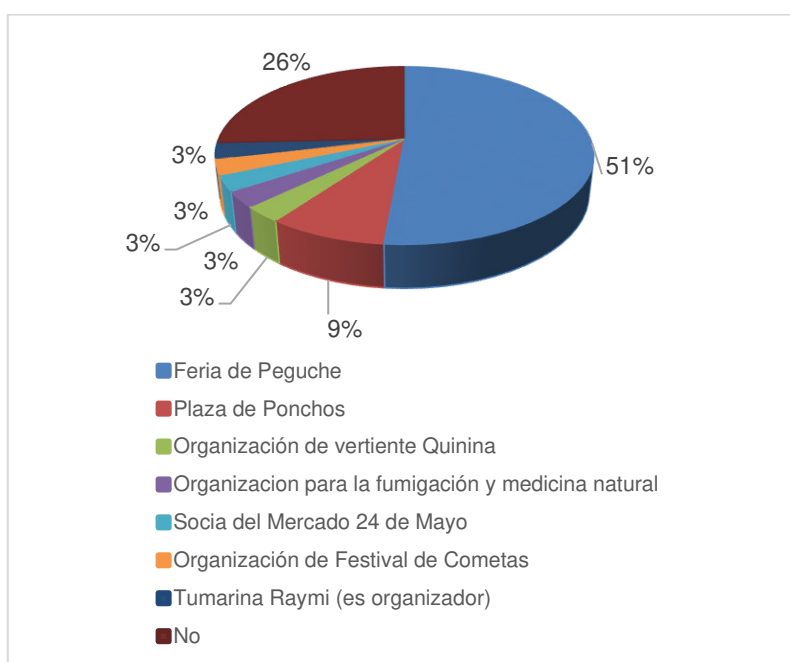


Figura 74 - Asociaciones y organizaciones que pertenecen
Elaboración propia

En la Feria de Peguche el principal beneficio que reciben como socio es la ayuda en la comercialización con la posibilidad de tener un puesto para exhibir sus productos, y en un solo caso recibe capacitación en distintas áreas, 3 de ellos comentaron que han realizado un pago de \$20 para ingresar a la asociación. Para las personas pertenecientes en la Plaza de Ponchos asimismo reciben ayuda en la comercialización, pero también capacitaciones en otras áreas pagando un valor de \$1 diario. En el Mercado 24 de Mayo igualmente recibe apertura de un puesto pagando \$40 mensuales. Perteneciendo a la Organización de vertiente Quinina un miembro de una familia presta el servicio de tesorera de \$1,50 mensual. En la Asociación Jatary les ayuda con asesorías en el trabajo de hospedaje. Y en la Organización de hombres y mujeres para la fumigación y medicina natural se obtiene apoyo en la venta de sus productos, recibir medicina natural y fumigación de sus hogares.

De forma general, entre las actividades que realizan dentro de la comunidad, 14 o un 39% de las familias participan en reuniones de la comunidad, un 25% es decir 9 familias están involucradas en las reuniones de la asociación de productores, otro 25% participa en las mingas de la comunidad y en reuniones de cooperativas de ahorro, grupo de jóvenes, grupo de mujeres, grupo de vecinos con un 3% respectivamente los resultados se ven reflejados en la **Figura 75**.

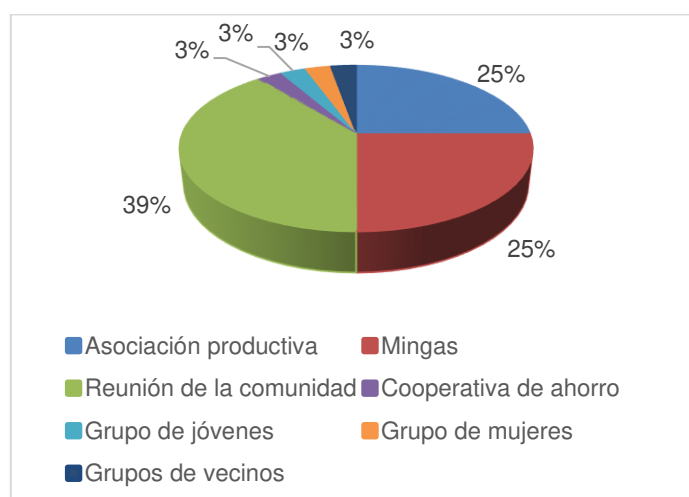


Figura 75 - Actividades asociativas en las que participan las familias
Elaboración propia

Las reuniones de la comunidad dependen del lugar al que pertenezcan, en su mayoría un 43% que pertenece a Quinchuquí se llevan a cabo 1 vez al mes, un 21% que pertenece a Peguche se realizan una vez al año. El resto lo realiza en distintos horarios ya sea 2, 3, 4, 6 veces al año y en un caso 2 veces al mes, estos residen en Quinchuquí y Peguche, estas

reuniones duran de 1 a 4 horas por cada sesión, estos datos se ven reflejados en la **Figura 76**. Las reuniones suelen ser programadas en horarios de la mañana y tarde, para el primero entre las 6:00 a.m. y 13:00 p.m. y para el segundo desde las 14:00 p.m. hasta las 21:00 p.m. depende el tema que deba ser tratado y son acudidas tanto por miembros hombres como por miembros mujeres de la familia.

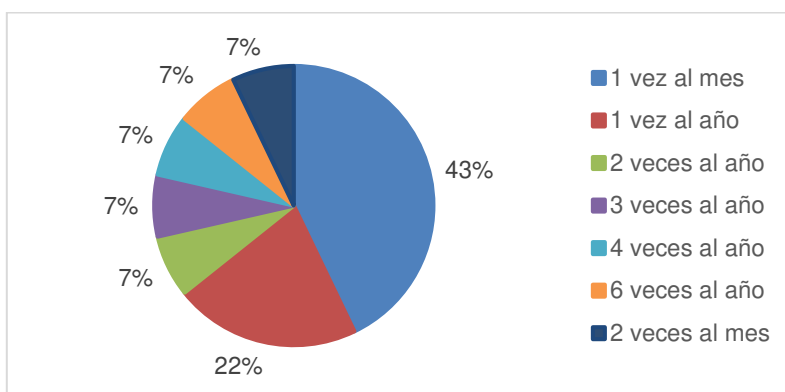


Figura 76 - Frecuencia de Reuniones de la comunidad
Elaboración propia

Por su parte las reuniones de las asociaciones productivas, un 56% se realiza 1 vez al mes, un 22% se realiza 4 veces al mes, de 2 y 8 veces en el mes un 11% respectivamente, con una duración de 1 a 4 horas, lo que puede ser visualizado en la **Figura 77**. En esta participan tanto hombres y mujeres en las actividades que realizan estas asociaciones.



Figura 77 - Frecuencia de reuniones de asociaciones productivas
Elaboración propia

Asimismo, las mingas son realizadas en su mayoría 1 y 4 veces al mes, algunas ocasiones no son muy frecuentes llegando a organizarse hasta 8 veces al año en la comunidad de

Peguiche, para el caso de la comunidad de Quinchuquí se lo realiza de 1 a 2 veces al mes, finalmente en la comunidad de Fakcha Llakta se lo lleva a cabo 1 vez al mes. Estas reuniones duran más de 4 horas dependiendo de la actividad que se tenga planificado extendiéndose hasta medio día o el día entero. Igualmente, la principal regla es que solamente un miembro por familia debe participar en la minga.

Las 4 familias restantes indicaron que efectúan las reuniones de la Cooperativa de Ahorro, Grupo de Jóvenes, Grupo de Mujeres y Grupo de Vecinos, 1 vez a mes, 2 veces al mes, 8 veces al mes y 3 veces al año respectivamente, durando 2 horas por cada sesión. A estas reuniones asisten al menos un miembro hombre como una miembro mujer de cada familia que pertenecen a las comunidades de Peguiche y Fakcha Llakta.

De las asociaciones y organizaciones a las cuales pertenecen 2 personas forman parte de la directiva de la asociación de la Feria de Peguiche en el puesto de Vocal y como Gestor Cultural en la realización de varios eventos de la comunidad de Peguiche para fechas festivas.

Para el caso de los encuentros en las iglesias en esto participan alrededor de 28 familias, donde un 59% o 19 familias pertenecen a la comunidad de Peguiche, un 25% u 8 familias son de la comunidad de Quinchuquí, una familia de Fakcha Llakta y un 13% equivalente a 4 familias indicaron que no asisten a la Iglesia, estos datos se muestran gráficamente en la **Figura 78**.

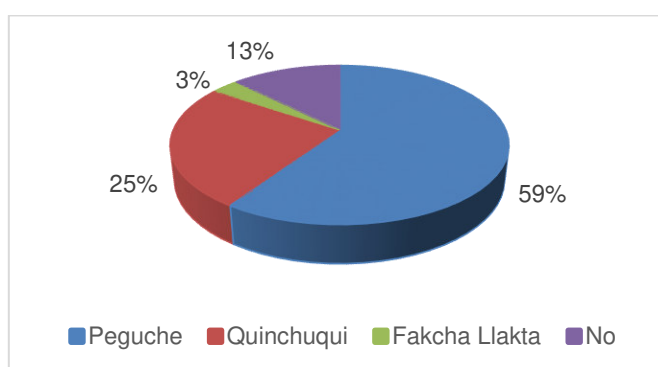


Figura 78 - Comunidades que asisten a las reuniones de la Iglesia
Elaboración propia

Las familias de Peguiche por su parte van a la Iglesia, en un 58% de ellos indicó que se asisten al menos una vez por semana, un 21% señaló que van cada mes, un 11% acuden

2 veces por semana, 2 veces al mes y hasta 4 veces al año en un 5% respectivamente, estos datos se representan en la **Figura 79**.

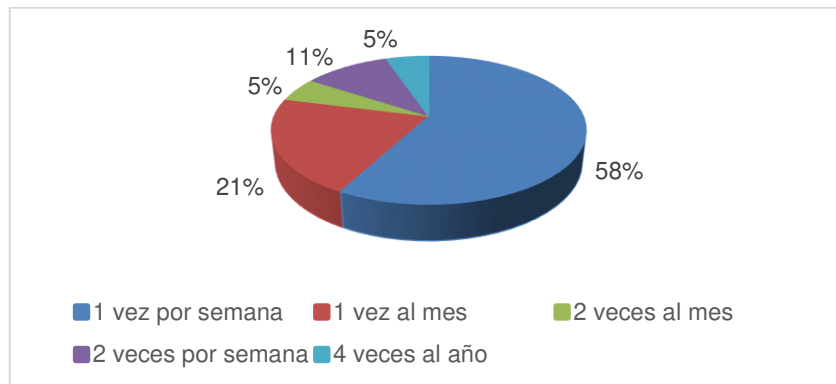


Figura 79 - Frecuencia de las reuniones en Peguche
Elaboración propia

Por su parte las familias pertenecientes a la comunidad de Quinchuquí y Fakcha Llakta asisten 1 vez por semana a la misa, a excepción de una sola familia que asiste 2 veces a la semana. Todos asisten en distintos horarios de la mañana desde las 7:00 a.m. hasta antes del mediodía durante 1 hora.

Entre los miembros que asisten a las misas de las iglesias se encuentra un 75% constituida por padres, madres, e hijos o el resto de personas con las cuales viva. El otro 25% pertenece a solamente padres o solamente madres, o entre la pareja sin los hijos, estos resultados se reflejan en la **Figura 80**.

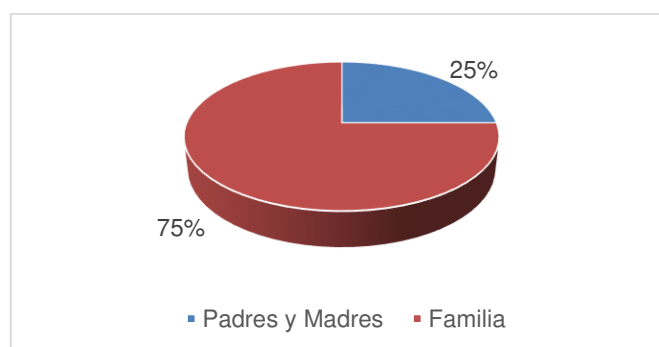


Figura 80 – Miembros de familia que asisten a la iglesia
Elaboración propia

Entre las actividades comunitarias de obligatorio cumplimiento se encuentra la justicia indígena en ambas comunidades, se indicó que los habitantes de toda la comunidad deben

acudir al llamado de justicia indígena para la toma de decisiones ante cualquier circunstancia, ya sea de hurto o infracción a las leyes o mandatos comunitarios. Asimismo, las mingas y reuniones generales de la comunidad son obligatorias a los cuales deben asistir máximo una persona, igualmente las rondas de seguridad donde la persona tiene que supervisar en las noches que no exista nada sospechoso en las calles, se da principalmente cuando se han encontrado altercados de robos en la comunidad.

Capital Económico

La principal actividad económica de esta Tipología es la actividad artesanal para lo cual utilizan las maquinas industriales o modernas, donde un 91% o 29 hogares un negocio familiar en el cual intervienen todos los miembros de la familia, el otro 9% correspondiente a 3 es un negocio propio. Son los padres con las madres de familia quienes se encuentran activamente en el proceso de producción de las artesanías, luego cuando los hijos o hijas tengan tiempo libre proceden a ayudar en dichas actividades. Solamente una familia vive en un mismo terreno, pero en distintas casas, no obstante, se colaboran para ciertos gastos como servicios básicos, estos resultados se muestran en la **Figura 81**.

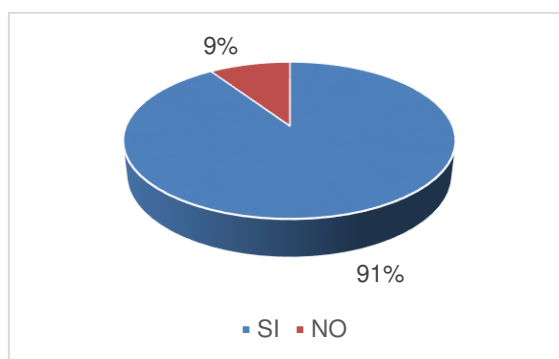


Figura 81 – La actividad artesanal es un negocio familiar
Elaboración propia

Los miembros de familias que contestaron el cuestionario, indicaron que empezaron con el trabajo artesanal a una temprana edad desde los 3 años hasta los 15 años en un 66% en procedimientos que no requerían de mucho esfuerzo físico y un 34% comenzaron entre una edad de 18 hasta los 40 años, es decir en una edad permitida para trabajar, estos datos están representados en la **Figura 82**.

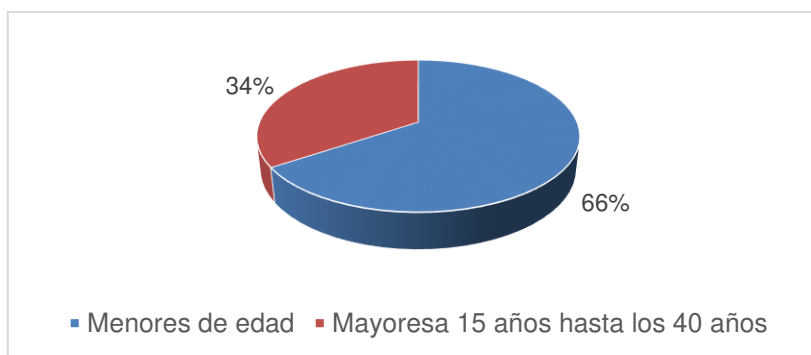


Figura 82 - Edades en que iniciaron la actividad artesanal
Elaboración propia

Alrededor de 7 familias que constituyen un 22% del total poseen entre 1 y 2 trabajadores a los cuales se les paga de distinta forma, 2 de ellos son trabajadores fijos que perciben \$300 mensuales trabajando de lunes a viernes, otra forma es el pago por día de \$10 a \$30, 3 días por \$100 y por obra o prenda, todos ellos pertenecen a la misma comunidad y solamente 2 de ellos a la Rinconada y Peguche. El otro 78% no posee trabajadores ya sea que no ha hecho falta, no existe el capital suficiente para pagarles antes o debido a que las ventas disminuyeron por la pandemia.

Entre las artesanías que elaboran las unidades productivas textiles de la Tipología 3 se encuentran detalladamente en la **Tabla 14** donde además se reflejan los insumos que se ocupan para su fabricación, el sitio donde se compran, el número de unidades productivas dedicadas a dicha artesanía, el costo de su producción, el precio por unidad y al por mayor.

Tabla 14 - Indicadores Tipología 3

| Artesanía | # U.P.T u Hogar | Costo c/u | Precio públic c/u | Precio x mayor | # unid día | Lugar de compra | Insumos |
|-----------------|-----------------|-----------|-------------------|----------------|------------|------------------------|---|
| Atrapa-sueños | 1 | \$0,3 | \$1 | \$0,66 | 24 | Peguche, Otavalo | Tubos, cuero, mullos, hilo, tawa, pluma |
| Blusas bordadas | 2 | \$2 a \$7 | \$5 a \$10 | \$3 a \$7,5 | 2 a 100 | Otavalo | Tela, hilo e hilo de algodón |
| Blusas kichwas | 1 | \$4 | \$10 | \$5 | | Otavalo | Tela de algodón e hilos |
| Bolsos | 6 | \$4,55 | \$9,53 | \$6,04 | 70 | Otavalo, Peguche Quito | Orlón, tela, tela de pescado, cuerina, esponjas, cierre, tela blanca, tela forro, tela tafeta, faja, llaves |

| | | | | | | | |
|--------------------|---|-----------------|-------------|----------------|----------|---|---|
| Camisetas | 5 | \$1 a \$13 | \$3 a \$25 | \$2,5 a \$15 | 20 a 400 | Otavaló, Peguche, Agato, Atuntaqui, Quito y Guayaquil | Tela, orlón, tela de algodón, hilo, papel, tinta |
| Chales/ chainas | 1 | \$3,5 | \$5 | \$3,5 | 120 | Otavaló | Lana acrílico |
| Gorros | 2 | \$0,4 y \$5 | \$8 | \$1 | 12 a 400 | Otavaló | Tela de algodón, cuero |
| Mamelucos | 1 | \$9,75 | \$20 | \$13 | 12 | Otavaló | Tela |
| Mascarilla | 5 | \$0,35 a \$1,50 | \$1 a \$15 | \$0,54 a \$9,5 | 50 a 60 | Otavaló, Atuntaqui y Cotacachi. | Tela, hilo, elástico, tela antifluido, lana de oveja |
| Pijamas | 4 | \$4,49 | \$5,98 | \$9,29 | 30 a 100 | Otavaló | Tela térmica, tela de peluche, hilo, elástico |
| Poncho artesanal | 3 | \$4,5 a \$12 | \$10 a \$20 | \$7,5 a \$14 | 10 a 50 | Cotama, Ambato y Otavaló | Lana de oveja, lana acrílica, orlón, botones, hilo de algodón |
| Sacos | 3 | \$2,5 a \$10 | \$5 a \$15 | \$4 a \$10 | 10 a 20 | Otavaló | Tela, hilos y moldes |
| Vestidos | 1 | \$7 | \$12 | \$9 | 200 | Otavaló | Tela algodón |
| Almohadas | 1 | | \$3 | \$2 | 60 | Otavaló | Tela e hilo para el bordado |
| Delantales | 1 | \$3 | \$4,5 | \$3,75 | 5 | Otavaló | Tela e hilos |

Elaboración propia

De igual modo es posible visualizar familias de la presente Tipología que elaboran distintas artesanías, siendo en su mayoría aquellas que realizan bolsos, luego mascarillas y camisetas ya sea con mangas o sin mangas, luego se encuentran los pijamas, por consiguiente, ponchos artesanales, sacos, luego los gorros y blusas bordadas para uso casual y finalmente los atrapasueños, blusas kichwas, chales o chalinás, mamelucos, vestidos, almohadas, alpargatas y delantales. Cabe recalcar que algunas familias realizan más de una artesanía.

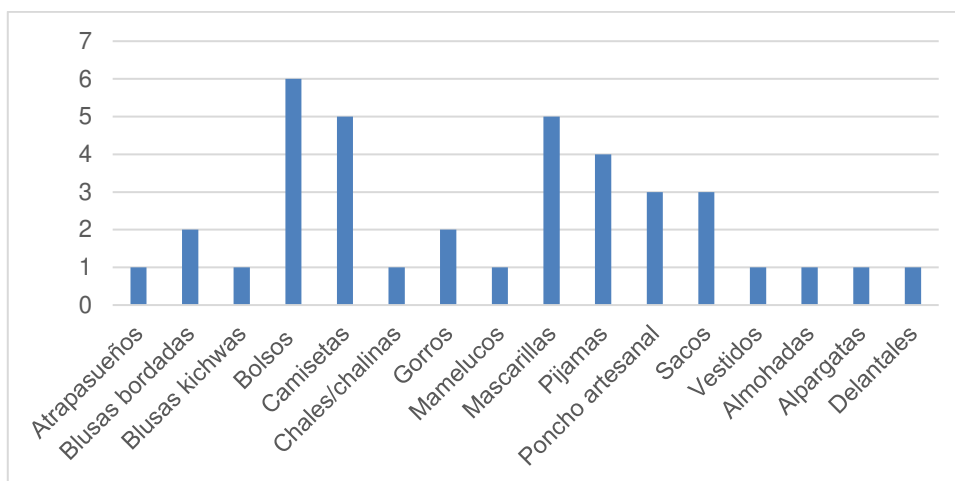


Figura 83 - Artesanías realizadas por las familias de la Tipología 3
Elaboración propia

Asimismo se obtuvo que un 53% artesanos se mantienen con los mismos productos durante todo el año y el restante 47% indicó que cambian por temporadas o estaciones de invierno o verano, por ejemplo en diciembre una familia realiza guirnaldas, decoraciones para navidad, otra familia incluye calentadores, bolsos y chompas, o solamente se renuevan los modelos y diseños, se incluyen más artesanías para que llamen la atención de sus clientes los cuales en su mayoría son turistas nacionales o extranjeros. De las 32 familias, 8 indicaron que por la pandemia decidieron confeccionar mascarillas bordadas y estampadas, además optaron por incluir nuevas artesanías y así obtener mayores ventas.

Los artesanos indicaron que un 78% comercializa solamente lo que producen mientras que un 22% incluye productos como chalinas de pescado, bisutería, ponchos artesanales, gorras, hamacas, chales y chalinas, otros tipos de artesanías, los cuales, les resulta barato adquirirlo, es necesario que los puestos o locales se encuentren con variedad de artesanías para su clientela, esto puede ser visualizado en la **Figura 84**.

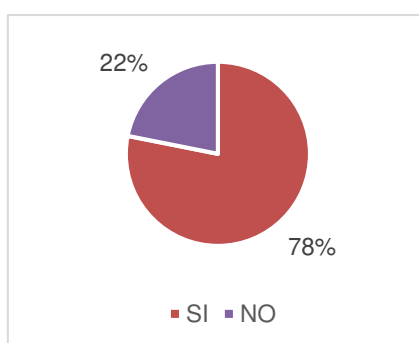


Figura 84 - Comercializan solo las artesanías que producen
Elaboración propia

De manera general se obtuvo que un 38% de los artesanos comercializan a mayoristas, minoristas y consumidores, un 25% se obtuvo que venden a minoristas y consumidores finales, un 19% lo venden a Intermediarios y minoristas, un 13% solamente a consumidores finales; un 3% a mayoristas y finalmente un 3% a mayoristas y consumidores, estos resultados se muestran en la **Figura 85**. Cabe recalcar que algunas familias dijeron que no es obligatoriamente necesario que solamente reciban esa clientela están abiertos a todo tipo de cliente en tanto el precio que acuerden.

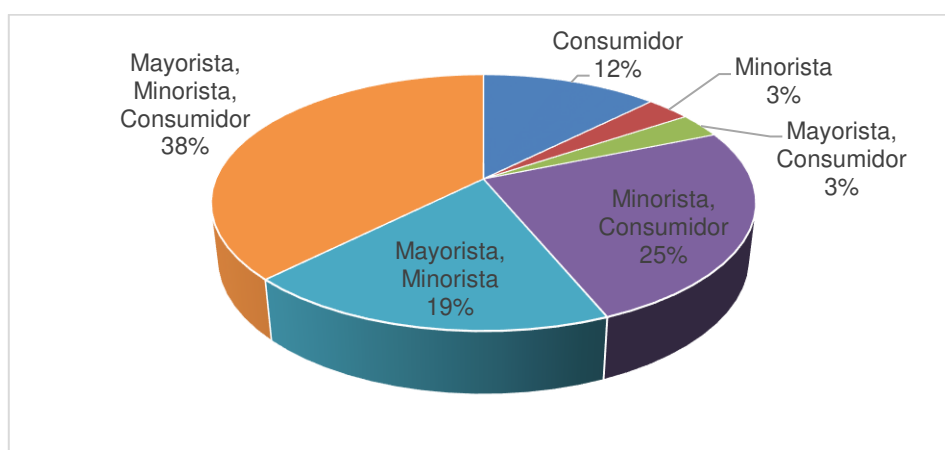


Figura 85 – Combinación de clientes
Elaboración propia

Los resultados que se muestran en la **Figura 85**, indican que existe una gran preferencia por vender a intermediarios o mayoristas esto es debido a que ellos adquieren en grandes cantidades y el dinero se percibe mucho más rápido acompañada de la ganancia, con ello ya es posible reinvertirlo en más materia prima o insumos para la producción, igualmente se manejan los pagos por cheques y estos pueden ser otro medio de pago para los proveedores de materia prima. Por el otro lado de los minoristas y consumidores indicaron que ellos prefieren vender por unidad debido a que es de carácter exclusivo y los clientes pueden percibir el valor agregado, igualmente al situarse en ferias o mercados los clientes en su mayoría son turistas los cuales no compran en grandes cantidades sino solamente en unidades, aun así, están abiertos a cualquier oferta de compra.

Asimismo, las artesanías son bien recibidas la clientela internacional, un 66% de ellos indicaron que su clientela está contenida por nacionales y extranjeros, y un 34% solamente son clientes del país, estos datos se representan en la **Figura 86**. Muy depende del que sean clientes extranjeros en el hecho de que un 41% de los artesanos exportan sus artesanías y un 59% no exporta, estos resultados se muestran en la **Figura 87**. Cabe

destacar que varios clientes nacionales viajan a varios países y son los encargados de venderlos en el extranjero.



Figura 86 - Clientes nacionales y extranjeros
Elaboración propia

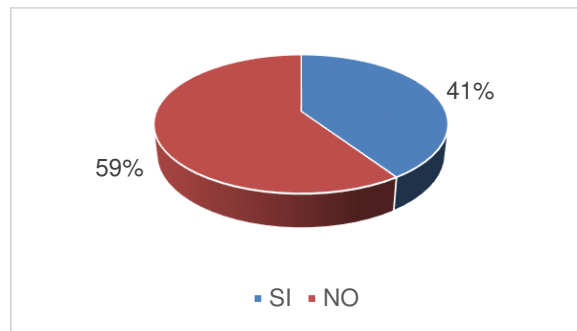


Figura 87 – Las artesanías se exportan
Elaboración propia

Así como a todos, los artesanos se vieron gravemente afectados por la pandemia, esto debido a que las principales plazas, ferias, locales donde vendían se suspendieron, varios de ellos no trabajaban en Otavalo sino se trasladaban a Riobamba, Latacunga, Guayaquil, Quito, Mitad del Mundo, Tulcán, Ambato, Aruba y varios sitios de la Costa, Sierra y Oriente del Ecuador. De igual forma al cerrar aeropuertos y terminales terrestres los pedidos fueron cancelados y como los principales clientes que compraban eran aquellos que viajaban ya no pudieron ingresar o salir del país, es decir ni los clientes ni la mercadería. Es por ello que disminuyeron las ventas y por ende la producción, aunque fueron improvisadas las ferias en las comunidades, el temor a contagiarse impidió que turistas los visitaran.

Es por ello que todos cambiaron de puestos de venta y decidieron vender en la Feria de Peguche, en los locales de Otavalo, Plaza de Ponchos, Feria de Quinchuquí, en la capilla de Peguche y en sus hogares, estas ferias fueron improvisadas por el cierre de las ferias que solían realizarse en Otavalo. Algunos optaron también por promocionar su mercadería

a través de distintas plataformas digitales como redes sociales o página web y a conocidos de la familia. Con el pasar del tiempo las medidas han disminuido permitiendo el retorno a sus anteriores puestos de trabajo.

Meses antes de la pandemia indicaron que los meses que mayor acogida tenían sus artesanías dependían del tipo de artesanía y del país al cual enviaban incluyendo al Ecuador y sus provincias cálidas o frías. Por ejemplo, se encontró que para el caso de los atrapasueños los meses de mayores ventas eran desde marzo hasta diciembre, y de menor venta estaba entre enero y febrero. Las blusas bordadas por su parte vendían más en diciembre y julio, y menos eran de julio a septiembre. Las blusas kichwas tenían su acogida en festividades propias de Imbabura como Carnaval, Inti Raymi y Día de Difuntos, en cambio disminuían las ventas en época de clases. Los bolsos por su lado percibían más pedidos en distintos meses de enero, febrero, agosto, septiembre, junio, julio, noviembre y diciembre, de menores ventas son los meses de marzo, abril, mayo y noviembre, diciembre, enero, junio y julio, los meses se repiten debido a que son comercializadas en un específico mercado que varía los meses de mayores y menores de ventas.

Para el caso de las camisetas son los meses de febrero, marzo, abril, mayo, diciembre de mayor carga, en cambio los de menor carga de venta son agosto, septiembre, octubre, junio. Los chales y chalinas por su parte tienen mayor acogida de enero a julio, exceptuando mayo y diciembre. Los gorros por su lado tienen mayor carga de trabajo los meses de junio a agosto y los de menor carga son septiembre y octubre. Los mamelucos tienen mayores ventas en mayo, junio, octubre y diciembre y menores ventas en enero y abril.

Los pijamas por su lado tenían mayor acogida en los meses de mayo, junio, julio, agosto, diciembre, y los de menores ventas septiembre, octubre y febrero. Los ponchos artesanales poseen mayor carga de trabajo los meses de mayo a agosto y por el contrario los meses de enero, febrero, junio y septiembre no existen muchas ventas. Los sacos tienen mayores ventas en enero, febrero, marzo, junio, mayo, julio, diciembre y los de menores ventas los meses de septiembre, agosto, abril. Los vestidos por su parte tienen mayor carga de trabajo los meses de mayo y junio y los meses de menor carga el mes de octubre. Finalmente, las mascarillas recién tuvieron acogida debido a la pandemia es por ello que los primeros meses de la cuarentena son los que existió mayor carga de trabajo, luego han ido disminuyendo poco a poco las ventas.

El horario de trabajo empieza en su mayoría a las 7:00 a.m. aunque a veces cuando eran épocas de mayor cantidad de pedidos el horario empezaba mucho más temprano a las 2:00 a.m. hasta las 17:00 p.m. y cuando existe mayor afluencia de pedidos el horario se extiende hasta altas horas de la noche como las 22:00 p.m. o más, siendo en promedio 11 horas diarios que se elevan a 3.141 horas anuales. Varios de los horarios variaron por la cuarentena debido a la baja de ventas y por ende producción.

De igual forma se halló que un 78% de las familias desea no cambiarse de la actividad artesanal esto debido a que les gusta el trabajo, ya están acostumbrados porque desde su niñez empezaron en ello, igualmente no podrían cambiar porque hace falta de un capital para encaminarse en otro negocio, preferirían innovar y mejorar en sus procesos.

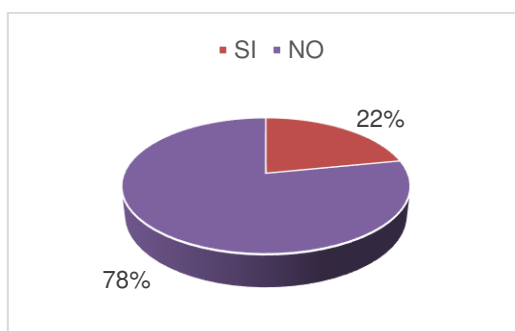


Figura 88 – Artesanos que desean cambiar de trabajo
Elaboración propia

El otro 22% o 7 familias corresponde a los artesanos que desearían cambiar de trabajo, como se muestra en la **Figura 88**, debido a que en un caso desearían ejercer su profesión y en el resto de casos, emprender en nuevos proyectos que les proporcionen mayores ganancias, el actual trabajo tiene mucha competencia y por ende los precios deben ser más bajos, aparte que el proceso de elaboración requiere de mucho tiempo y complejidad, más aún porque el turismo se ha visto afectado por la pandemia.

De igual forma, ha flotado el tema de que la entrada de la artesanía extranjera ha causado gran efecto en los artesanos ecuatorianos, los resultados se muestran en la **Figura 89**, donde un 75% indicaron que realmente les ha afectado principalmente por el ingreso de bolsos, ponchos, chales, gorros, blusas, sacos, atrapasueños, vestidos, ponchos, entre otras artesanías procedentes de China, Estados Unidos y Colombia. Su preferencia se deriva en que sus precios son mucho más bajos, aunque la calidad para los artesanos no sea la misma sino inferior, además de que son replicas por lo que los clientes no diferencian

y los prefieren. Debido a ello es que los mismos artesanos se han visto en la decisión de adoptar o mezclar sus prendas con telas de calidad china.

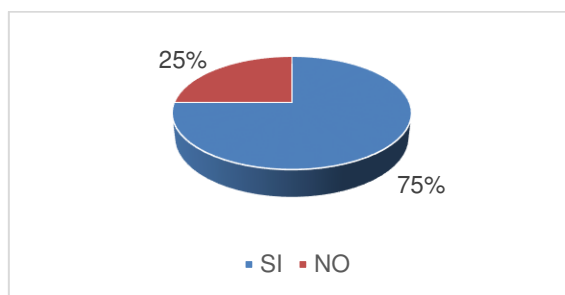


Figura 89 – Artesanos a los que les afecta la entrada de artesanías extranjeras
Elaboración propia

El 25% restante indicó que no les ha afectado la entrada de artesanías extranjeras debido a que los productos que estos artesanos ofrecen son en otros lugares, son diseños personalizados y por ende únicos y exclusivos, de distinta calidad y en otros casos las prendas son utilizadas en Otavalo.

El precio se fija en su mayoría un 66% indicaron que de acuerdo al material que se invierte, para ello algunos hogares calculan las unidades que resultan por cada kilo de material, y a ello le suman el tiempo invertido, la mano de obra, así como también la complejidad que requiere la prenda, los gastos varios que surjan como de servicios básicos, de ellos unas 4 familias indicaron que es necesario tomar en cuenta la ganancia, en un caso calculan que este sea un 25% adicional a los costos. El otro 34% corresponde a las familias que solamente toman en cuenta para establecer su precio el valor al que vende la competencia.

El lugar para vender un 38% indicó que buscan el sitio donde más transite la gente, un 13% ofrecen principalmente a conocidos, no conocidos recorriendo varios locales de Quito u Otavalo, un 9% indicó que buscan en sitios donde hayan puestos disponibles ya sea en plazas o mercados, un 6% buscan ferias donde se pueda vender, otra familia indicó que siguen las recomendaciones de puntos donde pueden vender y un 3% van directamente a los intermediario, estos datos se encuentran representados en la **Figura 90**.

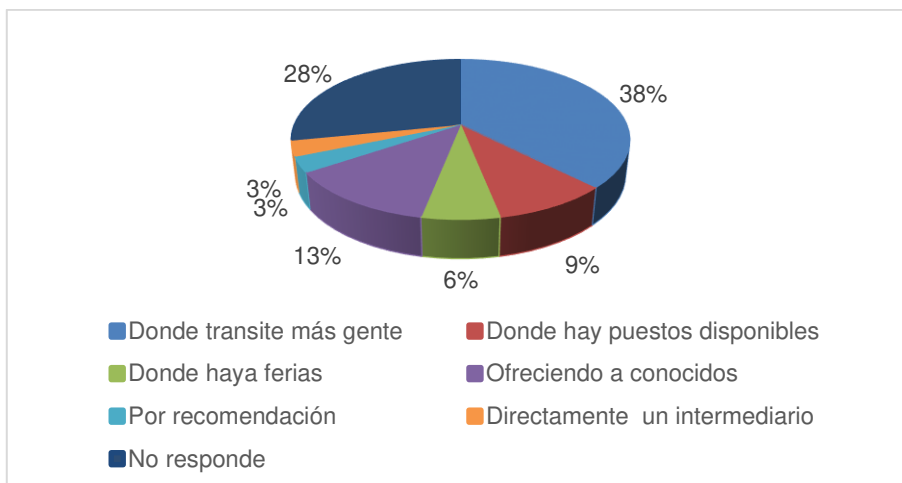


Figura 90 – Razones para elegir el lugar de venta
Elaboración propia

Los datos que se muestran en la **Figura 91**, indican que un 41% de artesanos indicó que su promoción se da por internet, en redes sociales, página web, Mercado Libre, un 19% indicó que no venden por internet solamente se apegan a los descuentos, un 9% prefieren promocionar sus productos en ferias, un 3% eligen una promoción más personalizada recorriendo los locales y ofreciendo sus artesanías, cabe recalcar que todos los kichwas artesanos proporcionan descuentos a sus clientes ya sea en pocas o grandes compras es por ello que el 28% restante no realiza más promoción que los descuentos mismos.

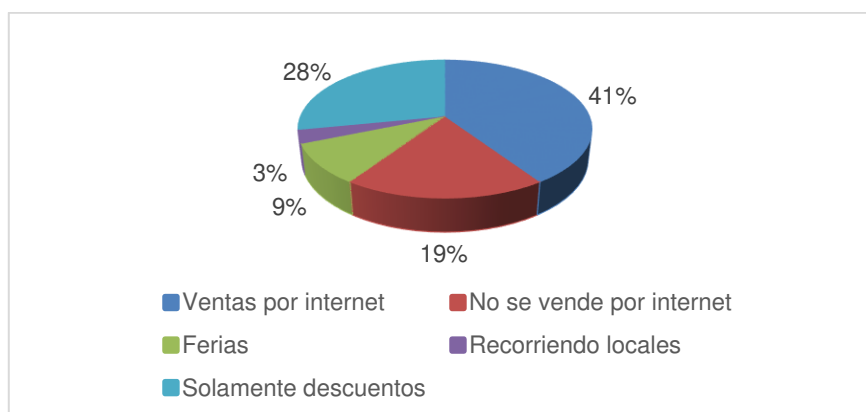


Figura 91 - Formas de promoción de los productos
Elaboración propia

Para los mayoristas y beneficiarios este descuento es mucho mayor que las compras por unidad, asimismo se señaló que entre otros beneficios que se proporcionan a los mismos está que se garantiza una buena calidad ya sea en las telas, cierres, materiales y los

excelentes acabados en sus productos, además de la seguridad y puntualidad en la entrega de la mercadería.

Los resultados de entrega de la mercadería que se muestran en la **Figura 92**, se da en un 52% ventas personales debido a que los clientes visitan ya sea el puesto de venta o el taller donde las fabrican, un 41% indicó que realiza envíos por transporte ya sea en transporte interprovincial, por Servientrega, ya sea que el cliente o el artesano corra con el gasto por el servicio de transporte, y un 7% lo realiza por agencias de cargas específicamente para pedidos que deben ser exportados.

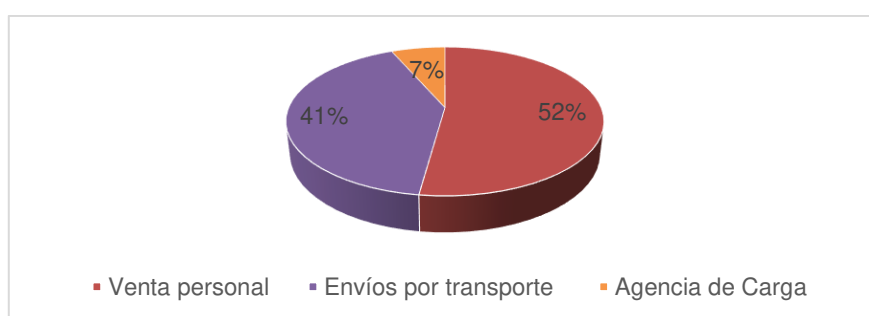


Figura 92 – Entrega de productos
Elaboración propia

Entre las facilidades de pago que los artesanos brindan a sus clientes se encuentran depósitos, tarjeta de crédito, cheques, transferencias, ya sea en bancos como en cooperativas, efectivo, adelantos de un 50% al inicio y en la entrega, o del 70% de adelanto y 30% en la entrega, créditos por 1 semana, 1 mes, 2 meses, o cheques con 15 días a 1 mes de plazo para la cancelación total.

Alrededor de 15 o el 46,88% mencionaron que poseen inconvenientes en el proceso de fabricación de las prendas, esto debido a que no poseen las máquinas tales como máquina para estampar, de perchado, cortadora, recubridora, más similares a las que ya tienen y modernas que permitan renovar los diseños, es por ello que recurren a contratar el servicio en otro lugar, o solamente se acomodan con los recursos que poseen. Asimismo, ocurren problemas menores al no poseer un taller, a veces los materiales escasean, o cuando algunas herramientas se pierden constantemente o se dañan, esto lo solucionan con lo que tienen a su disponibilidad, o comprando máquinas o herramientas de segunda mano y el material buscándolo en otros sitios, pero en diferente valor.

El resto de 17 familias indicaron que no existe inconveniente alguno en el proceso de fabricación ya sea porque todo lo que necesitan está a su disponibilidad o porque ellos no ven como desventaja el no poseer maquinaria y adquirir el servicio fuera, sino que así se ahorran otros gastos.

Para la fidelización de sus clientes, los datos que se muestra en la **Figura 93**, indican que un 63% de hogares si se encuentran en constante contacto con su clientela ya sea para saber si la mercadería llegó en buenas condiciones, si están conformes con los pedidos, para recibir retroalimentación o recomendaciones para mejorar el servicio o el producto en sí. El otro 38% corresponde a las familias que no están en contacto con sus clientes ya sea porque a veces no es necesario los mismos clientes son los que se comunican o porque al vender al por menor los clientes no muchas veces regresan.

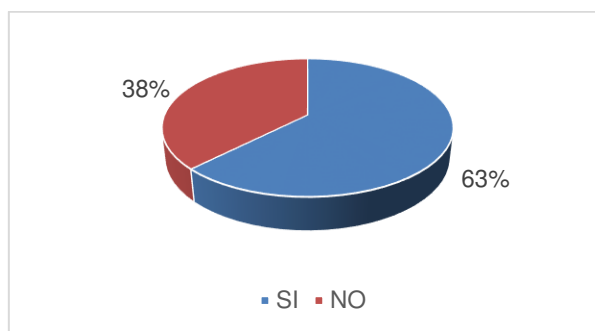


Figura 93 - Servicio de Pos venta
Elaboración propia

Para la comercialización, los artesanos en un 34% van los días viernes y sábados en un horario de 7:00 a.m. hasta las 22:00 p.m. estos son asistidos por los padres o madres de familia, un 19% corresponde a las familias que venden los miércoles y sábados en un horario de 5:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. en este participan la familia. El 13% son las familias que venden todos los días en un horario desde las 6:00 a.m. hasta las 18:00 donde todos los miembros ayudan en el punto de venta. El 6% tienen un horario de comercialización los días sábados desde las 3:00 a.m. hasta las 18:00 p.m. donde los padres y madres de familia están en los puntos de venta. 4 familias van en distintos días los viernes, 2, 3 y 4 veces a la semana con un 3% respectivamente en diferentes horarios empezando a las 5:00 a.m. hasta 17:00 p.m. donde toda la familia es partícipe. Los restantes 3 hogares no comercializan debido a que no tienen un lugar fijo.

A más de dedicarse al trabajo artesanal, muchas de las familias debido a la pandemia han decidido emprender en otras actividades, por ejemplo, de las 32 familias 7 empezaron en el comercio de abarrotes para lo cual ganan de distinta forma \$10 diario, \$10 semanal, \$10 mensual. 2 familias por su parte venden comida y perciben entre \$5 y \$80 semanal igualmente son los adultos quienes se encargan del negocio. La esposa de una familia es vendedora de forma ocasional y percibe \$20 mensuales. Asimismo, una familia indicó que su pareja es obrera y otro es pintor de murales por lo que gana \$60 mensual y \$200 respectivamente. También otra familia indicó que su pareja es tejedora y percibe \$400. Una familia presta el servicio de hospedaje a extranjeros de lo que gana \$10 por persona. Finalmente, otra persona trabaja como transcriptor ganando \$200 mensuales. Todos los ingresos que se perciban de estas actividades se destinan para la familia y deudas.

Solamente 3 familias reciben bono para adultos mayores con un monto de \$90 - \$100 mensuales, utilizado para gastos de los adultos mayores que lo reciben. Una de estas familias percibe un valor adicional por remesas de un familiar del exterior de \$50 y nacional de \$100, el primero es proporcionado cada 2 o 3 meses y es destinado a la familia; el segundo de manera mensual. Una familia recibe bono por emergencia sanitaria de \$50.

Para el trabajo asalariado, 2 familias tenían a un miembro de su familia laborando en un lugar de manera fija, la primera familia indicó que su hijo trabaja 5 días a la semana como costurero en una empresa particular en la misma comunidad y recibe \$100 mensuales incluyendo comida. Una segunda familia indicó que trabaja como docente en una escuela a 300 minutos del hogar, recibe mensualmente un monto de \$920 por 5 días a la semana, en este valor incluyen los beneficios de ley.

La producción se clasifica en dos partes una es la capacidad máxima de producción si las máquinas y mano de obra producen sin ningún receso o retraso un volumen mensual promedio de 987 unidades y anualmente promedio de 11.838 unidades. El segundo es la capacidad real teniendo en cuenta la merma existente y retrasos fisiológicas en la mano de obra que dan un volumen promedio de 860 unidades al mes y 10.318 al año. Los ingresos están constituidos por los Ingresos obtenidos de la actividad artesanal tomando como base la capacidad real de \$3.413,84 en promedio al mes y \$40.966,14 al año, ingresos por actividades extras de \$130,67, ingresos percibidos porque un miembro de la familia se encuentra en un trabajo asalariado de \$510, bonos y remesas por un valor promedio de \$77,50. Dando un total de \$4.132,01 mensualmente y anualmente de \$49.584,14 y un ingreso per cápita de \$1,12.

Para el caso de egresos, están conformados por los costos de producción de un valor de \$2.338,74 al mes en el cual interceden materia prima, costo de mano de obra y otros insumos, además de un valor de gastos de \$1.071,10 que contienen gastos de servicios básicos, alimentación, herramientas de trabajo, por concepto de vehículos, celulares, vestimenta, salud, educación, transporte en caso de que no posean vehículo propio, gas, ocio y por pago de préstamos ya sea en bancos o cooperativas. Dando como resultado un valor mensual en egresos de \$3.409,85 que anualmente asciende a \$4.0918,14 y un gasto costo per cápita de \$ 0,92.

Es importante señalar que los valores proporcionados son aproximados y que no significa que todos perciban los ingresos adicionales a la actividad artesanal. Igualmente, las cantidades de venta no siempre compensan los egresos y en muchos casos estos no obtienen las ganancias necesarias para solventar deudas.

Medios de Vida Resultantes

Con la información anteriormente planteada sobre los capitales, asimismo se ocupa la valoración del 1 al 5, donde 5 el escenario más ideal y 1 el escenario menos ideal para cada una de las unidades productivas textiles, esta evaluación se hace en base al **Anexo C** donde se establecieron los posibles escenarios para cada una de las categorías, dicha tabla se utilizó para señalar con una X la categoría que corresponda, se recaban los principales indicadores que caracterizan a esta Tipología en la siguiente **Tabla 15**

Tabla 15 - Indicadores Tipología 3

| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|----|---|---|---|
| CAPITAL FÍSICO | | | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (min) | | X | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (km) | | X | | | |
| Distancia al centro educativo más cercano (min) | | X | | | |
| Servicios básicos con los que cuenta | | X | | | |
| | 0 | 16 | 0 | 0 | 0 |
| CAPITAL NATURAL | | | | | |
| Porcentaje de familias que se dedican a la agricultura | | | X | | |
| Tiempo que se invierte en la agricultura (horas al año) | | | | X | |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Tiempo que se invierte en un huerto familiar (horas al año) | | | X | | |
| Porcentaje de familias que poseen un huerto familiar | | | | X | |
| Frecuencia de tiempo que dedican a agricultura. | | | | | X |
| Frecuencia de tiempo que dedican a huertos | X | | | | |
| Porcentaje de familias que crían animales de granja | | | | X | |
| | 5 | 0 | 6 | 6 | 1 |
| CAPITAL HUMANO | | | | | |
| Instrucción Académica de padres y madres de familia (más común) | | | X | | |
| Número de miembros de familia | | | | | X |
| Porcentaje de personas menores a 15 años (%) | | | | X | |
| Porcentaje de personas entre 15 y 65 años (%) | | X | | | |
| Porcentaje de adultos mayores a 65 años (%) | | | | | X |
| | 0 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| CAPITAL SOCIAL | | | | | |
| Porcentaje de familias que pertenecen a asociaciones productivas | | X | | | |
| Porcentaje de familias que asisten a reuniones de la comunidad | | | | X | |
| Porcentaje de familias que asisten a mingas | | | | X | |
| Frecuencia de reuniones de la comunidad | X | | | | |
| Frecuencia de Mingas | | X | | | |
| | 5 | 8 | 0 | 4 | 0 |
| CAPITAL ECONÓMICO | | | | | |
| Porcentaje de familias cuyo negocio familiar es actividad artesanal | X | | | | |
| Porcentaje de Hogares que poseen trabajadores | | | | X | |
| Porcentaje de hogares que comercializan solo lo que producen | | | | X | |

| | | | | | |
|---|----|----|----|---|---|
| Porcentaje de clientes que más adquieren las artesanías | X | | | | |
| Porcentaje de familias que desean seguir en la actividad artesanal | | X | | | |
| Porcentaje de familias que les afecta la entrada de artesanías extranjeras | | | | X | |
| Formas de promocionar los productos | X | | | | |
| Porcentaje de familias que tienen inconvenientes a la hora de trabajar | | | X | | |
| Porcentaje de familias que tienen servicio pos venta | | X | | | |
| Tiempo que dedican a la actividad artesanal (horas/año) | | | X | | |
| Máxima producción teórica promedio de artesanías o capacidad instalada (unidades/año) | | | X | | |
| Capacidad Real (unidades/año) | | X | | | |
| Ingresos anuales promedio | | | X | | |
| Gastos y costos anuales promedio (\$/año) | | | X | | |
| Ingreso per cápita hogar (\$/días) | | | | X | |
| Gastos per cápita (\$/día) | X | | | | |
| | 20 | 12 | 15 | 8 | 0 |

Elaboración propia

En la presente **Tabla 15** es posible visualizar un análisis cuantitativo de la Tipología 3 mediante los principales indicadores, sumando el puntaje por cada columna de cada Capital y dividiéndolo para el número de indicadores con lo que se obtiene los resultados de la **Tabla 16**.

Tabla 16 - Resultados Indicadores Tipología 3

| | |
|--------------------------|------|
| Capital Físico | 4,00 |
| Capital Natural | 2,57 |
| Capital Humano | 2,20 |
| Capital Social | 3,40 |
| Capital Económico | 3,44 |

Elaboración propia

De igual forma para una mejor comprensión es posible representarlo en un Gráfico de Araña o Radial, representado en la **Figura 94** donde se puede visualizar aquellos que son pilar fundamental debido a que están más cercanos a un escenario ideal y aquellos que son más vulnerables.

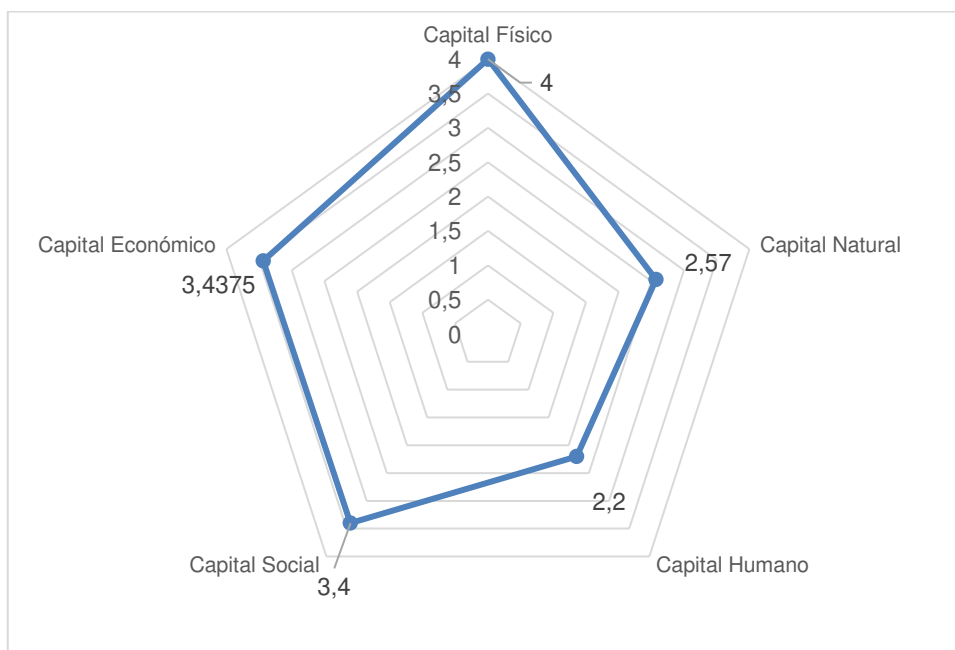


Figura 94 - Gráfico de Araña de la Tipología 3
Elaboración propia

El capital humano posee el valor más bajo de las Tipologías esto se da porque si se espera que al existir un mayor número de miembros de familia los mismos conocimientos de los mayores pueden ser proporcionados a los más pequeños y así continuar con el legado histórico, en esta Tipología se denota alrededor de 3 miembros de familia, así como también menos del 40% de menores de edad y menos del 20% de adultos mayores de 65 años. De igual forma el nivel de educación más común en esta Tipología es la educación primaria solo pocos padres y madres de familia han cursado hasta un nivel secundario y nivel de educación universitaria.

El Capital Económico por su parte, posee un valor alto cercano al escenario ideal debido a que más del 80% de hogares son un negocio familiar y más del 60% desean seguir en el trabajo artesanal, poseen participación con clientes mayoristas o intermediarios, minoristas y consumidores finales, están mucho más abierto a estos clientes y tienen más herramientas en formas de promoción para llegar a ellos; no obstante su valor disminuye debido a que menos del 40% de hogares poseen trabajadores, más del 60% comercializan

lo que producen lo que los convierte en menos competitivos frente a otros negocios similares. Aún más del 60% de familias han sido perjudicados por la entrada de artesanías del extranjero, aunque estos hogares si ocupan más formas de promoción como redes sociales, página web, ferias, etc. Además de que menos de la mitad de familias tienen inconvenientes durante el proceso de producción.

El Capital Natural poseen un bajo valor debido a que la mitad de los hogares dedican un tiempo de 100 a 150 horas anuales en la agricultura, aquí menos de la mitad de las familias poseen un huerto invirtiendo un tiempo de 150 a 200 horas anuales, la frecuencia de tiempo que dedican a la agricultura más común es por temporadas y para los huertos familiares es mucho más alto debido a que es un tiempo diario.

El Capital Físico no varía mucho debido a que es menos de 20 minutos la distancia en auto a la ciudad más cercana, los hogares de esta Tipología poseen todos los servicios básicos luz, agua, teléfono, internet, alcantarillado excepto el alumbrado.

No obstante, el Capital Social posee una valoración alta esto es debido a que más del 60% de familias pertenecen a asociaciones productivas, entre el 20% y 40% de familias asisten a reuniones de la comunidad y mingas, en este caso las reuniones de la comunidad y las mingas se realizan al menos una vez al mes.

Es así que, por consiguiente también es posible representar un diagrama de flujos y fondos con la información proporcionada de las respuestas obtenidas de los cuestionarios, que además viene complementado con los cálculos obtenidos mostrados en la **Tabla 17** para el caso de los fondos de actividad humana y los valores de la **Tabla 18** concernientes a energía eléctrica, estos datos se pueden visualizar en la **Figura 95**.

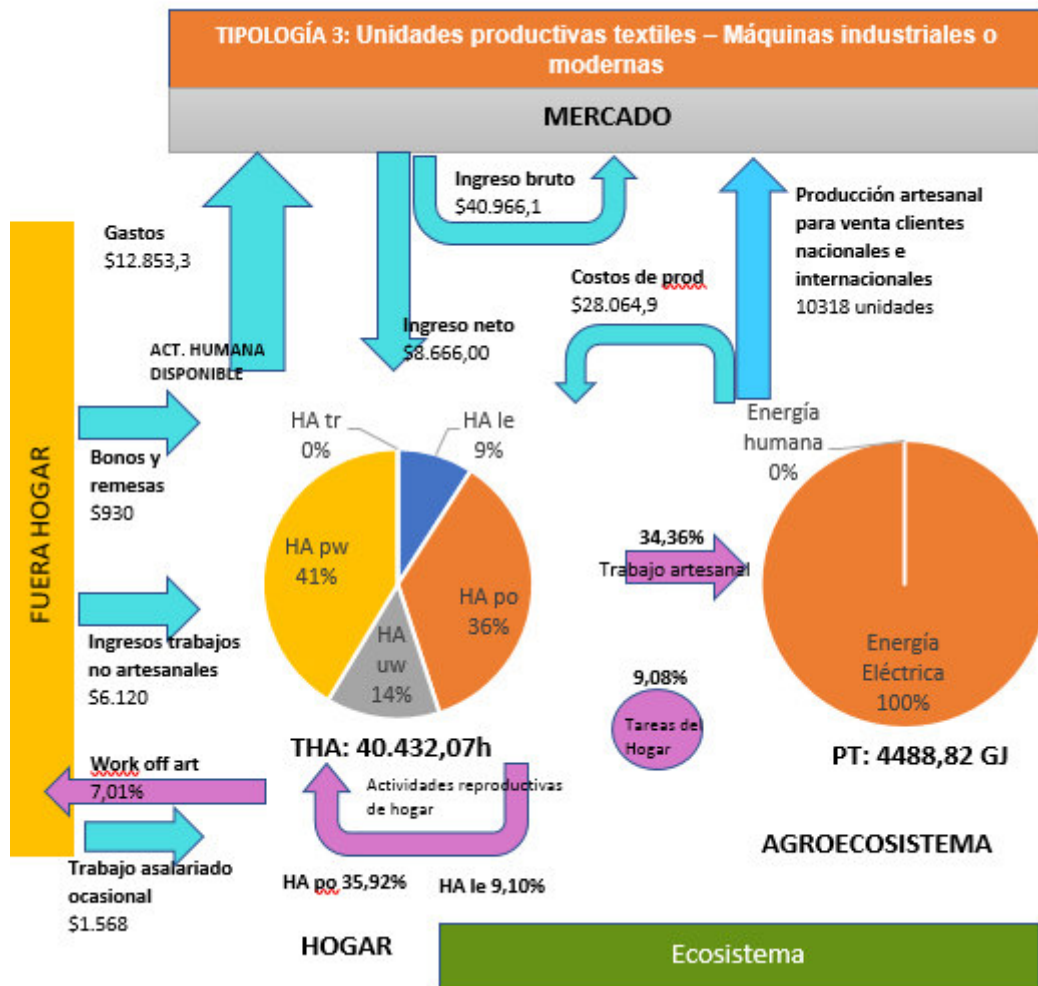


Figura 95 – Diagrama Fondo – Flujo / Tipología 3
Elaboración propia

Como parte de marco de MuSIASEM, se procede a caracterizar los elementos de fondo que son tiempo humano (human activity) y capacidad eléctrica o tecnología (power technology) en base a los resultados obtenidos de los cuestionarios, para el primer elemento de fondo que es la actividad humana total (THA) este es el presupuesto de tiempo disponible para realizar todas las actividades, la cual se mide en horas. Para el segundo caso de capacidad eléctrica, este se basa en la energía que alimenta la capacidad de energía que poseen los telares eléctricos y el esfuerzo humano en el proceso de producción, medido en J-EC por año que para una mejor comprensión se convierte en GigaJoules (GJ) por año.

A continuación, se muestra el perfil de asignación de capacidad eléctrica entre sus distintos usos en el proceso de producción.

El patrón de capacidad eléctrica por cada Tipología

La caracterización del elemento de fondo de capacidad eléctrica o el poder de la tecnología en las tres Tipologías se obtuvo mediante las respuestas de los cuestionarios realizados a los artesanos.

Este fondo utiliza tres categorías principales, la energía consumida por el ser humano, la capacidad eléctrica que poseen las máquinas eléctricas antiguas y las máquinas industriales modernas. Para el cálculo de los valores dentro de la capacidad eléctrica se realiza de dos distintas formas para las tres Tipologías, para el caso de las maquinarias antiguas y maquinarias industriales modernas los datos son arrojados en las especificaciones de cada una de ellas, y que aplicando a la fórmula de nivel máximo de potencia despejando el valor de flujo de entrada de energía se calculan mediante la intervención de la eficiencia de la máquina, la carga de operación es decir las horas de operación en el año y la carga de capacidad el nivel máximo de potencia que puede, donde la eficiencia como la carga de capacidad funcionan como correctores para conocer un valor más cercano a la realidad del uso de las maquinarias.

Para la primera Tipología se ocupan telares de madera que funcionan solamente con el manejo humano, para este se procede a calcular la energía del ser humano compuesta por las kilo-calorías que el ser humano consume por día que son alrededor de 2000 kcal, convertidas estas en Giga Julios da un resultado de 0,00034867 GJ/hora que multiplicadas por las horas trabajadas durante el año dependiendo de la Tipología 1 donde el tejido y acabados corresponde solamente a la fuerza humana y la Tipología 2 donde el proceso de elaboración se realiza en los telares antiguos y acabados se los realiza a mano, para la tercera Tipología la misma maquinaria se encarga de canillar las artesanías, o se realizan en máquinas de coser Recta y Overlock es decir solamente se ocupan energía eléctrica para su fabricación, lo que dan como resultado los valores de la **Tabla 17**.

Para el caso del cálculo de la capacidad eléctrica de los telares eléctricos, esto se realizó con la fórmula (Cengel & Boles, 2009):

$$PC \max = ET \text{ año} \times n \times \frac{1}{OL} \times \frac{1}{CL}$$

Donde:

PC max = power capacity o capacidad eléctrica máxima

ET año = flujo de entrada de energía que alimenta la capacidad de energía, medido en J-EC por año

n = eficiencia, la relación “potencia aplicada” / “entrada de energía”

OL= es la carga de operación, las horas de operación por año divididas por 8760 (hr año) medidas en segundos.

CL = es la carga de capacidad, la fracción de la capacidad de potencia máxima utilizada (promedio durante el año) durante la operación.

Para este caso el PC máx fue obtenido de las placas adheridas a los telares eléctricos antiguos y modernos industriales, la n o eficiencia que se utilizará será del 80%, y la carga de capacidad ocupada será del 50%, valores adecuados para el uso de la máquina que arrojarán valores cercanos a la realidad.

De esta manera se ocupa el promedio por horas de las unidades productivas y tomando en cuenta las horas en que se apagaba las máquinas debido al canillado, acabados y cambio de remesas. Para el caso de la Tipología 1 se obtiene en promedio 6.367,14 horas para el tejido y 3.923,03 horas empleadas para acabados y canillado. Para la Tipología 2 se ocupan en promedio 6930 horas para el tejido y 4.680 horas para los acabados a mano. Para la Tipología 3 se laboran en promedio 5.373 en máquinas industriales este valor es menor a los anteriores debido a que el procedimiento de cambio de remesa requiere de 6 horas máximo y 2.070 horas para acabados de cosido y rematado en máquinas de Overlock y recta.

Es así que, de acuerdo a los resultados obtenidos se encontró que, para el proceso de producción, específicamente el tejido de la mayoría de las artesanías de la Tipología 1 al ocuparse al ser humano como motor principal de los telares de madera que consume en promedio 2000 calorías (Zúñiga, 2019) al día y esto equivale a 8'368.000 J/día, que transformado y calculados en base al número de hora trabajadas, se ocupa un 2,22 de GJ por año y para los acabados otro 1,37 GJ anuales para que pueda producirse adecuadamente las artesanías.

Para el caso de la Tipología 2, esta se basa en los telares antiguos eléctricos por lo que se utilizan 5.067,56 GJ anuales tomando en cuenta los tiempos que se apaga la máquina que corresponde a la hora de la comida, para el momento de canillar, y realizar los acabados a mano para lo cual se ocupa alrededor de 1,63 GJ de energía humana para trabajar en ello. Para el caso de la Tipología 3 se ocupan alrededor de 3.608,55 GJ al año para que las maquinas industriales produzcan tomando en cuenta que se requiere alrededor de 5 a 6

horas para ingresar otra remesa de hilos para que sean tejidos, la ventaja de estas máquinas es que el proceso de canillado está dentro del proceso de producción de estos telares. Solamente se necesitan de un 880,27 GJ anuales adicionales para que se realicen los acabados de las prendas, tanto en máquina Recta el cosido como el rematado en Overlock, en esta Tipología la mano del hombre ha sido reemplazada por las máquinas, todo ello se representa en los valores de la **Tabla 17**.

Tabla 17 - Comparación del perfil de capacidad eléctrica en las tres Tipologías

| Tejido | TIPOLOGIA 1 | | TIPOLOGIA 2 | | TIPOLOGIA 3 | |
|-------------------------------|-------------|----|----------------|--------|----------------|----|
| | GJ/año | % | GJ/año | % | GJ/año | % |
| Energía eléctrica de máquinas | | | 5067,56 | 99,968 | 3608,55 | 80 |
| Energía humana | 2,22 | 62 | | | | |
| Acabados | | | | | | |
| Energía eléctrica de máquinas | | | | | 880,27 | 20 |
| Energía humana | 1,37 | 38 | 1,63 | 0,032 | | |
| Otros | 0 | | 0 | | 0 | |
| | 3,59 | | 5069,19 | | 4488,82 | |

Elaboración propia

Por consiguiente, el siguiente elemento de fondo es la actividad humana cuyo cálculo toma en cuenta el tiempo para:

- Actividades fisiológicas que tiene el ser humano, en este caso se considera el número de horas acumuladas para dormir y comer.
- Actividades no remuneradas que incluyen las horas para los quehaceres domésticos como la cocina, limpieza, ir al mercado por compras, ayudar a los hijos o hijas en sus deberes.
- Actividades de trabajo que generan ingresos, para este caso está relacionado a la producción de las artesanías y a la comercialización de las mismas
- Actividades de esparcimiento y recreación, además de las horas que involucran las relaciones sociales con la comunidad o para su beneficio.

En la presente sección se muestra el perfil de la asignación de la actividad humana como primer elemento de fondo es decir el presupuesto de la actividad humana entre varios usos para las tres Tipologías.

El patrón de uso de tiempo por cada Tipología

La caracterización del elemento de fondo de actividad humana en las tres Tipologías se obtiene mediante los cuestionarios y diálogos con los hogares analizados, a nivel de hogar, lo cual permitió diferenciar de mejor forma el perfil de asignación del tiempo humano de todos los miembros varones y mujeres de la familia.

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis del presupuesto de tiempo humano, como se visualiza en los valores de la **Tabla 18** se encontró que para cada Tipología su porcentaje de actividades fisiológicas del ser humano como comer y dormir es de un 35,76% para la Tipología 1 de artesanos que laboran en telares de madera, un 39,07% para la Tipología 2 de artesanos que laboran en telares semi tecnificados y un 35,92% para la Tipología 3 de artesanos que laboran en telares tecnificados modernos. Es posible visualizar que las unidades productivas textiles de la Tipología 3 poseen menos tiempo para descansar a diferencia del resto. Seguido de este, se encuentra el restante, denominado fracción disponible para distintas actividades reproductivas (HADP), siendo un 64,24% para la Tipología 1, un 60,93% para la Tipología 2 y 64,08% para la Tipología 3.

Estos a su vez dividido por un lado en actividades en relación a la comunidad como mingas, reuniones de la comunidad, asociaciones a las que pertenecen y su participación en reuniones de la Iglesia, cooperativa de ahorro, asamblea política, comisión cabildo, grupo de mujeres, y vecinos, además de las actividades de ocio (L&E), dando un resultado de un 7,61% de tiempo para los hogares de a Tipología 1, un 5,37% de tiempo para la Tipología 2 y un 10,03% de tiempo para la Tipología 3, dando una mayor participación en actividades recreativas y de esparcimiento en actividades de casa, ver TV y el cuidado de animales para la Tipología 3, en la Tipología 1 sobresale la participación en actividades relacionadas a la música y bordado y en la Tipología 2 resalta el tiempo en las actividades de casa. Aunque también se denota una disminución en participación activa en los aspectos relacionados a la mejora de su comunidad o barrio. Esto tiene que ver con que la convocatoria a mingas ha disminuido contándose solamente horas anuales mas no un tiempo a mes.

Por el otro lado se encuentra el tiempo de trabajo (HAWork) con las actividades económicas y domésticas como el tiempo dedicado a los cultivos, huertos familiares, cuidado de animales de granja, quehaceres del hogar; y el trabajo contenido por la producción artesanal, la comercialización de sus productos, trabajos ocasionales de alguno de sus

miembros remunerados y trabajos extras que posee la familia, obteniendo un valor de un 56,63% de tiempo para la Tipología 1, un 55,57% de tiempo para la Tipología 2 y un 54,05% de tiempo para la Tipología 3.

A estas últimas se le clasifica por el tiempo requerido para actividades de subsistencia o autoconsumo (W_{sub}) y actividades que perciben ingresos ($W_{\$}$), para el primero se obtuvo que un 15,75%, un 12,36% y un 12,68% de tiempo es ocupado por los hogares de la Tipología 1, 2 y 3 respectivamente, para la agricultura, sus huertos familiares, el cuidado de sus gallinas y cuyes y las tareas del hogar como ir al mercado, limpieza de a casa, cocinar o ayudar en la cocina y ayudar a sus hijos con las tareas, resaltan con mayor empleo de tiempo en la agricultura y huertos familiares con un 4,61% para la Tipología 1; a diferencia del resto que no invierte más del 1,43% para la Tipología 2 y 3. Por otro lado la actividad de cocinar o ayudar en la casa resalta en las tres Tipologías con un intervalo entre 3,71% a 4% de tiempo.

Para el segundo caso ($W_{\$}$) las actividades generadoras de ingresos poseen una mayor fracción de tiempo ocupándose el 40,89%, un 43,21% y un 50,73% de tiempo para la Tipología 1, 2 y 3 respectivamente, siendo un 35,71%, un 37,7% y un 34,36% de tiempo para cada una de las 3 Tipologías dedicado a la actividad artesanal y la comercialización de las mismas, además de ingresos percibidos por trabajos extras ocasionales relacionados con la labor artesanal como tejedor, cosedor de mascarillas.

El restante 5,18% de tiempo de la Tipología 1, 5,51% de tiempo de los hogares de la Tipología 2, y el 7,01% de tiempo de la Tipología 3 corresponde a trabajos que no tienen que ver con el trabajo artesanal ya sean remunerados fijos en el que trabaja algún miembro de la familia o ingresos ocasionales extras como servicio de Cyber y hospedaje de extranjeros, venta de abarrotes, venta de comida, venta de verduras y granos y en pocos casos de animales, otros trabajos que ejercen es de obrero, transcriptor, chofer, fumigador de flores, pintor. Sobresale el tiempo que dedican a la comercialización con un 6,12% de tiempo, como trabajo extra relacionado a la actividad artesanal hay un mayor tiempo para la Tipología 2 y una mayor participación de trabajos remunerados no vinculados al trabajo artesanal.

Tabla 18 - Comparación del perfil de uso de tiempo en las tres Tipologías

| | Actividades | Tipología 1: Unidades productivas textiles de artesanías en Telares de madera y a mano | | Tipología 2: Unidades productivas textiles de artesanías en máquinas semitecnificadas | | Tipología 3: Unidades productivas textiles de artesanías en máquinas tecnificadas modernas | |
|----------------------------|--|---|-------------|--|--------------|---|-------------|
| | | hr/año | % | hr/año | % | hr/año | % |
| HApo | Dormir | 9389,84 | 24 | 10038 | 25,3 | 9691,5 | 23,9 |
| | Comer | 4576,86 | 12 | 5460 | 13,7 | 4830 | 11,9 |
| | | 13966,70 | 35,7 | 15498 | 39,07 | 14521,5 | 35,9 |
| HAuw | | | | | | | |
| Cultivos para auto consumo | Agricultura | 540,96 | 1 | 343 | 0,86 | 190,11 | 0,47 |
| | Huertos familiares | 1259,08 | 3 | 224 | 0,56 | 199,60 | 0,49 |
| | | 1800,04 | 4,6 | 567 | 1,43 | 389,71 | 0,96 |
| Actividades no agrícolas | Cuidado de animales | 599,20 | 2 | 864 | 2,2 | 1064,00 | 2,6 |
| | | 2399,24 | 1,5 | 1431 | 2,18 | 1453,71 | 2,63 |
| THA | | | | | | | |
| Actividad del Hogar | Ir al mercado | 235,64 | 1 | 176 | 0,44 | 238,91 | 0,59 |
| | Limpieza de la casa | 941,33 | 2 | 1371 | 3,46 | 1165,24 | 2,88 |
| | Cocinar o ayudar en la cocina | 1654,25 | 4 | 1472,29 | 3,7 | 1605,82 | 3,97 |
| | Ayudar a sus hijos con deberes | 920,00 | 2 | 451,2 | 1,1 | 662,40 | 1,6 |
| | | 3751,22 | 9,6 | 3470,49 | 8,75 | 3672,37 | 9,08 |
| Otros | Mingas | 61,15 | 0,16 | 25,8 | 0,07 | 100,00 | 0,25 |
| | Reuniones comunidad | 33,86666667 | 0,09 | 14,33333333 | 0,04 | 34,00 | 0,08 |
| | Asociación productores | 36 | 0,09 | 44 | 0,11 | 68,00 | 0,17 |
| | Reuniones de la Iglesia | 208 | 0,53 | 14 | 0,04 | | |
| | Cooperativa de ahorro | 19,5 | 0,05 | 12 | 0,03 | 24,00 | 0,06 |
| | Asamblea política | | | 96 | 0,24 | | |
| | Comisión Cabildo y exposiciones de la Comisión | | | 144 | 0,36 | | |
| | Grupo de Mujeres | | | | | 96,00 | 0,24 |

| | | | | | | | |
|------|---------------------------------|-----------------|--------------|----------------|--------------|-----------------|--------------|
| | Grupo de Jóvenes | | | | | 48,00 | 0,12 |
| | Grupo de Vecinos | | | | | 6,00 | 0,01 |
| | | 358,517 | 0,92 | 350,13 | 0,88 | 376,00 | 0,93 |
| | | 8309 | 16,66 | 5819 | 13,24 | 5892 | 13,61 |
| HApw | | | | | | | |
| | Producción artesanal | 11270,92 | 29 | 12780 | 32,2 | 11367,00 | 28,1 |
| | Comercialización | 2388,92 | 6,1 | 1779,2 | 4,4 | 2267,59 | 5,6 |
| | Trabajo ocasional remunerado | 1612,80 | 4,1 | 1920 | 4,8 | 1920,00 | 4,7 |
| | Trabajo extra | 698,18 | 1,7 | 661,5 | 1,6 | 1173,82 | 2,9 |
| | Artesanal | 288,00 | 0,74 | 396,9 | 1,0 | 258,24 | 0,64 |
| | No Artesanal | 410,18 | 1,05 | 264,6 | 0,67 | 915,58 | 2,2 |
| | | 15970,82 | 40,89 | 17140,7 | 43,21 | 16728,40 | 41,37 |
| HAla | Deporte | 177,23 | 0,45 | 237,6 | 0,60 | 170,18 | 0,42 |
| | Descansar | 252 | 0,65 | 24 | 0,06 | | |
| | Conversar con los vecinos | 96 | 0,25 | 48 | 0,12 | 288,00 | 0,71 |
| | Actividades de casa | 144 | 0,37 | 672 | 1,69 | 504,00 | 1,25 |
| | Escuchar y tocar música | 432 | 1,1 | 336 | 0,85 | 288,00 | 0,7 |
| | Bordado | 552 | 1,4 | 96 | 0,24 | 312,00 | 0,77 |
| | Juegos de mesa | | | 192 | 0,48 | | |
| | Pasar tiempo con familia | 254,4 | 0,65 | | | 355,20 | 0,88 |
| | Leer | 384 | 0,98 | | | | |
| | Ver TV | 192 | 0,49 | | | 672,00 | 1,66 |
| | Cuidar a los animales y plantas | 64 | 0,16 | | | 672,00 | 1,66 |
| | Ir a la Iglesia | 65,60 | 0,17 | 173,14 | 0,44 | 130,71 | 0,32 |
| | Estudiar | | | | | 192,00 | 0,47 |
| | Otros | | | | | 96,00 | 0,24 |
| | | 2613,23 | 6,69 | 1778,74 | 4,48 | 3680,10 | 9,1 |
| | TOTAL | 39059,73 | 100 | 39669,1 | 100 | 40432,1 | 100 |

Elaboración propia

De esta manera al tener estas categorías, es posible realizar una articulación y comparación más útil entre las distintas Tipologías, la actividad humana POHA y HADF

tienen patrones similares. Por otro lado, para el caso de la capacidad eléctrica el valor de la Tipología 3 es mucho menor a la capacidad tecnológica de la Tipología 2, estos valores se muestran en la **Tabla 17**. Por otro lado, el W_{sub} que contienen las costumbres de estar al pendiente de agricultura, huertos familiares, cuidado de animales y tareas del hogar donde la Tipología lidera sobre el resto con un 15,75%. Asimismo, las unidades productivas textiles que cuidan a animales de granja como gallinas, cuyes simplemente los cuidan para posteriormente sean para autoconsumo.

3.1.3. Establecimiento de las estructuras organizacionales de comercialización predominantes en la zona

Para describir la estructura de comercialización se procede primero a realizar la cadena productiva de las artesanías donde participan distintos agentes económicos en la transformación y venta de las artesanías. Los principales actores que intervienen en la producción son las familias o las unidades productivas textiles que se dedican a transformar los insumos naturales y sintéticos en artesanías.



Figura 96 – Cadena Productiva de artesanías

Elaboración propia

Con la construcción de la cadena productiva en la **Figura 96**, es posible visualizar de mejor manera todos los eslabones identificables del proceso productivo de las artesanías y poder realizar un análisis y una buena articulación de los mismos.

La cadena inicia con la compra de insumos y herramientas a los proveedores, estos insumos se pasan al sector de producción donde las unidades productivas textiles se encargan elaborar los productos a base de la materia prima adquirida, que luego pasan a ser comercializados a nivel interno o externo, los datos se visualizan en la **Figura 96**.

Los proveedores: son aquellos quienes poseen los insumos, herramientas y máquinas ya sean telares manuales, telares eléctricos antiguos y telares industriales o maquinaria moderna necesarias para la fabricación de las artesanías, estos proveedores pueden ser

empresas de tamaño pequeño, mediano y grande ubicadas en Otavalo, Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi, las comunidades de Peguche, Agato, Cotacachi, Quinchuquí, otras provincias como Tungurahua, Pichincha o de la Costa para aquellos materiales usados en los atrapasueños, hasta del extranjero de países como Perú y China, algunas familias adquieren los insumos como lana de oveja, alpacaca, hilo de algodón en Perú, Chimborazo, Guaranda, Chimborazo, el resto se ajustan a los precios de los proveedores de Otavalo o de comunidades cercanos.

Los industriales textiles: son aquellos actores que se encargan de transformar la fibra en bruto de la oveja en materia prima textil como hilos, telas, en algunos casos son los mismos artesanos textiles quienes desarrollan este proceso de transformación en otros las unidades productivas textiles adquieren dichos materiales de estos industriales textiles.

Los artesanos textiles: son los fabricantes de confecciones que intervienen en la adquisición de la que mediante el uso de tecnología artesanal e procesado de la materia prima tinturan y tejen las artesanías, en este caso estaría constituido por las unidades productivas textiles.

El proceso de producción es diferente para cada tipo de artesanía, es por ello que no es posible generalizar el proceso, para el caso de algunos ponchos, tapices, chales, chalinas y hamacas, que los fabrican a base de lana de oveja, primero lavan la lana, luego se le carda o quita la materia vegetal que no logró el lavado, posterior a ello se pasa al proceso de hilado, para continuar con el tinteado o teñido en varios colores, para que el color se mantenga, algunas familias comentaban que hierven agua con el colorante en polvo y toctes, a los hilos sustraídos se les sumerge en esta agua y así su color se conserva. Las lanas teñidas se dirigen a los telares para ser tejidos en telares manuales, eléctricos antiguos o eléctricos modernos. También se comentó que los acabados para el caso de la Tipología 1 y 2 se los realiza mayormente a mano, en la Tipología 3 se realiza el cocido y rematado en máquinas de Recta y Overlock respectivamente.

El proceso de producción con lana sintética y algodón acrílico o sintético permite optimizar la transformación de las fibras naturales dejando de lado el lavado, cardado, tinteado sino las industriales textiles son las que se encargan de estos procesos y ponen a la venta el hilo listo para tejer, varias unidades productivas textiles adquieren estos materiales ya listos para tejerlos.

Los comerciantes: están integrados por los mismos artesanos textiles o para este caso por las unidades productivas textiles quienes venden sus productos al mercado local, regional y nacional, Asimismo, trabajan con un mercado externo debido a que un 33% exporta a varios países dentro o fuera del continente, el 67% restante no exporta.

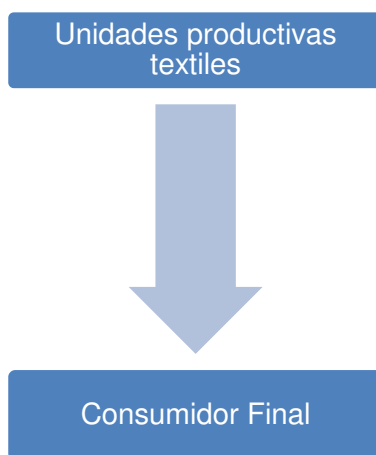


Figura 97 – Canal directo
Elaboración propia

En la **Figura 97** es posible visualizar el primer canal de distribución por el cual se vende, se denomina canal directo constituido por un productor que en este caso son los artesanos textiles es decir las unidades productivas textiles, que venden directamente a los consumidores finales, esto se debe a que la mayoría de ellos comercializan sus productos en ferias, plazas y mercados de aglomeración turística, entre los más comunes se encuentran la Plaza de Ponchos, Feria de Artesanos de Peguche y Feria de Quinchuquí, así como en locales ubicados en partes céntricas de la ciudad de Otavalo, estas también son las razones para que sus principales clientes sean turistas nacionales y extranjeros.



Figura 98 – Canal Detallista
Elaboración propia

Los resultados que se muestran en la **Figura 98**, indican que el siguiente es el canal detallista o minorista, donde el productor o unidad productiva textil vende sus artesanías a los minoristas o detallistas que para este caso serían los locales y puestos en plazas, ferias y mercados, que compran pequeñas cantidades para que haya mayor variedad en sus estantes los cuales serán comercializados directamente a los consumidores finales. Asimismo, se vende a negocios o locales situados en otros países para venderlos a los clientes del extranjero.

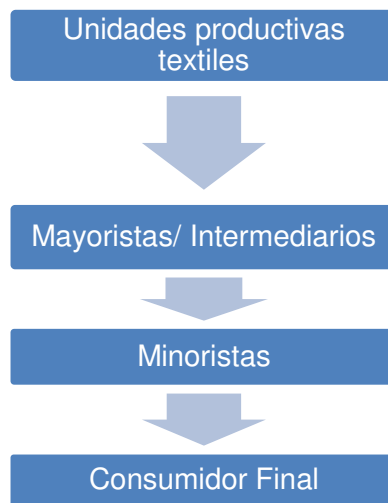


Figura 99 – Canal distribuidor
Elaboración propia

De acuerdo a la **Figura 99**, es posible visualizar el canal del distribuidor donde el productor entrega a los mayoristas nacionales y extranjeros, los cuales compran en grandes cantidades de artesanías para que ellos posteriormente lo vendan a otros locales o puestos en plazas y ferias. Ya sea que los exporten o no, si bien las unidades productivas textiles no serán los exportadores directos, venden sus productos a clientes mayoristas y minoristas que viven en el extranjero, que para el primer caso se encargan de distribuir en su país de residencia los productos a locales o venderlos a sus clientes para el segundo.

Varias familias indicaron que, a estos mayoristas y minoristas del extranjero, en Imbabura se les ha categorizado como “viajadores”, cabe recalcar que estos clientes son “mindalá” es decir personas kichwas en su mayoría pertenecientes al pueblo Otavalo y a otros pueblos y nacionalidades del país, especializadas en el comercio ha logrado que sus artesanías y a su vez su cultura recorra todo el mundo (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2011).

3.1.4. Generación de propuestas de mejora del entorno socioeconómico del sector

Gracias a la investigación realizada entre las unidades productivas textiles y articulando los cuestionarios con los comentarios que emitieron fuera de estos, se han podido identificar sus fortalezas, debilidades, los datos son presentados en la **Tabla 19**:

Tabla 19 – Fortalezas y Debilidades de las tres Tipologías

| Fortalezas | Debilidades |
|---|---|
| Artesanías con diseños autóctonos y con gran legado histórico | Existen ganancias bajas que no compensan el trabajo y dedicación invertido para el caso de la Tipología 1. |
| Proceso y técnicas de elaboración rústicas y con un valor agregado único. | Materia prima con precios elevados. |
| Artesanos con amplia experiencia desde hace varias generaciones atrás. | Experiencia mínima en temas vinculados a administración, marketing digital, estrategias de promoción y de mercadeo. |
| Mano de obra calificada | Falta de recursos económicos que les permita adquirir más maquinaria o mano de obra. |
| Mano de obra con voluntad y deseo de más del 78% en continuar en la actividad artesanal. | Escaso conocimiento en manejo de facturas o RISE que les permita acceder a financiamiento. |
| Hogares con distancias cercanas a la ciudad de Otavalo, punto de distribución de materia prima e insumos. | Carencia de alumbrado y alcantarillado en algunas calles, así como en las zonas altas de las comunidades. |
| Acceso a servicios básicos como agua, luz eléctrica, telefonía fija y móvil e internet en los hogares. | Delincuencia debido a algunas desoladas calles sin alumbrado. |
| Menos de la mitad de las unidades productivas continúan practicando actividades relacionadas a la agricultura, huertos familiares y cuidados familiares | Pérdida de las prácticas de huertos familiares y cuidado de animales. |
| Padres y madres de familia con un nivel básico de educación, saben leer y escribir. | Padres y madres de familia con un nivel mínimo de educación. |
| Miembros del hogar con voluntad de colaborar en las actividades artesanales. | Pérdida del idioma, cabello largo y participación en distintas tradiciones por parte de los jóvenes |

| | |
|---|--|
| Más del 69% de PET, es decir miembros con edades entre 16 años a 65 años. | No se promociona en ningún medio digital, en un 38% para la Tipología 1, un 6% para la Tipología 2 y un 19% para la Tipología 3. |
| Más del 70% de unidades productivas textiles pertenecen a una asociación productiva. | Poseen redes sociales en sus celulares, pero no todos lo ocupan para vender sus productos. |
| Asociaciones con intención de fortalecerse en mas beneficios para sus asociados. | Desconocimiento de como fortalecerse como asociaciones |
| Existencia de reuniones de la comunidad o mingas, donde aún existe participación de los habitantes. | Menos del 50% de participación en mingas y asambleas de la comunidad. |
| Comunidades organizadas en la obligación a mingas, reuniones de la comunidad, seguridad, justicia indígena y en la colaboración para actividades culturales, debido a la pandemia en temas de fumigación, limpieza. | Las mingas y reuniones de la comunidad ya no son constantes como lo eran antes. |
| Más del 86% de unidades productivas textiles son negocios familiares. | Menos del 25% poseen trabajadores, varias familias debido a la pandemia se vieron obligadas a despedirlos. |
| La mayoría de artesanos adquieren sus insumos en la ciudad Otavalo. | Se ha dejado la producción en telares de madera debido a la complejidad y tiempo que requiere. |
| Existe una gran variedad de artesanías que se realizan a mano y en telares de madera | Más de 50% prefiere comercializar lo que producen mas no añadir mas variedad a sus estantes |
| Varias unidades productivas están abiertos a cualquier oferta de venta | Algunas familias no tienen la capacidad de trabajo para producir en grandes cantidades debido a la complejidad de las prendas. |
| Combinación de clientes en la Tipología 3 de mayoristas, minoristas y consumidores. | Combinación de clientes más común en la primera y segunda Tipología es Minoristas y consumidores. |
| El 24% de unidades en la Tipología 1, un 38% en la Tipología 2 y un 41% en la Tipología 3, exportan al extranjero. | Mas de la mitad de las unidades exporta al extranjero, entregan la mayoría a intermediarios o minoristas del extranjero. |
| Artesanías con las especificaciones necesarias para exportar. | Solamente 5 familias de las tres Tipologías venden sus productos cultivados, como parte de un ingreso extra. |
| Todos sus productos aplican descuentos | |

| | |
|---|--|
| Se han acogido a aceptar toda forma de pago, inclusive créditos de 15 a 60 días para casos específicos. | |
| Entre el 60% y 40% realizan un servicio pos venta, se preocupan por el servicio brindado. | |

Elaboración propia

De igual manera se determinaron las oportunidades y amenazas existentes entre las tres Tipologías, las cuales se muestran a continuación en la **Tabla 20**:

Tabla 20 – Oportunidades y Amenazas de las tres Tipologías

| Oportunidades | Amenazas |
|--|---|
| Distintas alternativas de descuentos en materia prima e insumos fuera de la ciudad de Otavalo. | Mayor entrada de artesanías provenientes de otros países como Perú, Bolivia, Guatemala, China con precios más bajos a los ecuatorianos. |
| Existencia de proyectos y programas de desarrollo económico dirigidos por el Ministerio de Producción y la Cámara del Comercio de Quito. | Despreocupación de entes como el Municipio de Otavalo y GAD de la parroquia en productores artesanales. |
| Acceso a créditos y financiamiento para microemprendimientos y pequeños productores que desean expandirse. | Escasa comunicación sobre los beneficios y ventajas de acceder a programas y proyectos de desarrollo económicos. |
| Organismos de cooperación internacional con intención de demostrar su apoyo en distintos planes y programas económicos. | |
| Reconocimiento a nivel nacional e internacional de la capacidad creativa y productos únicos de manos artesanas otavaleñas | |

Elaboración propia

Como se vio reflejado en los capítulos anteriores y fue sintetizado en las **Tabla 19** y **Tabla 20**, existen algunas asociaciones que se generaron debido a la pandemia, pero solamente con el objetivo de ofertar sus productos en una calle reconocida, el problema recae en que los artesanos tengan poco interés en llevar a cabo vínculos de cooperación más sólidos a largo plazo.

Luego de haber analizado las respuestas de los cuestionarios, varios de los artesanos han notado una despreocupación inmersa en el sector textil otavaleño por parte de entidades

públicas como el Municipio de Otavalo, o el mismo Gobierno Autónomo Descentralizado de su parroquia, no existen o ellos no conocen de políticas públicas que favorezcan el trabajo del artesano, y peor el conocimiento del poder que posee la asociatividad como una estrategia factible que los vuelva competitivos a nivel internacional.

La asociatividad es una herramienta de cooperación entre PYMES pequeñas y medianas empresas, que para este caso estaría integrado también por microemprendimientos, donde cada una posee independencia y autonomía administrativa y deciden por su voluntad participar en el cumplimiento de un propósito común con el resto de asociados, siendo una manera de acceder a nuevos mercados, mejorar posicionamiento en el mercado mediante estrategias colectivas y alianzas estratégicas que les brinde mayor ventaja competitiva y adquirir mejores resultados de modo individual (Vera Soriano & Laínez Suárez, 2016).

Esta forma de asociarse debería estar apegado también en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria señalada en el Marco Teórico, en esta ley se menciona que las entidades de carácter asociativo representan un conjunto de conglomerados integrados por entes con personería natural en conjunto con las actividades económicas y productivas similares que cumpla con las metas planteadas para el beneficio colectivo e individual en general (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012).

La asociación que se considera adecuada para el desarrollo de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas es aquella que abarca la labor conjunta de las unidades productivas textiles, desde una perspectiva horizontal debido a que las unidades confeccionan artesanías similares y laboran en la misma rama de negocio.

Desde este punto de vista, la primera propuesta está enfocada en fortalecer las asociaciones existentes en la zona, cuyo desarrollo es muy incipiente, de esta manera les apoyará en la potenciación de su capacidad productiva y puedan competir a nivel de las artesanías de otros países como Perú, Bolivia o China en distintos mercados nacionales y extranjeros, cumpliendo con estándares de alta calidad necesarios para su venta.

A su vez estas asociaciones buscan la integración de entidades públicas como el mismo GAD de la parroquia, el GAD de Otavalo, el Ministerio de Producción y la Cámara de Comercio, entes nacionales que colaboren en potencializar el valor del sector textil de la parroquia y que así les brinde la posibilidad de llegar a más y nuevos mercados.

Llevando a cabo diálogos con las autoridades en cuestión de las entidades públicas nombradas, que no solamente busquen apoyar sino integrarse enteramente en la reactivación de la parroquia, golpeada fuertemente por la pandemia.

El plan consta de dos partes: la primera es realizar convocatorias para unir más unidades productivas textiles a las asociaciones existentes y organizar adecuadamente la asociación. Para esto se deberá elegir representantes para:

- Comisión Directiva: encargados de realizar presupuestos, establecimiento y redacción de los reglamentos y estatutos internos.
- Comisión Fiscal: encargada de velar el cumplimiento de las propuestas y vigilar las sanciones a quienes quebranten las normas definidas en los estatutos.
- Comisión Productiva: quien se dedicará a la gestión en la compra de materia prima de calidad, establecimiento de guías para una adecuada cadena productiva y comercialización de las artesanías a nivel nacional e internacional. Además de la generación de alianzas estratégicas con minoristas y mayoristas nacionales y extranjeros (Tontaquimba, 2018).

El segundo punto se refiere a la capacitación de las unidades productivas textiles en varios aspectos tales como:

- Contabilidad básica que les permitirá llevar un orden cronológico de sus operaciones, punto de equilibrio, manejo de facturas o RISE y establecer ahorros y límites en gastos;
- Ventas, proporcionarles tips y guías relacionadas al servicio que deberían prestar a sus clientes, servicio pos venta, información necesaria para fijar sus precios adecuadamente y más estrategias de venta;
- Administración, manejo adecuado de las ganancias, liderazgo, buena toma de decisiones
- Marketing Digital, creación de una marca, logo, conocimientos básicos en uso de redes sociales y promoción de sus productos en los mismos.
- Procesos de producción, con expertos en el tema que brinden los conocimientos necesarios para fortalecer la calidad de las artesanías y sus acabados mediante un buen manejo de los telares y los recursos a su favor.

De esta manera ayudará que las unidades productivas textiles puedan acceder a financiamiento, mejorar su rentabilidad, introducirse en mercados alternos y una mejor valoración de sus productos. Incluso con ello es posible generar diálogos con el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y enfocar los esfuerzos en conseguir una denominación de origen para sus productos, “signo distintivo, de gran importancia porque identifican un país, una región o un lugar determinado donde confluyen los factores

naturales y humanos en los procesos de producción, elaboración y / o extracción de un determinado producto” (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020). Donde su calidad, reputación, años de legado histórico de la comunidad a la que pertenecen y transmisión de conocimientos de generación en generación finalmente sean reconocidos.

La segunda propuesta que se plantea es la búsqueda de programas, planes o proyectos comandados por organismos de cooperación internacional, tales como:

Pacto Global Ecuador: esta entidad proporciona contenidos, herramientas, recursos, metodologías y guías relacionadas a los 10 principios y las ODS, además de talleres y periódicos, con el fin de que las organizaciones posean la capacidad de autoevaluar, recolectar información, mejora de iniciativas. El programa al cual es posible adherirse es el denominado Buenas Prácticas Empresariales donde de forma voluntaria las unidades productivas como asociación se comprometerían a introducir cambios en las operaciones que se encaminen en los 10 principios y 17 ODS que den un valor compartido dentro de la organización, sociedad y medio ambiente. (Pacto Global Red Ecuador, 2020)

Fondo Ítalo Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible: mantiene convocatorias que invitan a organización públicas y privadas en la participación de sus propuestas de desarrollo que necesiten financiamiento no reembolsable, donde dichas propuestas estén encaminados a la disminución de la pobreza mediante el “fortalecimiento e innovación del aparato productivo y dotación de las condiciones básicas para una vida digna de la población ecuatoriana” (Fondo Ítalo Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible, 2019). Con ello las provincias elegibles señaladas favorecen a Imbabura.

Agence Française de Développement: es un organización que financia, acompaña en el proceso hacia un mundo más justo y con sostenibilidad, con la creación de proyectos enfocados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, donde la asociación fortalecida puede participar en las convocatorias de Iniciativas “Social e Inclusive Business (SIB)” al cual es posible recibir financiamiento para proyectos de promoción y desarrollo del emprendimiento social e inclusivo. (Agence Française de Développement, 2020)

Los ejemplos presentados son pocos a comparación de los disponibles, porque son varios los organismos internacionales que desean contribuir esfuerzos en proyectos de desarrollo en los cuales como asociación es posible acceder, debido a que el trabajo artesanal realizado por las unidades productivas textiles se apega a los requisitos que solicitan y cuyos cambios pueden ser implementados en cada una de las unidades, con el objetivo de fortalecerse de manera sostenible y sustentable a lo largo del tiempo.

La última propuesta que se incluye, es potenciar la práctica de huertos familiares entre las unidades productivas, debido a que este proporciona la posibilidad de mejorar los ingresos familiares y la seguridad alimentaria de las familias, además de que también posee una serie de beneficios relacionados a la satisfacción de las necesidades económicas, sociales, ecológicas, como mecanismo para mejorar la productividad y sostenibilidad de cada hogar en cuestión. (Borbor Ponce, Mercado , Soplín Villacorta, & Blas Sevillano, 2016)

Es posible verificar que los gastos por parte de las unidades productivas textiles de la Tipología 1, que son quienes más del 50% dedican tiempo a sus huertos familiares, poseen un menor valor en gastos de alimentación a diferencia del resto de Tipologías, además de que esto significa un ahorro económico en transporte al no ir al mercado y adquirir solamente lo necesario en las tiendas cercanas, finalmente y no menos importante esta práctica asegura la soberanía alimentaria familiar.

3.2. Discusión

La presente investigación se presta para visibilizar las distintas realidades de las familias de la parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas específicamente de los hogares dedicados a la actividad artesanal, que no ha surgido recientemente, sino que lleva tras suyo un legado histórico y memoria de varias generaciones. Estos conocimientos han llevado a que la población otavaleña sea reconocida a nivel mundial y sea denominada como los primeros mindalaes, quienes, debido a las distintas crisis económicas del país y la falta de oportunidades, se vieron obligados a migrar a otros países con su música y artesanía para comercializarlos en otros lugares, pero adquirieron más reconocimiento por la riqueza cultural que han llevado alrededor del mundo.

La investigación se desarrolló haciendo uso de la metodología MuSIASEM complementada con el marco de análisis de Medios de Vida Rurales, lo que ha desembocado que existan varias diferencias entre los mismos productores artesanales, debido principalmente a la maquinaria que ocupan para tejer sus artesanías, por un lado un 44% se encuentran aquellas unidades productivas textiles que tejen en telares de madera, un 19% tejen en telares eléctricos antiguos semi manuales y el restante 38% está conformado por aquellos que se dedican a laborar en telares industriales o modernos. Esta clasificación ha arrojado datos relevantes y que realmente los diferencia unos de otros, dando a conocer que la práctica de tejer en telares de madera ha disminuido significativamente por el tiempo, la complejidad y la ausencia de beneficios económicos en una práctica que ha trascendido varias generaciones pero que aún su verdadero valor no ha sido reconocido por el estado, pese a ello aún existen varias familias que conservan este conocimiento presente en sus hogares, la voluntad y el entusiasmo para continuar con esta práctica.

La pandemia ha sido uno de los principales factores para que estas unidades productivas hayan sido perjudicadas, porque con el cierre de plazas, ferias en todo el país obstaculizaron la única manera de percibir ingresos y el hecho de que menos del 50% posea internet, pero no sepa cómo promocionar sus productos conllevó a que hayan decidido suspender todas sus actividades y con esto además se hayan quedado vulnerables en el aspecto económico.

Es por ello que esta investigación no solamente presenta un diagnóstico profundo de su realidad sino también devela un “para qué” y un “qué constituye”, tanto para las familias artesanas como para el Estado ecuatoriano. La actividad artesanal no encierra solo a las

artesanías y su legado a través de los años, este abarca varios aspectos y eslabones intrínsecos, por ejemplo se encuentra el hecho de que existen familias que aún se dedican a actividades relacionadas a la agricultura, a un huerto familiar donde interceden todos los miembros de hogar en su cuidado, y tras ello se encuentran tradiciones que fortalecen la identidad cultural, la revitalización del idioma, la vestimenta y formas de pensar y actuar que implican un respeto muy grande y gratitud hacia la madre tierra como principal fuente de vida demostrándolo con varios rituales sagrados en todas las épocas de sembrío y cosecha.

El pilar al cual se fundamentan las familias de las distintas comunidades de la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas, con el hecho de que cultivan sus propios granos, verduras, hortalizas, frutas sin ningún componente químico nocivo para la salud ocasiona que el fin más común de autoconsumo sea realmente contribuyente a la seguridad alimentaria de los hogares y persistencia de las prácticas tradicionales y culturales de la zona y del pueblo en particular. Es por ello que el ejercicio de este derecho se relaciona al Art 11 de la misma Constitución del Ecuador “los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento” (2008). Este hecho contribuye a una soberanía alimentaria que va acorde al Art. 13 de la Constitución del Ecuador donde el Estado ecuatoriano asume la responsabilidad de promover la soberanía alimentaria en el cual las personas y grupos de personas poseen el derecho a alimentarse de manera sana y nutritiva con productos provenientes de sus localidades, y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

A más del hecho de que aún siguen persistentes las prácticas de mingas, reuniones de la comunidad, actividades productivas, sociales cuya finalidad es la búsqueda y desarrollo de propuestas en beneficio de los habitantes de la comunidad así como su infraestructura y cumplimiento de objetivos sociales, ambientales y culturales que se vinculan plenamente a la Ley de Economía Popular y Solidaria y un verdadero Sumak Kawsay o Buen Vivir, esto se vio reflejado en la organización de sus directivas para la limpieza y fumigación de calles además de la formación de guardianías por la noche por el aumento de la delincuencia dada durante la pandemia, la principal acción que resaltó esta unión entre varios vecinos fue la generación de asociaciones productivas y ferias a lo largo de las calles más turísticas de Peguche y en Quinchuquí.

La formación de nuevas asociaciones productivas prima el cumplimiento de acciones de bienestar colectivo donde cada uno de los asociados pueden fortalecerse en varios aspectos individualmente y así trabajar en conjunto para la consecución de metas colectivas, con la colaboración del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y la Cámara de Comercio, para que las familias puedan acceder a financiamiento, capacitarse en temas de negocios y marketing digital que los ayude a posicionarse en el mercado, esto desembocaría en que estos pequeños emprendimientos surjan y crezcan adecuadamente, puedan obtener el valor que siempre han merecido lo que desencadena en más empleo para los habitantes y la disminución de migración rural por falta de oportunidades.

De igual forma, la investigación también se acopla a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas como prioridades, donde las unidades productivas analizadas se ajustan a varios de ellos, por ejemplo al ODS 2, 3, 8 y 12 relevante a la seguridad alimentaria que se ha planteado como práctica común entre los hogares de la parroquia, la mitad de las familias tenían en su poder huertos familiares y terrenos dedicados a la agricultura, donde no se hace uso de componentes químicos perjudiciales para la salud de sus consumidores, en su mayoría destinados al autoconsumo. Las comunidades aun consideran relevante el respeto hacia la naturaleza, siguen en pie las mingas, las reuniones de la comunidad, se continúa velando por el cuidado de la tierra, es por ello que la tierra todavía es fértil en la parroquia, la tierra sigue siendo recíproca con sus habitantes, aun los asentamientos son inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles, los alimentos son compartidos con sus cohabitantes mediante el trueque, esta práctica fue visible en la pandemia. Esto ha logrado que varias familias visualicen a sus cultivos como una fuente alternativa de ingresos, pero sobre todo como una fuente de vida, porque los elementos de la naturaleza siguen vivos y la gratitud por los alimentos percibidos a lo largo del año, aún está presente, esto se demuestra en las distintas épocas de año a través de distintas celebraciones y rituales sagrados.

La iniciativa de formar ferias productivas en las mismas comunidades debido a la falta de recursos económicos en los hogares, demuestra la preocupación por el crecimiento económico sostenible e inclusivo de trabajo decente planteado en el ODS 8, si bien se generaron debido a la pandemia antes de esta, algunos barrios ya habían formado otras asociaciones productivas con el mismo objetivo. Asimismo, varias comunidades se encuentran al pendiente de aquellas zonas protegidas debido a su legado histórico como son el lugar turístico llamado Wantuk Rumi y la Cascada de Peguche, los habitantes han

sido pilar fundamental en su cuidado, velando por su conservación y luchando para que no se vulneren estos sitios, con ello se cumplen también el ODS 12 y 14.

Esta investigación sirve como base para una planificación técnica y ordenada donde las personas de forma individual y colectiva son los principales protagonistas y pueden desempeñar responsabilidades acordes a la interculturalidad, respeto de la diversidad y la convivencia en armonía con la madre naturaleza, esta iniciativa sería un nexo directo con la misma Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) y la ejecución de la Guía de Formulación de Políticas Públicas Sectoriales.

De acuerdo a las declaraciones concedidas por el Ministerio de Educación (Quishpe, 2020), en la inauguración del año lectivo determinaron que alrededor de 103.411 estudiantes no volvieron al sistema educativo en este período debido a la falta de recursos económicos de los padres para enviarlos a las escuelas y la falta de acceso a internet en sus hogares, asimismo varios estudiantes universitarios han decidido dejar por el momento sus estudios y trabajar para apoyar en los gastos del hogar, esto se pudo verificar en las respuestas de varios cuestionarios, lo que da como un resultado una desigualdad en educación mucho más grande, específicamente en las comunidades indígenas.

Es por ello que, esta investigación no solamente significa un estudio más que pueda ser encerrado en un repositorio, sino que con ella se pueden desarrollar planes alternativos de productividad y seguridad alimentaria, y replicarlo en varias zonas del país, el sentido de pertenencia y el orgullo por su identidad aún sigue presente en las comunidades y en su trabajo, hace falta fortalecerlos con nuevas herramientas digitales, así el desarrollo favorezca a todos y no queden estancados, el crecimiento de los negocios no solamente sea en las zonas urbanas sino también en las zonas rurales, es urgente trabajar más en el sector productivo de las comunidades, es necesario poner esfuerzos y prestar atención al motor de subsistencia de los hogares y darles el fortalecimiento necesario, para que de esta manera tengan la posibilidad y los recursos necesarios de enviar a sus hijos o hijas a las escuelas, colegios y universidades dentro y/o fuera de la comunidad, para que tengan acceso a internet en sus mismos hogares, pero más que todo tengan acceso a una mejor calidad de vida.

4. CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

El trabajo ha permitido identificar las principales fortalezas y vulnerabilidades de cada una de las tres tipologías analizadas como objeto de estudio, donde se pudo visualizar sus formas de subsistir y vivir como unidades productivas en un entorno complejo. Es por ello que, esta investigación puede ser un eslabón para la construcción y consecución de planes, proyectos y de políticas públicas que se enfoque en una sociedad más equitativa y consciente con su entorno, vinculadas a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) donde las comunidades de esta parroquia y de otras parroquias circundantes puedan gozar efectivamente de sus derechos individuales y colectivos en distintos ámbitos.

Se pudo determinar que, desde varios años atrás los kichwas otavaleños han ganado reconocimiento por sus tejidos y diseños únicos de artesanías, con el presente estudio se pudo corroborar que los hogares aún se dedican a esta actividad y que sigue siendo la fuente de ingresos predominante, con la diferencia de que varios han cambiado las artesanías por otros tipos de productos, a más de que se ha abandonado la práctica de procesar fibras naturales por la compra de fibras sintéticas. De hecho, la principal actividad económica que genera ingresos a los hogares de la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas con un 100% de participación de acuerdo a los resultados obtenidos es la actividad artesanal en conjunto con la comercialización de las artesanías. El resto de actividades presentadas como la agricultura, servicio de hospedaje, alimentación, construcción, comercio de abarrotes o mini tiendas constituido por la venta de granos, alimentos y otros implementos indispensables del hogar, son ingresos complementarios y forman parte de las estrategias de vida de los hogares.

Asimismo, se encontró que, aunque los productores están abiertos a cualquier pedido para satisfacer a los clientes, las estructuras organizacionales de comercialización más predominantes en la parroquia son los canales de consumidores finales y canales detallistas o minoristas, para el caso de las unidades productivas textiles de la Tipología 1 y la Tipología 2. Esto es debido a que quienes más adquieren sus productos son turistas nacionales y extranjeros y para el segundo caso se envía principalmente a los locales de

centro de la ciudad de Otavalo, puestos en ferias, mercados o plazas como la Plaza de Ponchos, que luego se dirigen a sus consumidores finales. Otra de las razones es debido a que las artesanías de estas tipologías requieren un mayor tiempo de fabricación por lo cual es más difícil producir en grandes cantidades.

Por otro lado, para las unidades productivas textiles de la Tipología 3 sus principales clientes incluyen al canal mayorista donde ellos entregan en primer lugar a los mayoristas e intermediarios nacionales y extranjeros, los cuales luego se encargan de distribuirlo a más locales y estos posteriormente lo venden a los consumidores.

De igual forma se encontró que las unidades productivas textiles de la Tipología 1, Tipología 2 y de la Tipología 3 exportan sus productos a varios países dentro y fuera continente, esto significa que varias unidades productivas textiles han logrado fortalecer su negocio, posicionar su marca y poseer las especificaciones necesarias para vender en segmentos de mercado del extranjero, esto fue comprobado con la Tipología 3 que dobla al porcentaje de la Tipología 1 y no rebasa por mucho a la Tipología 2, estos indicaron trabajar con agencias de exportación ubicadas en Otavalo y ya tener una base clientes del extranjero, además que ello ha llevado a que estos hogares tengan mejores condiciones de vida y que su producción supere las 60 unidades diarias. El restante de familias no exporta directamente, vende sus productos a intermediarios y minoristas que residen en el extranjero y que en su mayoría pertenecen a distintos pueblos y nacionalidades del país.

Se pudo observar que para la Tipología 1 y la Tipología 2 las artesanías recogen varios diseños autóctonos y con gran legado histórico, llevadas a cabo con la aplicación de técnicas rústicas y únicas, con maquinaria aun antigua (prevalece por muchas generaciones) y mano de obra con la voluntad y ánimos de continuar en la labor artesanal de más del 78%, sin embargo este valor agregado que reciben sus prendas no se ve reflejado en las prendas, aun los ingresos no compensan los egresos y su verdadero valor sigue siendo invisible ante el estado.

Para el caso de la Tipología 3 los productos ocupan mayormente energía eléctrica integrada por máquinas industriales y máquinas Recta y Overlock, su valor artesanal solamente se ve reflejada en el diseño de las prendas mas no en el proceso de producción, a diferencia de la Tipología 1 donde se requiere de solamente el esfuerzo del ser humano y que por su complejidad requieren de mucho tiempo de fabricación y la Tipología 2 que ocupa tanto energía eléctrica como energía humana para los acabados también influye el tiempo pero ya es menor a la inversión de tiempo de la Tipología 1.

También se ha podido visualizar que la mayoría de artesanías autóctonas de la zona corresponden a la Tipología 1 y 2, mientras que para la Tipología 3 se presentan prendas que se elaboran en máquinas recta y Overlock para fabricar pijamas, mascarillas, sacos, camisetas, almohadas, blusas bordadas, delantales, gorros, mamelucos, mientras que en telares industriales se tejen los ponchos artesanales, bolsos, chales, vestidos y sacos de lana que posteriormente sus acabados son elaborados en máquina recta u Overlock.

Se pudo notar además que, los ingresos percibidos por ventas promedio alcanza un mayor valor en el caso de la Tipología 2 pese a que es la tipología con menor número de familias supera los \$100.000 anuales, a diferencia de la Tipología 1 y 3 que no superan los \$60.000, estas diferencias se dan debido a que las artesanías que sobresalen en esta tipología producen más de 30 unidades por día, mientras que capacidad de producción de las artesanías del resto de tipologías es inferior a 20 unidades y el precio al que se vende es menor a los establecidos en la Tipología 2.

Por otro lado, el estudio permitió visualizar que entre los hogares de las tres tipologías estudiadas sí cuentan con los servicios básicos necesarios como agua entubada administrada por la Junta de agua de Camuendo en donde se integran alrededor de 8 comunidades incluidos Agato, Quinchuquí, Peguche por su parte posee agua potable, asimismo poseen luz eléctrica, telefonía móvil y fija, acceso a internet. No obstante, varias calles continúan siendo de terreno natural, no poseen alumbrado público, aspecto que lo vuelve vulnerable para asaltos y robos, asimismo se ha notado la escasez de alcantarillado entre las zonas altas de las comunidades.

De igual manera, se pudo recabar que los hogares residen a distancias cercanas de no más de 15 minutos en auto, a la ciudad de Otavalo, punto de adquisición principal de materia prima e insumos, además de mercados de alimentos, lo que implica un ahorro en gastos de desplazamiento y optimización del tiempo para que este sea invertido en actividades productivas.

De igual modo, se encontró que en las tres Tipologías los miembros de la familia participan activamente en la elaboración de artesanías porque la mayoría son negocios familiares, al ser de ámbito familiar sus miembros colaboran desde una corta edad tomando en cuenta que más del 69% de los miembros en el hogar se encuentran en una edad para trabajar entre 15 a 65 años. Por otro lado, en algún momento han necesitado de más personal que no pertenezca al núcleo familiar, de hecho, la Tipología 3 es la que más trabajadores ha

adquirido siendo de 2 a 3 trabajadores entre ocasionales y de horario fijo, pero debido a la pandemia estas se vieron obligadas a despedirlos o a no prescindir de sus servicios.

Las directivas de las comunidades y de los barrios para el caso de Peguche aún están vigentes y son los encargados de organizar y llamar a mingas, reuniones de la comunidad los cuales son de obligatoria asistencia, aunque los llamados se han ido perdiendo poco a poco, en lo general se hacen por lo menos una vez al mes, dependiendo de la comunidad a la que pertenezcan y cómo ellos se organicen, en dichas reuniones se tratan temas concernientes al bienestar de sus habitantes, seguridad, justicia indígena, colaboración para actividades culturales, así como de propuestas para la mejora de la comunidad, donde la participación de las unidades productivas de la Tipología 1 lidera la lista, el resto de tipología ha abandonado su participación en estas actividades.

Estas actividades productivas y sociales que han surgido en los mismos habitantes de la parroquia se vinculan a la Ley de Economía Popular y Solidaria, la cual tiene como objetivo fomentar su aplicación en las comunidades, pueblos y nacionalidades y unidades productivas para un verdadero Sumak Kawsay, como se pudo visualizar en la investigación las actividades productivas de la parroquia en cuestión están ligadas a la identidad cultural, a la equidad de género pero sobre todo a una responsabilidad social y ambiental con su comunidad y su entorno.

Asimismo, se determinó que menos de la mitad de los hogares de las tres tipologías analizadas continúan con la práctica de actividades relacionadas a la agricultura, huertos familiares y cuidado de animales de granja como las gallinas y cuyes, generalmente es para su autoconsumo, siendo los hogares de la Tipología 1 quienes invierten su tiempo en estas actividades, además de que visitan diariamente el huerto, están al pendiente y aun poseen la voluntad de cuidar sus cultivos y animales, con esto su seguridad alimentaria se ve garantizada y representa un menor gasto en alimentación para el hogar. Por lo que el estado está en la obligación de involucrarse no solamente en los sectores sociales donde se presentan problemas de nutrición o hambre, sino fortalecer aquellos sectores que mantienen esta práctica intrínseca como parte de su identidad y replicarlo en más zonas del país.

También se encontró que varios de los hogares pese a que tienen acceso a internet y a un teléfono celular no conocen la manera de ocuparlo para promocionar sus productos o

simplemente desconocen completamente, la Tipología 1 es la que promociona en menor proporción a través de internet, por otro lado la Tipología 2 si promociona por redes sociales y hasta página web, por consiguiente la Tipología 3 ya conoce las ventajas de vender por internet y para ello utiliza varias plataformas como redes sociales, página web y mercado libre, es por ello que han logrado llegar a más segmentos de mercado del extranjero.

De igual forma más del 70% de unidades productivas textiles forman parte de asociaciones productivas tales como la Asociación de productores artesanales de Peguche, Quinchuquí, Plaza de Ponchos, donde el principal beneficio es la apertura de comercialización en ferias gran atracción turística, y la contribución económica mensual no es muy alto.

De igual manera se determinó que varios jóvenes de las comunidades han perdido o se ha notado la falta de preocupación en varios elementos parte de la identidad del pueblo kichwa Otavalo como es el cabello largo en los hombres, la continuidad de la lengua materna kichwa y la participación de los mismos en distintas tradiciones culturales y rituales sagrados de la comunidad.

Asimismo, mantienen una estrecha relación con sus clientes y están preocupados por brindar el mejor servicio a sus clientes, entre el 60% y 40% de unidades productivas indicaron que realizan un servicio posventa con sus clientes para conocer si el pedido llegue de acuerdo a las especificaciones e indicaciones acordadas o si tiene algún comentario con respecto a la atención brindada.

Los hogares igualmente están abiertos y no tienen ningún inconveniente en aceptar a cualquier forma de pago ya sea efectivo, deposito, transferencia, incluso si el cliente ha tenido mucho tiempo de trabajar con el productor se les concede la posibilidad de llevarse la mercadería a crédito de 15 hasta 60 días, todo depende de la cantidad y el monto que se le haya proporcionado.

4.2. Recomendaciones

Es necesario trabajar en conjunto con las unidades productivas textiles analizadas que comprometidas con su crecimiento, decidan considerar la alternativa de asociarse, de esta manera generar nuevas propuestas con el propósito de generar mejores resultados colectivamente, es por ello que resulta conveniente socializar el presente proyecto de investigación con los artesanos intervenidos de forma personal con cada familia y/o en reuniones con todos los artesanos que así lo deseen, mostrar los resultados obtenidos y si es posible tomar en cuenta las propuestas de mejora planteadas con respaldo de argumentos, de gran utilidad y enmarcada a sus necesidades y requerimientos, de esta manera les dará una visión más clara de cómo se encuentra su situación que afirmativamente coincide con la realidad de muchos otros y trabajar en ello.

De igual forma se podría trabajar con las asociaciones formadas, que, aunque ya están organizados con otros integrantes el objetivo en común está más estructurado y se necesite solamente de hablar con ellos y analizar, discutir el proyecto de investigación para que así puedan tomar como base y guía de aplicación de propuestas o si es posible adoptar y mejorar si así lo acuerdan, las propuestas brindadas en el capítulo de Resultados o generar nuevas propuestas que fortalezcan verdaderamente a las asociaciones.

Asimismo sería bastante recomendable crear alianzas estratégicas con instituciones públicas relacionadas al factor productivo, como por ejemplo el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y la Cámara de Comercio que con sus servidores capacitados puedan impartir capacitaciones a las unidades productivas en distintos tópicos, vinculados a la forma de administrar su negocio, creación de una marca y el nombre del emprendimiento, llevar una adecuada contabilidad, uso de facturas o generación de RISE, financiamiento y los requisitos necesarios para acceder a ellos, temas alusivos al manejo de herramientas de marketing digital básico, estrategias de promoción y ventas, exportación de sus productos y los países a los cuales se podría ingresar, entre otros temas necesarios para sus emprendimientos.

De igual modo, se debería acudir a las oportunidades que ofrecen los organismos internacionales de cooperación en el área productiva, ejerciendo un diálogo de comercio justo, generación de empleo en zonas rurales, pero sobre todo la preservación de las tradiciones culturales parte de la identidad de un pueblo kichwa.

Las artesanías otavaleñas traen consigo un amplio conocimiento ancestral, técnicas de elaboración únicas que convierten a sus diseños en productos exclusivos y especiales, existe una gran capacidad y mano de obra calificada en los artesanos ecuatorianos que pueden competir a nivel mundial, la misma Plaza de Ponchos ha sido reconocida como uno de los mercados artesanales más grandes, es necesario colgarse de este reconocimiento y trabajar con los hogares dedicados a esta labor, es por ello que es imprescindible y relevante lograr que todas las familias artesanas de la parroquia perciban un certificado de artesano y una denominación de origen, de esta forma tendrán más oportunidades de adentrarse, posicionarse en el mercado y principalmente puedan estar al nivel de la competencia de países como Perú, Bolivia, Guatemala.

Asimismo, se podrían generar nexos con las mismas Universidades del país, logrando que los estudiantes participen de forma activa en las comunidades principalmente en el lado productivo, donde estudiantes de carreras administrativas y empresariales colaboren con sus conocimientos en el crecimiento de estos emprendedores. Es necesario involucrar en las distintas realidades, de esta manera saldrían beneficiados tanto los estudiantes universitarios como los artesanos, el primero porque adquiriría experiencia y conocimientos en su misma área, incentivo para que en el futuro sepa cómo manejar su propia empresa y por el lado del emprendedor se vería favorecido por las estrategias de negocios aplicadas.

Todas las propuestas entregadas tienen un propósito, funcionan como un sistema, que si una es aplicada podrá ser opción para aplicar la siguiente y la siguiente, debido a que si se capacita a las familias artesanas analizadas en temas de negocios, estas fortalecidas podrán adquirir un certificado de artesano y una denominación de origen en sus productos, ya organizadas y con el buen manejo de facturas o RISE podrán acceder a créditos o solicitar apoyo en financiamiento con organismos de cooperación internacional para que puedan adquirir más maquinaria y más personal, personal que puede venir acompañado de estudiantes que creen planes o proyectos para el emprendimiento asignado, personal que puede provenir de las mismas comunidades, generando empleo, de esta forma lentamente las familias artesanas podrán surgir y competir a nivel mundial y ahora sí podrán realmente acuñarse de ser uno de los mercados artesanales más grandes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bannister, J., Donoso, P., & Mujica, R. (2016). La silvicultura como herramienta para la restauración de bosques templados. *Bosque*, 37(2), 229-235. Valdivia, Chile. Recuperado el 21 de Febrero de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1731/173148403001>
- Agence Française de Développement. (2020). CONVOCATORIAS DE PROYECTOS. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://www.afd.fr/es/convocatorias-de-proyectos>
- Alier, J. M. (30 de Agosto de 2003). Marxism, Social Metabolism, and Ecologically Unequal Exchange (draft 30/8/03). Lund, Suecia. Recuperado el 10 de Febrero de 2020, de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.503.3541&rep=rep1&type=pdf>
- Armstrong, K., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. *Decimoprimera*, 293 - 296. (A. M. Zepeda, Trad.) Naucalpan de Juárez, México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 07 de Enero de 2020, de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. 22-23. Alfaro, Manabí, Ecuador. Recuperado el 08 de Enero de 2020, de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (14 de Mayo de 2019). CÓDIGO DE COMERCIO. Quito, Ecuador. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Asociación Navarra de Empresas de Consultoría. (23 de Enero de 2017). 10 Beneficios de Pertenecer a una Asociación Empresarial. España. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de <https://anec.es/beneficios-pertenecer-asociacion-empresarial/>
- Atucha, A. J., & Lacaze, M. V. (12 de Noviembre de 2018). Segundo Informe de Monitoreo Ciudadano. *Mar de Plata entre Todos*, 240-245. Buenos Aires, Argentina . Recuperado el 21 de Febrero de 2020, de <https://www.mardelplataentretodos.org/documentos>

- Ayala, C. (31 de Julio de 2018). Breve historia de las ventas: El comercio en el antiguo Egipto. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de <https://bienpensado.com/breve-historia-de-las-ventas-i-el-comercio-en-el-antiguo-egipto/>
- Bauhus, J., Puettmann, K., & Messier, C. (30 de Julio de 2009). Silviculture for old-growth attributes. *Forest Ecology and Management*, 258, 525–537. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foreco.2009.01.053>
- Borbor Ponce, M., Mercado, W., Soplín Villacorta, H., & Blas Sevillano, R. (Diciembre de 2016). Importancia de los Huertos Familiares en la Estrategia de Diversificación del Ingreso y en la Conservación in situ de Pouteria lúcuma. *15(2)*, 179-187. Lima, Perú. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/341/34149036013.pdf>
- Buitrón, A., & Collier, J. (2015). El Valler del Amanecer. *Iera*. Otavalo, Ecuador: Editorial PENDONEROS (IOA). Recuperado el 15 de Enero de 2020
- Bustillos, R. (2014). Comercio Exterior: Materia y ejercicios. (ISBN: 84 8373 283 1). Lejona, España: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>
- Canclini, N. G. (1982). Las culturas populares en el capitalismo. *3ra*. La Habana, Cuba: Ediciones Casa de las Américas. Recuperado el 14 de Enero de 2020, de <http://www.scielo.br/pdf/ha/v18n38/05.pdf>
- Carter, C. (2018). Diferencias entre una empresa individual, una asociación y una corporación. (E. P. Vivas, Trad.) Washington D.C., Estados Unidos. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de <https://pyme.lavoztx.com/diferencias-entre-una-empresa-individual-una-asociacin-y-una-corporacin-4827.html>
- Castellanos, G., Díaz, J., López, M., Luna, R., Olívar, B., Begoña, M., . . . Vidal Ferrero, B. (2012). Geografía 3º ESO. *Castilla - La Mancha*. España. Recuperado el 03 de Marzo de 2020, de http://www.oupe.es/es/mas-areas-educacion/secundaria/geografia-e-historia/proyectoadarveccssgeohistaclm/proyectoadarveccssgeohistaclm3/Galeria%20documentos/CCSS_3ESO_clm_interiores.pdf
- Castro, J. G. (12 de Octubre de 2010). Cadenas Productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. 10-11. Colombia. Recuperado el 07 de Enero de 2021, de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/download/1602/1441>

- Cazau, P. (Marzo de 2006). Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales. Buenos Aires. Recuperado el 17 de Septiembre de 2019, de <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>
- Cengel, Y., & Boles, M. (2009). Termodinámica. 6ta. México D.F.: Mc GRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. Recuperado el 08 de Enero de 2020, de <http://librosdelpobre.blogspot.com/2018/04/termodinamica-6ta-edicion-cengel-boles.html>
- Chambers, R., & Conway, G. R. (Diciembre de 1991). Sustainable rural livelihoods: practical concepts for the 21st century. Recuperado el 07 de Enero de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/248535825_Sustainable_rural_livelihoods_practical_concepts_for_the_21st_century
- Cisneros, H. J. (Agosto de 1987). Apuntes sobre la Artesanía Textil de Otavalo. (I. O. Antropología, Ed.) *Sarance #11*, 11-19. Recuperado el 15 de Enero de 2020
- Cisneros, H. J. (Agosto de 1990). Técnicas Textiles Artesanales en Imbabura. (I. O. Antropología, Ed.) *Sarance #14*, 21-25. Recuperado el 14 de Enero de 2020
- Cisneros, H. J. (1991). El Trabajo Textil de Peguche. *Sarance #13*, 41-59. Recuperado el 15 de Enero de 2020
- Cuvi, M. (26 de Septiembre de 1985). Políticas de Fomento Artesanal en el Ecuador. Quito, Ecuador: Subsecretaría de Artesanías del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56196.pdf>
- D'Amico, L. (Agosto de 1991). Artesanía e Identidad Cultural: una Cuestión de Historia, Ideología y Elección. (I. O. Antropología, Ed.) *Sarance #15*, 61-69. Recuperado el 14 de Enero de 2020
- Departamento Nacional de Planificación. (Septiembre de 2006). Agenda Interna Sectorial. *Sector Artesanal*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 14 de Enero de 2020, de www.dnp.gov.co/archivos/documentos/AI_Documentos/artesanias.pdf
- Department for International Development. (Abril de 1999). Hojas orientativas sobre los medios de vida sostenible. Inglaterra. Recuperado el 08 de Enero de 2021, de https://www.livelihoodscentre.org/documents/114097690/114438878/Sus_livelihoods_guidance_sheets_es.pdf/aabbf495-795b-239b-7201-b0ca663101e5?t=1569512038420

- Diccionario de Etimologías*. (2001). Recuperado el 03 de Marzo de 2020, de <http://etimologias.dechile.net/?metabolismo>
- Figueroa Hernández, E., Pérez Soto, F., & Godínez Montoya, L. (Diciembre de 2015). Importancia de los Sectores Económicos en la Economía de México, 1980-2015. *I(2)*, 87-100. México. Recuperado el 03 de Marzo de 2020, de https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Negocios_y_PyMES/vol1num2/Revista_de_Negocios_&_PYMES_V1_N2-18-31.pdf
- Fischer-Kowalski, M. (Enero de 1997). Society's Metabolism: On the Childhood and Adolescence of a Rising Conceptual Star. *The International Handbook of Environmental Sociology*. Recuperado el 04 de Marzo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/313762388_Society%27s_Metabolism_On_the_Childhood_and_Adolescence_of_a_Rising_Conceptual_Star?enrichId=rgreq-22baa520cc5905ba690fa7ae11ade40b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMxMzc2MjM4ODtBUzo1NzkxMjQ5MjM4MzQzNzBAMTU
- Fischer-Kowalski, M., & Haberl, H. (04 de Agosto de 2000). El metabolismo socioeconómico. Viena. Recuperado el 04 de Marzo de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=153433>
- Fischer-Kowalski, M., & Hüttler, W. (Enero de 1999). Society's Metabolism: The Intellectual History of Materials Flow Analysis, Part II, 1970-1998. 2. Vienna, Austria. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/284045992_Societys_metabolism_The_intellectual_history_of_materials_flow_analysis
- Flores, C. B. (Enero de 2009). La producción artesanal. Venezuela. Recuperado el 15 de Enero de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/47871631_La_produccion_artesanal
- Fondo Ítalo Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible. (11 de Junio de 2019). Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://fieds.org/convocatoria-2019/>
- Freitag, V. (11 de Diciembre de 2014). Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad. *Between art and handcraft: elements to think the craftswork today*. Pamplona, Colombia. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/874/87432695007.pdf>

- GAD de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas. (Octubre de 2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas. Otavalo, Ecuador. Recuperado el 16 de Enero de 2020, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060018630001_PDOT%20DR_27-10-2015_22-50-06.pdf
- GAD Otavalo. (Marzo de 2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo. Otavalo, Ecuador. Recuperado el 15 de Enero de 2020, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf
- GAD Provincial de Imbabura. (15 de Agosto de 2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015-2035. Otavalo, Ecuador. Recuperado el 16 de Enero de 2020, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001_PDOT%20IMBABURA%202015-2035_SIGAD_15-08-2015_22-50-42.pdf
- Gallardo de Parada, Y., & Moreno Garzón, A. (1999). Recolección de Información. Bogotá: ARFO Editores Ltda. Recuperado el 06 de Septiembre de 2019, de <http://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/3.-Recolecci%C3%B3n-de-la-Informaci%C3%B3n-APRENDER-A-INVESTIGAR-ICFES.pdf>
- Giampietro, M., Aspinall, R., Bukkens, S., Cadillo Benalcázar, J., Diaz-Maurin, F., Flammini, A., . . . Serrano-Tovar, T. (Octubre de 2013). An Innovative Accounting Framework for the Food-Energy-Water Nexus - Application of the MuSIASEM approach to three case studies. Rome, Italia: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <http://www.fao.org/3/i3468e/i3468e.pdf>
- Godas, L. (Marzo de 2007). La distribución: comercio mayorista y minorista. 26(3), 110-114. Offarm. Recuperado el 03 de Marzo de 2020, de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-pdf-13101022>
- González, L. O. (2006). Microsoft Excel: una herramienta para la investigación. 4(3), 68-71. Cienfuegos, Cuba: MediSur. Recuperado el 07 de Enero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1800/180019873015.pdf>

- Grupo Edebé. (17 de Mayo de 2011). *Actividad Económica y Sistemas Económicos*. Barcelona, España. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de https://www.edebe.com/educacion/documentos/9964-0-529-9964_01_UD01_LA_ECONOMIA.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Pilar Baptista, L. (2010). *Metodología de Investigación. 5ta*. México: Mc GRAW -HILL/ INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collao, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación. 6ta*. México D.F. Recuperado el 24 de Marzo de 2020, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hofacker, A. (2008). *Rapid lean construction - quality rating model*. Manchester: s.n.
- Hoyos, S. N. (03 de Mayo de 2016). *LA ARTESANÍA COMO INDUSTRIA CULTURAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 14 de Enero de 2020, de <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3519.pdf>
- Infante Amate, J., González, de Molina, M., Toledo, M., & Victor. (Diciembre de 2017). *El metabolismo social. Historia, métodos y principales aportaciones. 17*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/322036217_El_metabolismo_social_Historia_metodos_y_principales_aportaciones/stats
- Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. (2013). *Historia del Derecho Mercantil*. México. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1723/LIBRO_MERCA_CAPITULO_PRIMERO.pdf
- Instituto Geográfico Nacional. (17 de Abril de 2019). *Atlas Nacional de España*. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de http://atlasnacional.ign.es/wane/Comercio_interior
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (Septiembre de 2010). *Establecimientos Comerciales. Comercio al por mayor y menor*. Aguascalientes, México. Recuperado el 02 de Marzo de 2020, de <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825000333>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2002). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). Segunda Edición*. México. Recuperado el

12 de Enero de 2020, de [https://www.colef.mx/emif/metodologia/catalogos/emifnte/2012/Catalogo%20del%20Sistema%20de%20Clasificacion%20Industrial%20de%20America%20del%20Norte%20\(SCIAN-2002\).pdf](https://www.colef.mx/emif/metodologia/catalogos/emifnte/2012/Catalogo%20del%20Sistema%20de%20Clasificacion%20Industrial%20de%20America%20del%20Norte%20(SCIAN-2002).pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (Marzo de 2018). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo ENEMDU. *Indicadores Laborales*. Ecuador. Recuperado el 14 de Julio de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado - INTEF. (06 de Marzo de 2011). El Sector Terciario. España. Recuperado el 21 de Febrero de 2020, de <http://boj.pntic.mec.es/ralesa/pdf/tema04%20m3%20actividades%20terciario.pdf>

Jarrín, M. C. (2016). Sectores de la economía ecuatoriana desde una perspectiva empresarial: aplicación de la Matriz Boston Consulting Group (BCG). Quito, Ecuador. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/262/pdf_176

Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*. Finland: VTT Building Technology.

León Tovar, S., & González García, H. (2018). Sociedades Mercantiles e Introducción al Derecho Mercantil. *Primera Edición*. Ciudad de México, México: Oxford University Press. Recuperado el 10 de Enero de 2020

López, J. F. (2018). *Economipedia*. Recuperado el 20 de Enero de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/actividad-economica.html>

López, J. F. (2018). *Economipedia*. Recuperado el 25 de Febrero de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/sector-ganadero.html>

Mark, J. J. (02 de Septiembre de 2009). *Ancient History Encyclopedia*. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de <https://www.ancient.eu/egypt/>

Meier, P. (1996). Artesanos Campesinos: Desarrollo Socioeconómico y Proceso de Trabajo en la Artesanía Textil de Otavalo. #33, *Iera*. Quito, Ecuador: Ediciones del Banco Central del Ecuador. Recuperado el 15 de Enero de 2020

Mendiola, F. G. (22 de Junio de 2012). El metabolismo social en la enseñanza de la historia económica: reflexiones globales y propuestas concretas. Salamanca, España:

- Universidad Pública de Navarra. Recuperado el 27 de Febrero de 2020, de <https://www.aehe.es/wp-content/uploads/2012/09/mendiola.pdf>
- Mendoza Juárez, S., Hernández Villegas, J. B., & Pérez Méndez, J. A. (2014). La Importancia del Comercio Internacional en Latinoamérica. Tamaulipas, México. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/14/comercio-latinoamerica.html>
- Mochón, F. (2007). Producción y la empresa. España: McGraw-Hill Interamericana de España. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448149971.pdf>
- Moreno, C. B. (2007). El Corregimiento de Otavalo: Territorio, Población y Producción (1535-1808). *1era Edición*. Otavalo, Ecuador: Centro de Investigaciones Universidad de Otavalo. Recuperado el 15 de Enero de 2020
- Orellana, L. (01 de Marzo de 2001). Estadística Descriptiva. Argentina. Recuperado el 17 de Septiembre de 2019, de http://www.dm.uba.ar/materias/estadistica_Q/2011/1/modulo%20descriptiva.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial ONUDI. (Abril de 2004). Manual de Minicadenas Productivas. 29-30. (M. Giraldo, Ed.) Bogotá, Colombia: Litocamargo Ltda. Recuperado el 08 de Enero de 2021, de https://www.researchgate.net/publication/256117250_Manual_de_minicadenas_productivas
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (05 de Diciembre de 2011). Recuperando la memoria oral del Mindalae Otavalo, artesano y comerciante universal. Ecuador. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/recovering_oral_memory_of_mindalae_otavalo_a_universal_craf/
- Ortiz, M., & López, R. (12 de Marzo de 2014). Caracterización socioeconómica de la comunidad artesanal de Nariño, Colombia. (82), 247-281. Medellín, Colombia. Recuperado el 19 de Enero de 2020, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-25962015000100008&lng=en&tlng=es
- Pacto Global Red Ecuador. (2020). Ecuador. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://pactoglobal-ecuador.org/pf/buenas-practicas-empresariales/>

- Pereira Morales, C. A., Maycotte Morales, C. C., Restrepo, B. E., Francesco, M., Calle Montes, A., Velarde, M. J., . . . Portela Guarín, H. (2011). *Economía I* (1era Edición ed.). Caldas, Colombia: Espacio Gráfico Comunicaciones S.A. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de <https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4775/economia-1.pdf>
- Pérez Sánchez, L., Giampietro, M., Velasco, Fernández, R., Ripa, & Maddalena. (15 de Marzo de 2018). Characterizing the metabolic pattern of urban systems using MuSIASEM: The case of Barcelona. Barcelona, España. doi:<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.09.028>
- QSR International. (2014). NVivo: Software N1 para el Análisis Cualitativo de datos. México. Recuperado el 17 de Septiembre de 2019, de <http://www.qsrinternational.com/nvivo-spanish>
- QuestionPro. (2020). Muestreo sistemático: fácil, sencillo y económico. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-sistemático/#:~:text=El%20muestreo%20sistemático%20es%20un,tama%C3%B1o%20de%20la%20muestra%20deseado.>
- Quishpe, A. (08 de Septiembre de 2020). Más de 100 mil estudiantes no volvieron al sistema educativo. Ecuador. Recuperado el 08 de Enero de 2020, de <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/mas-100-mil-estudiantes-no-volvieron-al-sistema-educativo>
- Raffino, M. E. (29 de Agosto de 2019). Comercio. Recuperado el 01 de Enero de 2020, de <https://concepto.de/comercio/>
- Ramírez, D. A. (17 de Noviembre de 2005). Plan de exportación de pulque enlatado marca “Néctar del Razo” a Vancouver, BC. Canadá. Cholula, México. Recuperado el 03 de Enero de 2020, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/sanchez_r_da/
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española. 22.a . Recuperado el 01 de Enero de 2020, de <https://dej.rae.es/lema/comercio>
- Red Cultural del Banco de la República en Colombia. (2000). Enciclopedia Banrepcultural. *Sectores Económicos*. Colombia. Recuperado el 21 de Febrero de 2020, de Sectores Económicos: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos

- René, B., Agustín, C., Leonardo, M., José, M., Alejandro, M., & Fernando, V. (1975). *ECUADOR: PASADO Y PRESENTE* (Primera Edición ed.). Quito, Ecuador: Editorial Ecuador F.B.T Cía. Ltda. Recuperado el 06 de Enero de 2020
- Roncancio, E. (2007). Artesanía. Navarra, España. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CE RTIFICACI%D3N_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf
- Rozo, J. D. (2013). Metabolismo Social: Hacia la sustentabilidad de las transiciones socioecológicas urbanas. Bogotá, Colombia. Recuperado el 05 de Febrero de 2020, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/12514/1/890519-2013.pdf>
- Scala Higher Education S.C. (18 de Noviembre de 2011). Sectorización de la Economía. Estado de México, México. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de http://gc.initelabs.com/recursos/files/r157r/w12539w/Estr%20Soc%20Mx_U04_2a Ed.pdf
- Schmidt, A. (21 de Septiembre de 1976). El Concepto de Naturaleza en Marx. (J. Ferrari De Prieto, & E. Prieto, Trans.) México: Siglo XXI de España Editores. doi:10.22201/iifs.18704913e.1977.23.943
- Secretaría Nacional de Planificación de Desarrollo. (2017). Proyecciones Referenciales de Población Cantonal. Quito, Ecuador. Recuperado el 16 de Enero de 2020, de <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Sennett, R. (2009). El artesano. (M. A. Galmarini, Trad.) Barcelona, España: ANAGRAMA S.A. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de <http://iupa.edu.ar/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Sennett-richard-el-artesano.pdf>
- Sertrans Servicio de Transporte. (20 de Marzo de 2018). Transporte Internacional. Barcelona, España. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de <https://www.sertrans.es/transporte-internacional/transporte-terrestre-aereo-y-maritimo-para-cada-tipo-de-mercancia/>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2020). Denominación de Origen. Ecuador. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/denominacion-de-origen/>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (27 de Febrero de 2012). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. Ecuador. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO%20GENERA>

L%20DE%20LA%20LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20agosto2020.pdf/66c4825b-cf79-4aa1-b995-1739be63bee3

Toledo, V. (16 de Enero de 2008). Metabolismos rurales: hacia una teoría económico-ecológica de la apropiación de la naturaleza. 7, 1-26. México: Revista Iberoamericana de Economía Ecológica. Recuperado el 29 de Enero de 2020, de https://campusvirtual.univalle.edu.co/moodle/pluginfile.php/682343/mod_label/intro/TOLEDO-METABOLISMOS-RURALES.pdf

Toledo, V. (03 de Julio de 2013). El metabolismo social: una nueva teoría socioecológica. México. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292013000400004

Tontaquimba, J. D. (12 de Diciembre de 2018). Propuesta de Asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo. Quito, Ecuador. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7687/1/140336.pdf>

Universidad de Buenos Aires. (2016). Desarrollo y Gestión de Microemprendimientos en Áreas Rurales. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 16 de Enero de 2020, de https://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos_pdf/modulo4.pdf

Universidad de Colima. (2014). Enfoques de investigaciones. Colima. Recuperado el 02 de Septiembre de 2019, de <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>

Universidad Interamericana para el Desarrollo. (2006). Estrategia de Canales de Distribución. México. Recuperado el 02 de Marzo de 2020, de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/ejec/ME/EC/S03/EC03_Lectura.pdf

Universidad Nacional de Educación a Distancia. (03 de Noviembre de 2008). Panorámica General del Egipto Antiguo: Estado, Sociedad, Historia, Economía. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de http://horarioscentros.uned.es/archivos_publicos/qdocente_planes/468474/leccion5_egiptogeneralbyn.pdf

Vera Soriano, P. S., & Laínez Suárez, S. L. (14 de Junio de 2016). Asociatividad y Desarrollo Económico, Caso: Artesanos de la Parroquia Atahualpa Santa Elena. 2-5. Ecuador. Recuperado el 06 de Enero de 2021, de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3952/1/UPSE-TOD-2017-0047.pdf>

- Vilaboy, S. G. (Noviembre de 1997). Etapas y procesos en la historia de América Latina. (F. G. Aguirre, Ed.) Veracruz, México: Instituto de Investigaciones Histórico - Sociales . Recuperado el 11 de Enero de 2020, de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/iih-s-uv/20170608043740/pdf_473.pdf
- Walter, M., & Martinez Alier, J. (2012). Social metabolism, ecologically unequal exchange and resource extraction conflicts in Latin America. Analytical Framework and Case Studies. Environmental Governance in Latin America and the Caribbean (ENGOV). Recuperado el 10 de Marzo de 2020, de http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/engov/20140107124415/ENGOV_AFR_WP7_ICTA.pdf
- Zúñiga, L. O. (05 de Agosto de 2019). Cantidad de calorías del ser humano. *Expansión*. Recuperado el 08 de Enero de 2020, de <https://expansion.mx/vida-arte/2019/08/05/cuantas-calorias-son-demasiadas-aprende-a-leer-las-etiquetas#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,sin%20exceder%20los%201%C3%ADmites%2C%20pues>

ANEXOS

ANEXO A – Registro de Unidades productivas textiles seleccionadas

| ID | Comunidad/Barrio | Nombre |
|-----------|-------------------------|--------------------------------|
| 1 | Peguche/Atahualpa | Luis Conterón |
| 2 | Peguche/Atahualpa | Elvia Lema |
| 3 | Peguche/ Atahualpa | María Cecilia Ruiz |
| 4 | Peguche/Peguche Tío | Luis Alcívar Chalampiente Ruíz |
| 5 | Peguche/Obraje | Rosa Elena Oyagata |
| 6 | Peguche/Atahualpa | José Terán |
| 7 | Peguche/Atahualpa | Ana Lucia Muenala Santillán |
| 8 | Peguche / Imbaquí | Blanca Córdova |
| 9 | Peguche/Obraje | Fanny Ruiz |
| 10 | Peguche/ Atahualpa | Ángel Mongabusi |
| 11 | Peguche /Atahualpa | Antonio Lema |
| 12 | Peguche/Obraje | José Rafael Ruiz Oyagata |
| 13 | Peguche/ Atahualpa | Rosa María Conejo Quimbo |
| 14 | Peguche/Imbaquí | Vicky Tabango |
| 15 | Peguche/Peguche Tío | Alejandro Terán |
| 16 | Peguche/Atahualpa | Magdalena Quilumbango |
| 17 | Peguche/Barrio Central | Elena López |
| 18 | Peguche/Imbaquí | Cesar Humberto Vásquez |
| 19 | Peguche/ Obraje | Benjamín Pichamba |
| 20 | Peguche/Peguche Tío | Pakarina Terán |
| 21 | Peguche/Atahualpa | María Lucila Quishpe |
| 22 | Peguche/Atahualpa | Matilde Terán Maldonado |
| 23 | Agato/ Chimbalo | Seidi Yacelga |
| 24 | Peguche/Peguche Tío | Diana Lourdes Terán |
| 25 | Agato | Alexandra Aguilar |
| 26 | Peguche/Atahualpa | Segundo Maldonado Jimbo |
| 27 | Peguche/Atahualpa | Miran Ruiz |
| 28 | Peguche/ Peguche centro | Yolanda Córdova |
| 29 | San José de la Bolsa | Leslie Tutanquimba |
| 30 | Peguche/Barrio Central | Lucila Lema |
| 31 | Peguche/Peguche Tío | Cesar Males |
| 32 | Peguche /Atahualpa | Fernando Conejo |
| 33 | Peguche/Barrio Central | Cesar Augusto Lema Conejo |
| 34 | Peguche/Atahualpa | María Yacelga |
| 35 | Peguche | Elena Córdova |
| 36 | Peguche/Imbaquí | Yaric Pineda |
| 37 | Peguche/Atahualpa | David Terán |
| 38 | Peguche/Obraje | Luzmila Velázquez |
| 39 | Peguche/Imbaquí | Sisa Lema |

| | | |
|----|--------------------------|--------------------------------|
| 40 | Quinchuquí | Jaime Aguilar |
| 41 | Quinchuquí | Mercedes Morales |
| 42 | Quinchuquí Bajo | Saida Vega |
| 43 | Quinchuquí | Mercedes Anrango |
| 44 | Quinchuquí | Humberto Morales |
| 45 | Quinchuquí | Alberto Tituaña |
| 46 | Quinchuquí | Rebeca Cotacachi |
| 47 | Quinchuquí | Wilson Lema |
| 48 | Quinchuquí | María Tituaña |
| 49 | Quinchuquí | María Juana Remache |
| 50 | Quinchuquí | Mercedes Lema Lema |
| 51 | Quinchuquí | Ana Milena Vega |
| 52 | Quinchuquí | Dayana Farinango |
| 53 | Quinchuquí | María Muenala |
| 54 | Quinchuquí | César Aguilar |
| 55 | Quinchuquí | Luzmila Santillan |
| 56 | Fakcha Llakta | Rosa Elena Velásquez |
| 57 | Quinchuquí | Estela Arias |
| 58 | Fakcha Llakta | Rolando Tagui |
| 59 | Agato/Chimbaloma | Rosa Elena Chiza Morales |
| 60 | Quinchuquí | María Laura Ajala Yamberla |
| 61 | Chimbaloma | Alfonso Morales |
| 62 | Quinchuquí bajo | Blanca Cordova |
| 63 | Quinchuquí Bajo | José Segundo Conejo Pichamba |
| 64 | Quinchuquí | Ximena Colimba |
| 65 | Quinchuquí | Inti Wayra Chico Lema |
| 66 | Quinchuquí bajo | Humberto Muenala Maldonado |
| 67 | Peguche/Peguche tío | Nelly Elizabeth Conejo Cordova |
| 68 | Peguche | Blanca Males |
| 69 | Quinchuquí | Sara Amaguaña |
| 70 | Quinchuquí | Luz Mila Farinango |
| 71 | Peguche / Barrio Central | Richard Lema |
| 72 | Peguche | Alfonso Saransig Yacelga |
| 73 | Peguche/Atahualpa | Nieves Cecilia Vásquez Terán |
| 74 | Peguche/Atahualpa | Mayra Cotacachi |
| 75 | Peguche / Peguche Tío | Ana Muenala |
| 76 | Peguche | Alex Tituaña |
| 77 | Yaku Pata | Margarita Anrango |
| 78 | Peguche | Mario Conejo Cotacachi |
| 79 | Peguche/Atahualpa | Gloria Perugachi |
| 80 | Peguche/Atahualpa | Ramiro Lema Conejo |
| 81 | Peguche/Atahualpa | Luz María Cordova Campo |
| 82 | Peguche | Leydi Maldonado |

| | | |
|----|----------------------|-----------------|
| 83 | Agato/Chimbaloma | Cecilia Yacelga |
| 84 | San José de la Bolsa | José Muenala |
| 85 | Quinchuquí | Julio Aguilar |

ANEXO B – Estructura del Cuestionario



ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

Proyecto De Investigación

"Caracterización Socioeconómica De La Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas Desde El Enfoque De Metabolismo Social"

CUESTIONARIO DR. MIGUEL EGAS CABEZAS Encuesta No.....

Encuestador:

Fecha: Cantón: Comunidad o barrio:

Dirección exacta de su vivienda:

1. Localización de la vivienda: su vivienda se encuentra localizada cerca de

Carreteras primarias: Carreteras Secundarias: Ríos:

Otros:

Distancia al centro del pueblo más cercano: Minutos: Km: Nombre pueblo más cercano:

2. Información del encuestado:

Si el encuestado no recuerda la fecha exacta, aproximar a un acontecimiento relevante: creación de carretera, cantonización, etc.

| | |
|--|-----------------------------------|
| Nombre: | Edad: |
| Posición en el hogar Padre [<input type="checkbox"/>] Madre [<input type="checkbox"/>] | Lugar de nacimiento: |
| ¿Cuándo llegó a la comunidad? (fecha o acontecimiento) | ¿De dónde venía? Nombre del lugar |
| ¿Por qué vino a esta comunidad? | |
| ¿Forma usted parte de alguna directiva organizativa? ¿De cuál? | |
| Nivel de educación: Ninguna [<input type="checkbox"/>] Primaria [<input type="checkbox"/>] Secundaria [<input type="checkbox"/>] Universidad [<input type="checkbox"/>] Otro | |

3. Estructura demográfica del hogar y actividades de los miembros: ¿Quién vive en el hogar? ¿Qué actividades hace cada miembro del hogar?

| ID Cod | ¿Cuáles son los miembros de su familia? | Relación con cada miembro 1. Esposa/esposo 2. Hijo/hija 3. Nieto/nieta 4. Sobrino/sobrino 5. Padre/madre 6. Hermano/hermana 7. Yerno/nuera 8. Abuelo/abuela 9. Suegro/suegra 10. Otra relación (especificar) | Edad | ¿Vive en la misma casa? | ¿Es autónomo económicamente? |
|--------|---|--|------|-------------------------|------------------------------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |



1. Actividad Artesanal antes y durante el Covid-19

¿La actividad artesanal es un negocio familiar?.....

¿Desde los cuántos años usted labora en la artesanía?.....

¿Dónde realizan sus actividades artesanales dentro del hogar o en algún lugar fuera, otro taller?.....

Si es fuera de su casa, ¿a cuántos minutos de su casa se encuentra?.....

¿Toda su familia se encuentra en el negocio o también emplean trabajadores? ¿son familiares?, ¿cuántos?.....

¿Dónde adquiere sus insumos?.....

Realiza rotación de artesanías, es decir ¿cambia de artesanías por temporadas o se mantiene?.....

| ARTESANÍAS DURANTE EL COVID-19 | | | | | | | |
|--------------------------------|---|---------------------------------|---|--------------------------|--------------------|----------------------------|------------------------------|
| Artesanía | Mes o fecha que cambia o incluye otra artesanía | Máquina o artefacto que utiliza | ¿A quién vende? 1=comunidad 2=intermediario 3=asociación 4=otros..... | ¿Cuántos realiza al día? | Costo por cada uno | Precio de venta al público | Precio de venta al por mayor |
| Blusas kichwas | | | | | | | |
| Camiseta | | | | | | | |
| Vestidos | | | | | | | |
| Chales/ chalinas | | | | | | | |
| Cintas | | | | | | | |
| Bufanda | | | | | | | |
| Faja | | | | | | | |
| Cubre-camas | | | | | | | |
| Tapices | | | | | | | |
| Bolsos | | | | | | | |
| Cartuchera | | | | | | | |
| Hamacas | | | | | | | |
| Manillas | | | | | | | |
| Poncho artesanal | | | | | | | |
| Guantes | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Wallkas collares | | | | | | | |
| Arbolitos | | | | | | | |
| Llaveros | | | | | | | |
| Pulseras | | | | | | | |
| Sacos | | | | | | | |
| Mochilas | | | | | | | |
| Gorros | | | | | | | |
| Fundas de almohada | | | | | | | |
| Manteles | | | | | | | |
| Monedero | | | | | | | |
| Billetera | | | | | | | |
| Blusa casual | | | | | | | |
| Aretes | | | | | | | |
| Atrapa-sueños | | | | | | | |
| Muñecos | | | | | | | |
| Poncho kichwa | | | | | | | |
| Pantalón | | | | | | | |
| Artesanía de estera | | | | | | | |
| Zampoñas | | | | | | | |
| Quenas | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

La pandemia ¿afectó a su trabajo? ¿en qué sentido?.....

.....

¿Dónde vendía sus productos antes de la pandemia?.....

¿Dónde adquiría sus insumos?.....

.....

| ARTESANÍAS ANTES DE COVID-19 | | | | | | | |
|------------------------------|---|---------------------------------|---|--------------------------|--------------------|----------------------------|------------------------------|
| Artesanía | Mes o fecha que cambia o incluye otra artesanía | Máquina o artefacto que utiliza | ¿A quién vende? 1=comunidad 2=intermediario 3=asociación 4=mayoristas 5=minoristas 6=otros..... | ¿Cuántos realiza al día? | Costo por cada uno | Precio de venta al público | Precio de venta al por mayor |
| Blusas kichwas | | | | | | | |
| Camiseta | | | | | | | |
| Vestidos | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Chales/ chalinás | | | | | | | |
| Cintas | | | | | | | |
| Bufanda | | | | | | | |
| Faja | | | | | | | |
| Cubre- camas | | | | | | | |
| Tapices | | | | | | | |
| Bolsos | | | | | | | |
| Cartuchera | | | | | | | |
| Hamacas | | | | | | | |
| Manillas | | | | | | | |
| Poncho artesanal | | | | | | | |
| Guantes | | | | | | | |
| Wallkas collares | | | | | | | |
| Arbolitos | | | | | | | |
| Llaveros | | | | | | | |
| Pulseras | | | | | | | |
| Sacos | | | | | | | |
| Mochilas | | | | | | | |
| Gorros | | | | | | | |
| Fundas de almohada | | | | | | | |
| Manteles | | | | | | | |
| Monedero | | | | | | | |
| Billetera | | | | | | | |
| Blusa casual | | | | | | | |
| Aretes | | | | | | | |
| Atrapa- sueños | | | | | | | |
| Muñecos | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Poncho kichwa | | | | | | | |
| Pantalón | | | | | | | |
| Artesanía de estera | | | | | | | |
| Zampoñas | | | | | | | |
| Quenas | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

En caso de vender al intermediario o asociación ¿por qué lo hace? ¿aprecio, compadre, acuerdo, pago por adelantado, otro?

.....

¿Clientes nacionales o extranjeros? ¿Exporta sus productos?

.....



¿Desearía cambiar de trabajo? ¿Por qué?
.....

¿Comercializa solo lo que produce o incluye algún producto más? Si es así, ¿dónde lo adquiere resulta más barato?.....
.....

¿Se ha oído que las artesanías extranjeras han ocupado más espacio que las artesanías ecuatorianas? ¿Qué artesanías? ¿Por qué existe la preferencia?
¿Son más baratas? ¿Cuál es la calidad?.....
.....

2. Insumos que utiliza para la elaboración de artesanías

| Materia prima | Valor (\$) | Cantidad que compra | ¿Cada cuánto se compran? | ¿Dónde lo compra? |
|---------------|------------|---------------------|--------------------------|-------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

¿Cómo fija el precio de sus productos?.....
.....

¿Dónde vende ahora sus productos?.....
.....

¿Cómo elige el lugar para vender?.....
.....

¿Cómo promociona sus productos?
¿Descuentos?.....
.....

¿Existe algún beneficio para los mayoristas?.....
.....

¿Cómo realiza la entrega de los productos al mayoristas o minoristas?.....
.....

¿Cómo se realiza el pago? ¿Existen facilidades?.....
.....

¿Tiene algún inconveniente al momento de fabricar el producto? ¿Le hace falta algún equipo o herramienta?.....
.....

Si es así, ¿cómo lo consigue?.....
.....

Para la fidelización de sus clientes ¿se contacta con ellos para recibir retroalimentación?

.....

.....

3. Uso del Tiempo
6.1 ACTIVIDAD ARTESANAL

| Artesanía | ¿Cuánto se demora en realizar uno? | ¿A qué hora empieza a el horario trabajo ? | ¿A qué hora termina a el horario trabajo? | ¿Cuántas personas trabajan (actividad)? | | | Al contar con ayudante(s) ¿Cuánto le pagan? ¿Incluye comida? | | ¿Cuántos días el ayudante trabaja? (Número de días a la semana, mes) | | ¿De qué comunidad son los ayudantes que contrata? 1=de la comunidad 2=de otra comunidad |
|------------------|------------------------------------|--|---|---|------------------|----------|--|--------------|--|------------------|---|
| | | | | #Ayudante | Miembro familiar | Relación | Salario | 1=Si 0=No | Ayudante | Miembro Familiar | |
| Blusas kichwas | | | | | | | | | | | |
| Camiseta | | | | | | | | | | | |
| Vestidos | | | | | | | | | | | |
| Chales/chalinas | | | | | | | | | | | |
| Cintas | | | | | | | | | | | |
| Bufanda | | | | | | | | | | | |
| Faja | | | | | | | | | | | |
| Cubre-camas | | | | | | | | | | | |
| Tapices | | | | | | | | | | | |
| Bolsos | | | | | | | | | | | |
| Cartuchera | | | | | | | | | | | |
| Hamacas | | | | | | | | | | | |
| Manillas | | | | | | | | | | | |
| Poncho artesanal | | | | | | | | | | | |
| Guantes | | | | | | | | | | | |
| Wallkas collares | | | | | | | | | | | |
| Arbolitos | | | | | | | | | | | |
| Llaveros | | | | | | | | | | | |
| Pulseras | | | | | | | | | | | |
| Sacos | | | | | | | | | | | |
| Mochilas | | | | | | | | | | | |
| Gorros | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Fundas de almohada | | | | | | | | | | | |
| Manteles | | | | | | | | | | | |
| Monedero | | | | | | | | | | | |
| Billetera | | | | | | | | | | | |
| Blusa casual | | | | | | | | | | | |
| Aretes | | | | | | | | | | | |
| Atrapa-sueños | | | | | | | | | | | |
| Muñecos | | | | | | | | | | | |
| Poncho kichwa | | | | | | | | | | | |
| Pantalón | | | | | | | | | | | |
| Artesanía de estera | | | | | | | | | | | |
| Zampoñas | | | | | | | | | | | |
| Quenas | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |

Carga de trabajo

¿Cuál es el/los meses de mayor carga de trabajo?.....

¿Cuál es el/los meses de menor carga de trabajo?.....



6.2 OTRAS ACTIVIDADES

| Actividad | ¿Con cuánta frecuencia (actividad)? | | ¿A qué hora comienza? | ¿A qué hora termina? | ¿Quién (actividad) contigo? |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|-----------------------|----------------------|-----------------------------|
| | Días | 1=a la semana / 2=al mes / 3=al año / 4=Otro | | | |
| Comercialización | | | | | |
| Agricultura | | | | | |
| Cuidado de animales | | | | | |
| Ir a la iglesia | | | | | |
| Ir al mercado local | | | | | |
| Asambleas comunidad | | | | | |
| Asamblea asociación productiva | | | | | |
| Limpieza de la casa | | | | | |
| Despertarse | | | | | |
| Dormir | | | | | |
| Cocinar | | | | | |
| Ayudar a los hijos con deberes | | | | | |
| Huerto familiar | | | | | |
| Bordado | | | | | |
| Tareas comunitarias: | | | | | |
| 1. Mingas | | | | | |
| 2. Proyecto comunitario | | | | | |
| 3. | | | | | |
| 4. | | | | | |
| 5. | | | | | |
| 6. | | | | | |
| 7. | | | | | |

4. Actividades Extras que generen Ingresos

| Actividades Extra que generan ingresos | | | | | | |
|--|--------|--|------------|----------|---------|-------|
| | Cuánto | Frecuencia 1=diario 2=semanalmente 3=mensualmente | Gasto (\$) | Ganancia | ¿Quién? | Cargo |
| Construcción | | | | | | |
| Agricultura | | | | | | |
| Comercio | | | | | | |
| Artesanías | | | | | | |
| Turismo | | | | | | |
| Jornalero | | | | | | |
| Profesión | | | | | | |
| Música | | | | | | |
| Otros: | | | | | | |

¿Cómo se reparten los beneficios de estos ingresos?.....



¿Recibe algún subsidio por parte del gobierno? SI [] NO [] ¿Cuánto?

¿Por qué no?.....

Bonos de desarrollo humano [] Bono de discapacidad [] Pensiones [] Algún seguro [] Otros.....

¿Recibe remesas de algún familiar o allegado? Internacional [] Nacional [] cantidad..... frecuencia.....

¿Quién lo recibe? Hombre [] Mujer [] ¿En qué lo invierten?.....

5. Gastos

| GASTOS | Valor (\$) | Frecuencia (mensual, semanal, quincenal, anual) | Crédito | | |
|---|------------|---|-----------------------|----------|-------|
| | | | Monto | | |
| | | | Entidad Financiera | Conocido | Otros |
| Servicios básicos (agua, luz, teléf. TV cable) | | | | | |
| Alimentación e higiene | | | | | |
| Herramientas de trabajo | | | | | |
| Contrato de personal (jornaleros) | | | | | |
| Vehículos (cuota y/o mantenimiento) | | | | | |
| Electrodomésticos (cuota) | | | | | |
| Celulares | | | | | |
| Material de construcción | | | | | |
| Vestimenta | | | | | |
| Salud | | | | | |
| Educación | | | | | |
| Transporte | | | | | |
| Gas | | | | | |
| Ocio: apuestas, partidos, beber, paseo | | | | | |
| Ahorros | | | | | |
| Otros: | | | | | |
| | | | | | |

6. Trabajo Asalariado

| ¿Alguien del hogar trabaja para alguien que no sea del hogar? Miembro | ¿Para quién trabaja? Y dónde? 1=Otro de la comunidad 2=En Otra comunidad (Cuál) 3=Empresa (especificar) 4=gobierno 5=Institución (especificar) | ¿Cuándo trabaja? | | | ¿En qué consiste el trabajo? | ¿Cuánto pagan? 1=\$/jornal 2=\$/Día 3= \$/mes | ¿Qué está incluido en el salario? 1=comida 2=viaje 3=Prestaciones 4=nada 5=otros (especificar) | ¿Cuánto tarda en llegar al trabajo? | ¿Costo del viaje? |
|--|---|--|------------|---|------------------------------|--|---|-------------------------------------|-------------------|
| | | ¿Qué meses trabaja? 1=enero 12=Diciembre | Días/horas | ¿Cuánto tiempo trabaja? 1=Día 3=semana 4=mes | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

7. Pertenencia a una Organización o (Cooperativa o asociación de artesanos)

¿Forma parte de alguna organización? SI [] NO []

¿Qué beneficios le brinda dicha organización?

| Ayuda en la comercialización | Herramientas | Capacitación | Abonos | Materia prima | Créditos |
|------------------------------|--------------|--------------|--------|---------------|----------|
| | | | | | |

Otros beneficios:

¿Usted debe aportar a la organización? ¿Cuánto / frecuencia?.....

8. Comunidad/Asociaciones

| Actividad | ¿Cuántos miembros de su familia en promedio asisten a los siguientes encuentros/reuniones? | | ¿Cuántas reuniones al mes o al año en promedio se realizan? | | | ¿Cuántas horas en promedio dura cada reunión? |
|------------------------|--|-------|---|---------|---------|---|
| | Hombre | Mujer | Número | Por mes | Por año | |
| Asociación productores | | | | | | |
| Reunión comunidad | | | | | | |
| Cooperativa de ahorro | | | | | | |
| Grupo de tercera edad | | | | | | |
| Mingas | | | | | | |
| Org Segundo Grado | | | | | | |
| Org Tercer Grado | | | | | | |
| Iglesia | | | | | | |
| Grupo de jóvenes | | | | | | |
| Grupo de mujeres | | | | | | |
| Otras | Educación | | | | | |
| | Banco comunal | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

¿Qué actividades comunitarias son de obligatorio cumplimiento?

.....

.....

.....

9. Entretenimiento

| Cuando no está trabajando ¿qué le gusta hacer? Por ejemplo: jugar futbol, vóley, dibujar, visitar vecinos/familiares, bordar, bailar | ¿Cada cuánto lo hace? | ¿Cuánto tiempo dedica a esta actividad? |
|--|-----------------------|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

10. Problemas/Vulnerabilidades

| Problemas | A nivel Hogar | Comunidad |
|--|----------------------|------------------|
| Alcoholismo | | |
| Delincuencia | | |
| Pérdida de tradiciones/lengua | | |
| Embarazos adolescentes | | |
| Violencia intrafamiliar | | |
| Enfermedades | | |
| Mala sanidad | | |
| Fragmentación de la tierra | | |
| Conflicto tierras | | |
| Problemas en la legalización de las tierras | | |
| Erosión | | |
| Plagas | | |
| Inundaciones | | |
| Falta de dinero | | |
| Falta de servicios básicos | | |
| Dificultades para acceder a la educación primaria | | |
| Dificultades para acceder a la educación secundaria | | |
| Dificultades para acceder a la educación de tercer nivel | | |
| Dificultades de acceso a la comunidad | | |
| Otros: | | |

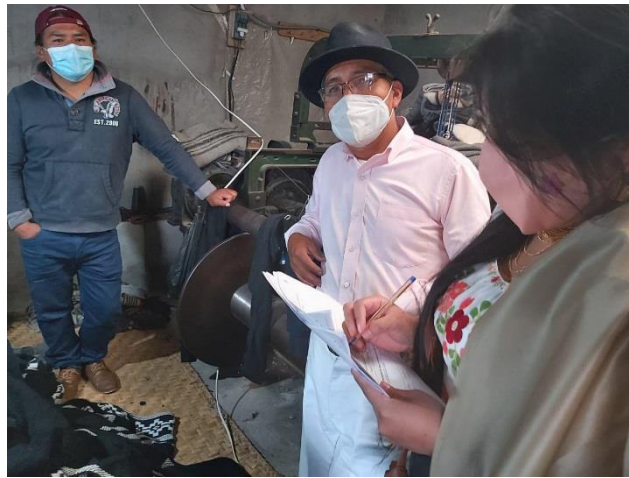
ANEXO C – Tabla de Indicadores

| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|------------------------------------|--------------------|
| CAPITAL FÍSICO | | | | | |
| Distancia a la ciudad más cercana (min) | 0 a 5 min | 6 a 10 min | 11 a 20 min | 21 a 30 min | Más de 31 min |
| Distancia a la ciudad más cercana (km) | 0 a 3 km | 3 a 6 km | 7 a 10 km | 11 a 14 km | Más de 15 km |
| Distancia al centro educativo más cercano (min) | 0 a 5 min | 6 a 10 min | 11 a 20 min | 21 a 30 min | Más de 31 min |
| Servicios básicos con los que cuenta | Agua, telefonía fija y móvil, luz, móvil señal de internet alcantarillado, alumbrado | Luz, agua, telefonía fija y móvil, internet, alcantarillado | Luz, agua, telefonía fija y móvil, internet | Luz, agua, telefonía fija y móvil. | Luz, agua |
| CAPITAL NATURAL | | | | | |
| Número de familias analizadas que se dedican a la agricultura | Más de 41 familias | 31 a 40 familias | 21 a 30 familias | 11 a 20 familias | 1 a 10 familias |
| Tiempo que se invierte en la agricultura (horas al año) | Más de 250 horas | Entre 200 y 250 horas | Entre 150 y 200 horas | Entre 100 y 150 horas | Menos de 100 horas |
| Tiempo que se invierte en un huerto familiar (horas al año) | Más de 400 | Entre 300 y 400 horas | Entre 200 y 300 horas | Entre 100 y 200 horas | Menos de 100 horas |
| Número de familias que poseen un huerto familiar | Más de 41 familias | 31 a 40 familias | 21 a 30 familias | 11 a 20 familias | 1 a 10 familias |
| Frecuencia de tiempo que dedican a agricultura y huertos | Diariamente | Fines de semana | 1 vez por semana | 1 vez al mes | Por temporadas |
| Número de familias que crían animales de granja | Más de 41 familias | 31 a 40 familias | 21 a 30 familias | 11 a 20 familias | 1 a 10 familias |
| CAPITAL HUMANO | | | | | |
| Instrucción Académica de padres y madres de familia | Hasta la Universidad | Hasta el nivel secundario | Hasta el nivel Primario | Alfabetización y otros cursos | Ninguna |
| Número de miembros de familia | 7 o más miembros | 6 miembros | 5 Miembros | 4 Miembros | 3 Miembros |
| Porcentaje de personas menores a 15 años (%) | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |
| Porcentaje de personas entre 15 y 65 años (%) | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |

| | | | | | |
|--|---|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|---|
| Porcentaje de adultos mayores a 65 años (%) | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |
| CAPITAL SOCIAL | | | | | |
| Número de familias que pertenecen a asociaciones productivas | Más de 41 familias | 31 a 40 familias | 21 a 30 familias | 11 a 20 familias | 1 a 10 familias |
| Número de familias que asisten a reuniones de la comunidad | Más de 41 familias | 31 a 40 familias | 21 a 30 familias | 11 a 20 familias | 1 a 10 familias |
| Número de familias que asisten a mingas | Más de 41 familias | 31 a 40 familias | 21 a 30 familias | 11 a 20 familias | 1 a 10 familias |
| Frecuencia de reuniones de la comunidad | 1 vez al mes | 2 veces al mes | 3 a 4 veces al año | 2 veces al año | 1 vez al año |
| Frecuencia de Mingas | 2 veces al mes | 1 vez al mes | 3 a 4 veces al año | 2 veces al año | 1 vez al año |
| CAPITAL ECONÓMICO | | | | | |
| Porcentaje de familias cuyo negocio familiar es actividad artesanal | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |
| Porcentaje de Hogares que poseen trabajadores | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |
| Porcentaje de hogares que comercializan solo lo que producen | 0 a 20% | 21% a 40% | 41% a 60% | 61% a 81% | 81% a 100% |
| Porcentaje de clientes que más adquieren las artesanías | Mayoristas, minoristas y consumidores finales | Mayorista, minorista | Consumidor y mayorista | Consumidor y minorista | Solo uno: cliente o minorista o mayorista |
| Porcentaje de familias que desean seguir en la actividad artesanal | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |
| Porcentaje de familias que les afecta la entrada de artesanías extranjeras | 0 a 20% | 21% a 40% | 41% a 60% | 61% a 81% | 81% a 100% |
| Formas de promocionar los productos | Redes Sociales, Página web, descuentos, más formas de promocionar | Redes sociales y Descuentos | Solamente una red social y descuento | Ninguna Red Social y Descuento | No promociona |
| Porcentaje de familias que tienen inconvenientes a la hora de trabajar | 0 a 20% | 21% a 40% | 41% a 60% | 61% a 81% | 81% a 100% |

| | | | | | |
|---|-----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| Porcentaje de familias que tienen servicio pos venta | 81% a 100% | 61% a 81% | 41% a 60% | 21% a 40% | 0 a 20% |
| Tiempo que dedican a la actividad artesanal (horas/año) | Más de 5000 horas | 4000 a 5000 horas | 3000 a 4000 horas | 1000 a 2000 horas | Menos de 1000 |
| Máxima producción teórica promedio de artesanías o capacidad instalada (unidades/año) | Más de 16000 unidades | 16000 a 13000 unidades | 10000 a 13000 unidades | 7000 a 10000 unidades | Menos de 7000 unidades |
| Capacidad Real (unidades/año) | Más de 13000 unidades | Entre 10000 y 13000 | Entre 7000 y 10000 | Entre 3000 y 7000 | Menos de 3000 |
| Ingresos anuales promedio | Más de \$100.000 | \$50.000 a \$100.000 | \$10.000 a \$50.000 | \$5.000 a \$10.000 | Menos de \$5.000 |
| Gastos y costos anuales promedio (\$/año) | Más de \$100.000 | \$50.000 a \$100.000 | \$10.000 a \$50.000 | \$5.000 a \$10.000 | Menos de \$5.000 |
| Ingreso per cápita hogar (\$/días) | Más de \$70 | \$50 a \$70 | \$30 a \$50 | \$10 a \$30 | Menos de \$10 |
| Gastos per cápita (\$/día) | Menos de \$1 | \$1 a \$3 | \$3 a \$6 | \$6 a \$10 | Más de \$10 |

ANEXO D – Evidencia De Toma De Cuestionarios



ANEXO E - Evidencia De Toma De Cuestionarios 2



ANEXO F - Evidencia De Toma De Cuestionarios 3

