



# **UNIVERSIDAD OTAVALO**

## **CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

### **PROCESO Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL PARA EL OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA. UNIVERSIDAD OTAVALO.**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO(A) EN  
COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

**AUTORAS:**

**EVELIN DAYANA YÉPEZ TORO**

**KARLA SAMANTA BARRENO YÉPEZ**

**DIRECTOR: DR.C: JESÚS FRANCISCO GONZÁLEZ ALONSO.**

**OTAVALO, SEPTIEMBRE 2019**

# DECLARACIÓN

Yo, KARLA SAMANTA BARRENO YÉPEZ, declaramos que este trabajo es de mi total autoría que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

---

Karla Samanta Barreno Yépez

100266303-5

# DECLARACIÓN

Yo, EVELIN DAYANA YÉPEZ TORO, declaro que este trabajo es de mi total autoría que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional. La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

---

Evelin Dayana Yépez Toro

100397021-5

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Certifico que el proyecto de investigación titulado “MANUAL DE PROCESOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL PARA EL OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA. UNIVERSIDAD OTAVALO.” bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título de Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas de las estudiantes Karla Samanta Barreno Yépez y Evelin Dayana Yépez Toro los mismos cumplen con las condiciones requeridas por el Reglamento de Trabajos de Titulación (Art.16 y 25).

---

Dr.C: Jesús Francisco González Alonso

CI. 175700853-5

## **AGRADECIMIENTOS**

Al finalizar el presente trabajo tan arduo queremos expresar nuestro agradecimiento a Dios por bendecirnos para alcanzar este triunfo y una infinita gratitud a nuestra familia por ser guías y apoyo a lo largo de este camino.

De igual manera agradecer y reconocer el rol que ha desempeñado nuestros docentes aportando con su experiencia y compartiendo sus conocimientos durante esta importante etapa de formación profesional especialmente a la directora de Carrera Msc. Johanna Morocho, al Msc. Santiago Núñez y a nuestro querido tutor, Director de Investigación de la Carrera Dr.C Jesús F. González Alonso quien fue el mentor del proyecto de creación del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo.

## **DEDICATORIA**

Este logro alcanzado quiero dedicar con todo el amor a Dios por guiar mi camino y bendecirme con los mejores padres Raúl y Marlene, a mis hermanas Katy y Lesly que son mi motivación para alcanzar todos mis objetivos, no tengo palabras para expresar el enorme agradecimiento por acompañarme en todo momento dándome su apoyo incondicional, ya que gracias a su esfuerzo y sacrificio no hubiese sido posible lograr culminar esta etapa trascendental de mi vida.

Evelin Dayana Yépez Toro

Estoy agradecida por cada experiencia vivida y evidenciada en cada peldaño construido con esfuerzo, dedicación y amor, basada en cada uno de los valores inculcados por mis padres Verónica y Hugo, en la fuerza y orientación brindada por mi hermano sin dejar de lado el aporte de mis abuelos Carlos y Fabiola que han sido participes y precursores de cada paso que he dado en este trayecto. Aquí voy con todo porque llevo valores y conocimientos sólidos, grandes maestros para mi vida y con gratitud despido esta etapa, esto te lo entrego a ti Mami que me has enseñado que el cielo es mi límite, Te Amo.

Karla Samanta Barreno Yépez

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b> .....	12
1.1 Observatorio.....	12
1.1.1 Antecedentes.....	12
1.1.2 Elementos Característicos .....	13
1.1.3 Funciones .....	13
1.2 Inteligencia Comercial .....	14
1.2.1 Antecedentes.....	14
1.2.2 Herramientas de Inteligencia Comercial .....	15
1.2.3 Modo de Acceder a la Información .....	16
1.2.4 Inteligencia Dirigida a Negocios.....	16
1.3 Manual de Inteligencia Comercial para el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera .....	16
1.3.1 Conceptualizaciones Básicas .....	16
1.3.2 Importancia de un Manual para el Observatorio .....	17
1.3.3 Conformación del Manual .....	17
1.3.4 Proceso de la Inteligencia Comercial.....	18
1.3.5 Arquitectura de la Inteligencia Comercial en la Organización .....	18
1.3.6 Inteligencia y Gestión de Conocimiento orientada al Observatorio.	19
1.3.7 Esquema de Inteligencia Comercial Observatorio-Cliente.....	21
1.3.8 Intervención de la Inteligencia en la Planificación y Toma de Decisiones	22
Conclusiones Capítulo No I.....	22
<b>CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	23
1.4 Enfoque.....	23
1.4.1 Cuantitativo .....	23
1.4.2 Cualitativo .....	23
1.4.3 Mixto .....	24
1.4.4 Alcance .....	24
1.4.5 Métodos.....	25
1.4.6 Muestra.....	26
1.5 Técnica De Levantamiento De Información.....	26
1.5.1 Entrevista.....	26
1.5.2 Validez .....	27
1.5.3 Confiabilidad .....	27
1.6 Técnica De Análisis De Información.....	27
1.6.1 Triangulación De La Información .....	27
1.6.2 Conclusiones Capitulo Nro Ii.....	27

<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b> .....	29
3.1 Introducción .....	33
3.2 Objetivos.....	34
3.2.1 Objetivo General .....	34
3.2.2 Objetivos Específicos .....	34
3.3 Procesos Y Procedimientos.....	35
3.3.1 Proceso Inteligencia Comercial .....	35
3.3.1.1 Recepción .....	35
3.3.1.2 Investigación .....	35
3.3.1.3 Almacenamiento .....	36
3.3.1.4 Evaluación Y Control De Resultados .....	36
3.3.2 Propósito .....	36
3.3.3 Alcance.....	36
3.3.3.1 Área Legal:.....	36
3.3.3.2 Estudio De Mercado:.....	36
3.3.3.3 Relaciones Internacionales .....	37
3.3.3.4 Inversión Extranjera .....	37
3.3.3.5 Cooperación Internacional .....	37
3.3.3.6 Comercio Exterior .....	37
3.3.3.7 Estudio De Mercado.....	37
3.3.3.8 Relaciones Internacionales .....	37
3.3.4 Referencias .....	37
3.3.5 Definiciones.....	39
3.3.6 Responsabilidades .....	39
3.3.7 Políticas Y Lineamientos .....	39
3.3.7.1 Políticas .....	39
3.3.7.2 Lineamientos.....	40
3.3.8 Flujograma.....	42
3.3.9 Actividades .....	46
3.3.10 Formatos E Instructivos .....	52
3.3.10.1 Ficha Cliente/Proveedor .....	52
3.3.10.2 Expediente Del Proveedor.....	55
3.3.10.3 Expediente Del Cliente .....	58
3.3.10.4 Ficha País .....	61
3.3.10.5 Ficha De Estudio De Mercado.....	64
3.3.10.6 Ficha Técnica De Producto .....	67
3.3.10.7 Ficha De Satisfacción Del Cliente .....	70



3.3.10.8 Ficha De Trazabilidad.....	72
3.3.10.9 Boletín Informativo.....	74
<b>CONCLUSIONES</b> .....	79
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	80
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	81

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.- MODELO DE INCORPORACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	20
GRÁFICO 2.- GESTIÓN DEL CLIENTE .....	21

### **1.1.1 RESUMEN**

El presente trabajo está enfocado en una investigación sobre la inteligencia comercial para la generación de un manual de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes que solicitan los servicios del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo y que servirá de guía en esta área.

En el capítulo I, se explica el estado del arte de la investigación sobre observatorio y su razón de ser, también acerca de inteligencia comercial; los componentes, las herramientas y elementos tomando como base anteriores estudios en esta área, a la vez haciendo mención a las conceptualizaciones básicas de los diferentes pensadores acerca de la temática contribuyendo a la creación de la base teórica.

En el capítulo II, describe la metodología utilizada en el presente estudio, puntualizando las técnicas y herramientas factibles para la obtención de información de las diferentes fuentes, también se especifica la población y el instrumento aplicado la muestra con un análisis previo de la validez y confiabilidad de la información adquirida.

En el capítulo III, se realiza el Manual de Procesos de Inteligencia Comercial para el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera de la Universidad Otavalo explicando paso a paso los procesos de recepción, almacenamiento, investigación, evaluación y control de resultados, también se describe los procedimientos a seguir en cada uno de ellos, las actividades que se realizan conjuntamente con los documentos que se deben utilizar para su desarrollo tomando en cuenta las otras áreas con las que se relacionan y su responsabilidad pertinente para la presentación de resultados esperados.

Finalmente se presenta las conclusiones a las que se llegó posterior al estudio y las recomendaciones que se sugiere para una mejora en la aplicación.

## **ABSTRACT**

The present assignment is in focus on an investigation about the trading intelligence, for the generation of a handbook to satisfy the requirements of the clients that request the services of the External Trade Observatory and the foreign outlay, Universidad Otavalo and it will serve as a guide on this area.

In the chapter I, it is explained the status of the investigation art, about the observatory and its reason to be, also about the trading intelligence, the components, the tools and the elements taking as a base previous studies in this area, both making reference to the basic conceptualizations of the different thinkers about the topic contributing the creation of the theoretic base.

In the chapter II, it will describe the used methodology in the present study, pointing out the techniques and feasible tools to the obtaining of information of the different sources, also it will specify the population and the applied instrument to the sample with a test previous of the validity and confidentiality of the taken information.

In the chapter III, it will be realized the trading intelligence processes handbook for the External Trade Observatory and the Foreign Outlay of the Universidad de Otavalo explaining step by step the processes of receiving, storage, investigation, evaluation and control of results, also it will describe the process to follow in each one, the activities that are made jointly with the documents that it will be used for their development, taking into consideration the other areas with which they relate and its relevant responsibility for the presentation of the expected results.

Finally it will be presented the conclusions which arrived subsequent of the study and the recommendations that suggest an improvement in the application.

## JUSTIFICACIÓN

Actualmente los observatorios en un mundo tan globalizado juegan un papel muy importante porque son instituciones que investigan, recaban información y le dan un uso eficiente; contribuyendo así a una mejor toma de decisión; de tal manera que estos conocimientos ayuden a la sociedad en la administración de riesgos en sus empresas, negocio y emprendimientos para su desarrollo, brindando al consumidor una metodología idónea para la obtención de información que ayuden al fortalecimiento empresarial.

Es por ello que el presente proyecto de titulación describe el proceso de Inteligencia Comercial en el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera perteneciente a la Universidad Otavalo el cual se desarrollará para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Finanzas, ya que se integra en el proceso y procedimientos de la Inteligencia Comercial y se puede determinar las necesidades, su satisfacción en los clientes por medio de análisis a partir de la ciencia, ya que la inteligencia comercial da a las empresas la capacidad de acumular información; desarrollar conocimiento sobre clientes, competidores y operaciones internas, y cambiar la manera de tomar decisiones para lograr una rentabilidad más alta y otras metas de negocios según plantean Kenneth y Laudon, (2013).

De igual manera aporte con conocimientos sobre inteligencia comercial y el manejo de esta información de forma productiva para ser partícipes de eventos, conferencia, socializaciones que permitan que la empresa adquiera experiencia y por otro lado el investigador alcance un desarrollo y esto facilite su desenvolvimiento en el campo profesional.

A través de la administración y el procesamiento adecuado de la información para que al momento de realizar el análisis arroje resultados que permitan que la empresa, negocio o emprendimiento obtenga información fiable y real para el desarrollo de la misma.

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día en Ecuador la durabilidad de los negocios, empresas u organizaciones tiende a ser mínima según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos quien realizó un análisis sobre el panorama laboral y empresarial considerando aspectos más influyentes para su desarrollo como: la macroeconomía, índices laborales y la estructura y dinámica del tejido productivo que a su vez da a conocer una tasa de supervivencia de las empresas ente el 38% y 57%, es decir un porcentaje considerable solo llegan hasta la etapa de introducción en el mercado pero no alcanzan la madurez para posicionarse y así mantener su estabilidad.

Esto se debe a la carencia de una planificación estratégica, consideración de riesgos, planes de contingencia, planificación presupuestaria, una inteligencia comercial siendo esta última fundamental para el conocimiento del activo principal de una empresa es decir el usuario. Para el conocimiento total es necesario de la recopilación, procesamiento, análisis, verificación y almacenando datos que se obtiene mediante ejecución de la inteligencia comercial la cual se debe aplicar de manera organizada siguiendo un orden específico donde cada una de sus etapas se realice adecuadamente, para conseguir la eficacia de los procedimientos en su mayoría se acude a un manual de proceso y procedimientos de inteligencia comercial ya que como lo describe Luis Bassat (2011), “la inteligencia comercial no es un truco para vender más. Es una manera de hacer que genera confianza, indispensable para todo tipo de empresas”.

Este resulta de gran ayuda porque facilita la obtención de información correcta de clientes por medio de técnicas y herramientas, las cuales detallan de una forma clara y sistemática las actividades a realizar, con la aplicación de una metodología que garantice cada uno de los procedimientos son útiles y están elaborados de manera coherente. Y es así como se plantea la realización de dicho manual para una organización que logre el alcance de objetivos en este caso para el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo el cual busca satisfacer las necesidades de sus usuarios por medio de una investigación donde conocerá las diferentes aristas la problemática presentada y la generación de una solución.

## **ANTECEDENTES Y SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

Para empezar, primero hay que dar a conocer la diferencia entre consultorio y observatorio, Ya que el primero según Zapata Cantú, Pineda, Quiroga Treviño, & Rossas Ferrer (2013, pág. 22), al término consultorio lo define así: Por proceso de consultoría entiendo cualquier forma de proporcionar ayuda sobre el contenido, proceso o estructura de una tarea o de un conjunto de tareas, en que el consultor no es efectivamente responsable de la ejecución de la tarea misma, sino que ayuda a los que lo son.

En cambio, para conocer a los observatorios primero se señalará su origen el cual “se ubica en Europa hacia finales de la década de los ochenta, aun cuando Desrosières (1996) afirma que fueron creados hacia la década de los sesenta en Francia por el INSEE (L’Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) “.

Según Phélan (2007) citando a Soy (1991) menciona que todos los observatorios poseen características comunes: 1) fueron promovidos por entes municipales y regionales a partir de la década de los ochenta; 2) tienen fines similares, “...los Observatorios constituyen un instrumento de recogida, producción y análisis de los datos y de información económica, social y territorial, con el objetivo de conocer la situación urbana y las transformaciones actuales y facilitar la toma de decisiones”; 3) tienen objetivos y metodologías específicas que giran en torno al tratamiento de los datos y de la integración de la información proveniente de las diversas fuentes existentes; 4) no sólo se limitan a disponer y utilizarlos datos existentes, sino que tienen como función la interpretación de los hechos más significativos del desarrollo; 5) colocan un énfasis especial en los datos de carácter cualitativo así como en las áreas problemáticas o de especial interés, incluyendo la posibilidad de hacer encuestas o investigaciones ad hoc; 6) integran métodos cualitativos y cuantitativos para el análisis e interpretación de datos. Crean indicadores específicos; 7) en términos organizativos, asignan importancia a su relación con los organismos productores de datos, tanto de carácter público como privado. (pág. 56)

Hoy en día diferentes grados de desarrollo, pero la mayor parte se han originado de universidades o de iniciativas de profesionales, y otros de organizaciones sociales; cada uno con sus respectivas metodologías a su vez cada uno tiene una manera individual de dar seguimiento a la información y resultados obtenidos.

También hay que tener en cuenta que al investigar la existencia de un Comercio Exterior e Inversión Extranjera no hay datos o información puntual sobre este, ya que

los datos encontrados solo arrojan resultados sobre observatorios en otros campos como social, jurídico, turístico entre otros, es decir que la carencia de uno específicamente para el sector comercial es notable,

Y es así que mediante esta conceptualización se da a conocer la importancia de los observatorios en diferentes ámbitos específicamente en el comercial es por ello la realización de la investigación la cual pretende ser una guía y ayudar a solucionar necesidades y problemas existentes en este ámbito, de igual manera generar información de la situación actual del problema en cuestión, generando información y propuestas con un respectivo análisis, que permitan y mejoramiento de calidad y desarrollo de emprendimientos, negocios en la ciudad de Otavalo y sus alrededores satisfaciendo las necesidades existentes en la sociedad dedicada a la venta de productos o servicios que carecen de información o de una guía para comercializar adecuadamente y en pro de su progreso.

### **Problema científico**

¿Cómo desarrollar el proceso de Inteligencia Comercial para satisfacer las necesidades de los clientes que acuden a solicitar los servicios en el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo?

### **Objetivo general**

Desarrollar el manual de proceso y procedimientos de Inteligencia Comercial en el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo.

### **Objetivos específicos**

Realizar un estudio encaminado al marco teórico sobre Inteligencia Comercial para el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo.

Describir metodológicamente la realización del proceso de Inteligencia Comercial en el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo.

Presentar los resultados obtenidos en el proceso de Inteligencia Comercial, en el Observatorio Comercio Exterior, Inversión Extranjera Internacionales, Universidad Otavalo.

### **Hipotesis**

La inteligencia comercial permite la captación de clientes y la satisfacción de sus necesidades mediante el Observatorio Comercio Exterior, Inversión Extranjera Internacionales, Universidad Otavalo.

### **Declaración de variables**

Variable independiente: Manual de procesos y procedimientos de Inteligencia Comercial, Observatorio Comercio Exterior, Inversión Extranjera Internacionales, Universidad Otavalo.

Variable dependiente: Captación de clientes y la satisfacción de sus necesidades.

### **Metodología de la investigación**

La presente investigación empleará diferentes tipos de estudios tanto exploratorios y correlacionales que faciliten la familiarización con el tema en cuestión, a la vez la relación de los diferentes puntos de vista de algunas fuentes sobre Inteligencia Comercial; también estudios tanto descriptivos como explicativos que aporten a la investigación, mediante el uso del método cualitativo que le permite obtener información histórica, bases teóricas del tema en cuestión ya que este es subjetivo, con la finalidad de indagar la realidad que experimenta la sociedad y los factores influyentes permitiendo conocer el comportamiento de los usuarios. Para la aplicación de estos métodos se pretende utilizar la técnica de: entrevista esta ayudará a conocer la situación actual y se captará información directa de los implicados.

### **Aportes de la investigación**

Generación de manual de procesos y procedimientos de inteligencia comercial para Observatorio Comercio Exterior, Inversión Extranjera Internacionales, Universidad Otavalo.

Brindar una guía para el área de Inteligencia Comercial del Observatorio Comercio Exterior, Inversión Extranjera Internacionales, Universidad Otavalo

Ofrecer apoyo y asistencia a la población de la sierra norte del país despejando sus dudas y satisfaciendo sus requerimientos.



## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

El presente capítulo se basará en el cumplimiento del primer objetivo el cual consta de realizar un estudio encaminado al marco teórico sobre Inteligencia Comercial para el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo. De tal manera que se tenga noción clara del presente proyecto y a la vez una fundamentación teórica sobre el tema tomando como referencia algunos pensadores y sus distintos puntos de vista lo cual servirá para la continuación del siguiente capítulo.

### **1.2 OBSERVATORIO**

Tal como lo menciona Rey Beltrán (2003) citado por Angulo quien los define a los observatorios como ideas relacionadas con la función de observar, y lo que realmente se ve es lo que existe desde un lugar, que no es único ni definitivo; en realidad se trata de una interacción de lugares y perspectivas diferentes, donde la ubicación de una información corresponde un lugar de comprensión. “Observar” no busca una visión perfecta sino reconoce la necesidad de diversas miradas para modular y comprender (pág. 08). Básicamente el observatorio se dedica examinar un determinado objeto o situación, por medio de investigaciones sobre las variables que lo componen, factores que surgen e influyen él y desencadenan cambios.

#### **1.2.1 ANTECEDENTES**

Los observatorios más arcaicos fueron de astronomía en las antiguas Mesopotamia, China, India y Egipto, así como en algunos pueblos de América, con el paso del tiempo se han ido adentrando en áreas sociales, científicas, económicas y políticas; solo en Latinoamérica la Clacso (2013) dispone de un Portal de Observatorios en el cual constan 156 a nivel mundial que tienen como objetivo observar la realidad social, económica y ambiental de diferentes naciones. El Ecuador registra un número variado sobre todo en temas sociales: En Democracia y Control Institucional: Observatorio de la Política Fiscal; En Conflictividad Social y Medio ambiente: Acción Ecológica; En Comunicación: Fundación Andina para la Observación y Estudios de Medios de Fundamedios; En Educación Infancia y Juventud el Observatorio de los Derechos de la niñez y la adolescencia; De Movilidad Académica el de la Universidad Técnica de Loja (UTPL).

También en Medio Ambiente: de Política Ambiental. La Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, creo en el 2010 un Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa, cuyo principal objetivo es difundir información sobre la realidad de la pyme. En fin, a través de estos se ha obtenido una visualización sin límites alcanzando un conocimiento amplio, una recolección y divulgación de información o datos estadísticos y la intermediación e intervención directa en las diferentes temáticas objeto de análisis. (pág. 13)

### **1.2.2 ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS**

Esencialmente los observatorios cuentan con tres elementos característicos los cuales son; organización que hace referencia a la constitución, es decir la división de las diferentes áreas en las que se desarrollan los procesos y el enfoque que cada uno tiene para contribución en la investigación. Así también, un orden en el desenvolvimiento de cada procedimiento incluyendo las actividades que lo conforman. A la par de una planificación ordenada para su progreso a corto o largo plazo y una organización jerarquizada enfocada en el cumplimiento la misión, función, principios valores y objetivos (Farné, 2011).

Por otra parte, se encuentra sistemas de información constan de: entrada, almacenamiento, procesamiento y salida de datos, favoreciendo el análisis de la información pasando a ser una base para futuras investigaciones. considerando tiempo, forma y contenido. Y finalmente se tiene a los métodos, que representan la estrategia que promueven la adquisición de conocimientos sobre la situación u objeto de estudio, mediante las directrices que se han planteado para el desarrollo de las actividades o procedimientos y para generación la información. En otras palabras, para la implantación de un observatorio la aplicación de ciertos elementos determina el alcance los objetivos, la funcionalidad de este y un desarrollo de áreas o departamentos (Vicepresidencia de la República de Colombia, 2006).

### **1.2.3 FUNCIONES**

Independientemente de su naturaleza, para Prieto (2003), citado por Angulo (2009) todo observatorio busca dos propósitos elementales: investigar —revisar, los contenidos que aparecen en el espacio de observación pertinente a su área de interés, aunque es importante señalar que para el ámbito de las ciencias sociales aún no están específicamente definidas las funciones. Por lo tanto, entre las que se destacan son: el brindar a las personas y la sociedad en general información sobre un determinado objeto de estudio contemplando variables que le caracterizan; y contribuir con el

desarrollo de herramientas, metodologías y técnicas que ayuden a generar conocimientos a través de la obtención de información. Adicionalmente el vincular a diferentes actores que intervengan o aporten con datos o experiencias claves en la investigación propiciando así un espacio de libre expresión (Carrera Burneo & López, 2013).

### **1.3 INTELIGENCIA COMERCIAL**

Según Cano (2007), la Inteligencia Comercial busca la mejora de las empresas o entidades para que colaboren en una mejor toma de decisiones que le permita adquirir una ventaja absoluta sobre la competencia; esto abarca diferentes propuestas con el fin de tomar decisiones en las oportunidades otorgadas y a la vez contraer riesgos expuestos a los que se rigen cada empresa, dependiendo así toda la información adquirida e interpretada para una mejora en cada entidad (pág. 66).

#### **1.3.1 ANTECEDENTES**

Inteligencia comercial nace necesariamente para que las entidades después de haber realizado varios procesos de como ordenar la diferente información de la empresa cuenten con una mejora pronta y a la vez colabore a la toma de decisiones. Inteligencia comercial este término surge por el investigador Luhn (1958) quien manifiesta que es: “La capacidad de comprender las interrelaciones de los hechos presentados en tal forma como para orientar la acción hacia una meta deseada”. Tiempo más tarde el canadiense Kenneth Inverson (1962) da a conocer un progreso la invención de un lenguaje de programación que permitiría un procesamiento analítico. Ya por 1989 Howard Dresner propone que “los conceptos y métodos para mejorar la toma de decisiones empresariales mediante el uso de sistemas basados en hechos de apoyo se conozca como inteligencia de negocios”. (Time Manager, 2017)

Es decir, la conceptualización se ha ido incrementando por el desarrollo y la aplicación de herramientas técnicas o metodologías que ha ido surgiendo con el pasar de los años para la recopilación de información en un proceso donde el objetivo principal es conocer todos los datos existentes. Actualmente se reconoce el impacto que tiene la inteligencia comercial en el mundo empresarial por la influencia que tiene en el alcance de las metas planteadas, aplicando bussineess inteligent se realiza un análisis exhaustivo de la información relacionando con todos los factores que influyen las

actividades que se desarrollan dando un uso eficaz y eficiente a los datos obtenidos otorgando así ventajas competitivas y facilitando la toma de decisiones.

## **1.3.2 HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA COMERCIAL**

### **1.3.2.1.1 HERRAMIENTAS DISPONIBLES EN EL MERCADO**

Las herramientas que se encuentran disponibles en el mercado están relacionadas con algunas entidades que permiten a los importadores y sobresaliendo a los exportadores a un apoyo para cada proceso que se desea realizar siendo estas Corpei, la Aduana del Ecuador, Banco Central el cual permite establecer una alta potencialidad. Queda claro que favorece a los exportadores e importadores a la hora de contar con un sustento de apoyo como son varias entidades que manejan o regulan el proceso al cual se rigen (Lazo & Jara, 2010).

### **1.3.2.1.2 TIPOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

De acuerdo a las funcionalidades organización se seleccionan los sistemas a utilizarse en este caso son: el procesamiento de transacciones encargado de examinar todos los datos, documentos e información requeridos de la empresa o entidad a la cual se pretende ayudar con las operaciones sistemáticas. La administración relativa, quien entrega informes o documentación que permitan a cada entidad un mejor desempeño en cada cargo, por ejemplo; la dirección, planificación y ejecución del trabajo previsto por cada departamento. Apoyo a ejecutivos proporcionando información clave para la empresa y que contribuya a la realización objetivos claros y precisos en un determinado tiempo.

También se aplica un sistema de soporte a la toma de decisiones donde centra en toda la información adquirida en el proceso estipulado, generando una solución a los problemas de la empresa o entidad, y que en el transcurso del tiempo represente la mejor decisión de hacia dónde dirigirse. Por otro lado, la toma de decisiones en grupo se encarga de diseñar o esquematizar cada propuesta que se ha implementado por cada directivo e incluso empleado para ser debatida en grupo, influyendo en la solución de problemáticas (Calzada & Josè, 2009).

Y por último se encuentran los sistemas expertos de soportes a la toma de decisiones que tal como lo afirman Solano y Días, quienes comparten el argumento que “los sistemas de información es importante destacar que están enfocados principalmente en las ventas realizadas, en la logística y la contabilidad de la empresa para optimizar la gestión empresarial, y así obtener posicionamiento en el mercado” es decir,

proporciona la información requerida, este caso para el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera y sus áreas, en la cual es entregada por personal capacitado en el tema (Solano & Días, 2016).

### **1.3.3 MODO DE ACCEDER A LA INFORMACIÓN**

Como señala Ferres (1999) citado por Bartolomé (2000): “Por primera vez en la historia de la humanidad puede afirmarse que vivimos en una cultura de espectáculo. No solo porque las tecnologías de la comunicación audiovisual ponen a disposición a los ciudadanos toda clase de espectáculos a todas horas del día. También acaban de convertir en espectáculo a todas las realidades a las que se aproximan, desde la política, con sus shows electorales, hasta la religión con sus iglesias electrónicas...” (pág. 12). Recalcando que medio audiovisual o de internet es representativo a la hora de acceder a la información que se necesita saber, al generar conocimientos y la conexión que tienen con la información requerida.

### **1.3.4 INTELIGENCIA DIRIGIDA A NEGOCIOS**

Indica principalmente como cada uno del personal puede aportar con una idea para la entidad a la cual se pertenece contribuyendo con su progreso. Según Howson (2009); “la inteligencia de negocios permite principalmente a las personas de todos los niveles de organización tener acceso, ya sea a interactuar y analizar información para administrar el negocio, mejorar el rendimiento, descubrir oportunidades y operar eficientemente”. (Guillén, 2017) tomando en cuenta esa conceptualizaciones que la presente investigación se basa en la normativa técnica de gestión de la información ecuatoriana por lo que controla la accesibilidad a la información de entidades públicas facilitando la constatación de datos. También amparándose en las normas ISO 9001 encargadas de la gestión de calidad garantizando el acceso a la información y que la misma se encuentre almacenada, organizada de tal forma que se cumpla con los estándares requeridos de la normativa.

## **1.4 MANUAL DE INTELIGENCIA COMERCIAL PARA EL OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA**

### **1.4.1 CONCEPTUALIZACIONES BÁSICAS**

Para proceder a la realización de un manual de Proceso y Procedimientos de Inteligencia Comercial es necesario conocer las conceptualizaciones de sus tres elementos: manual encontrando que este es un libro, tomo o folleto que comprende lo

más sustancial de una materia, es decir, una guía sobre una temática específica que ofrece información precisa y clara que permite entender mejor el procedimiento de cómo funciona cada tema, en este caso hablaremos de un manual de cómo aplicar la inteligencia comercial y poder explicar claramente su procedimiento (Real Academia Española, 2018). Asimismo, los procesos que son un conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial, abarcan muchos comportamientos de la empresa, estos sirven para diseñar diferentes tipos de mejoras que se quieren realizar e implementarse, rigiéndose con orden al momento de eliminar algún problema suscitado (Española, Real Academia Española , 2018).

Y por último los procedimientos son métodos de ejecutar algunas cosas las cuales enfocaran principalmente darles sentidos a todos los pasos estipulados en cada entidad que sean realizados de una manera más ágil, al momento pueden existir tipos de estos procedimientos, pero si no se les estudia y se escoge el correcto se la organización encontrara con pérdidas. Estos alrededor de la investigación enseña a diferenciar cada uno de los pasos establecidos para la elaboración del manual de Inteligencia Comercial para el observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera aportando nuevos conocimientos y comportamientos de la empresa o cliente (Real Academia Española, 2018).

#### **1.4.2 IMPORTANCIA DE UN MANUAL PARA EL OBSERVATORIO**

Un manual representa una herramienta útil, porque la información contenida está sustentada de investigaciones previas, que ya han sido analizadas y seleccionadas para servir referencia en la ejecución de las actividades, fases o etapas que se desarrollan para un observatorio; ayudando en el control, manejo de información o datos fehacientes, al estar elaborado de forma estructurada, organizada y secuencial sobre un área específica facilita la ejecución de procesos y procedimientos eficientes.

#### **1.4.3 CONFORMACIÓN DEL MANUAL**

Para alcanzar el éxito en ejecución de una temática en este caso en la inteligencia comercial es recomendable que su composición se encuentre ordenada para aplicar dicha información obteniendo los resultados esperados por lo tanto se menciona a continuación sus principales componentes:

“Identificación, Índice o contenido, Prólogo y/o introducción, e Objetivos del proceso y procedimientos, Áreas de aplicación y/o alcance, Responsables, Políticas o normas de operación, Concepto, Proceso, Procedimiento, Formulario de impresos, Diagramas de flujo, Glosario de términos” (COSEVI, 2013).

Siendo estos componentes los pilares para que la información se distribuya acorde a las actividades desarrolladas esto significa que se describa minuciosamente las técnicas o métodos a emplearse obteniendo un trabajo organizado y de fácil comprensión para una efectiva aplicación en la entidad.

#### **1.4.4 PROCESO DE LA INTELIGENCIA COMERCIAL**

Según Vásquez y Sucerquia (2011) quienes hacen una recopilación de diferentes pensadores y mencionan en su informe “La Inteligencia de Negocios: Etapas del proceso”, que se divide en cuatro fases: la extracción que se basa en recopilar todos los datos obtenidos de información existente en la empresa o entidad para una mejor toma de decisión ayudando a la empresa en el manejo de todos sus recursos ya sean físicos como financieros y todo lo que abarquen los departamentos de la empresa. Por otro lado, la consolidación donde se ajustan las diferentes fuentes de información y la intervención de los procesos en la empresa analizando la documentación de una manera exhaustiva y sistemática contrastando la información.

También manifiestan la etapa de explotación donde se verifica que existan todos los datos obtenidos, ejecutados al momento de realizar el análisis y la interpretación de todos los procesos que se llevaran a cabo e ingresando al portal, para que lleguen a estar listos en el tiempo estipulado como herramientas a utilizarse por los usuarios. Y por último la visualización que ayuda principalmente a los usuarios o dueños de cada establecimiento a comprobar o verificar como gira su negocio por medio de indicadores o graficas que permiten ser una mejor herramienta interactiva a la hora de comprobar del giro de negocio (Vásquez Castrillón & Sucerquia Osorio, 2011).

#### **1.4.5 ARQUITECTURA DE LA INTELIGENCIA COMERCIAL EN LA ORGANIZACIÓN**

Está conformada por fuentes de datos que alimentan el sistema de inteligencia comercial por medio de procesos como la extracción, transformación y carga de datos que facilitan la recopilación de información segura; de tal forma que se lleve un control permanente de la información del negocio con actualizaciones para satisfacer así las necesidades de los usuarios y del área (Salazar, 2014).

##### **1.4.5.1.1 SELECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Actualmente obtener información no es una tarea difícil puesto que existen muchísimas fuentes que brindan datos de todo tipo de temáticas, lo complicado es seleccionar la información para ello se toma en cuenta algunos aspectos para realizar una valoración de la información comercial como: ser actual, ser exacta, ser

homogénea, ser rentable y útil. Y es así como se obtendrá los datos precisos para la investigación que se lleve a cabo (Heredia, 2011).

#### **1.4.5.1.2 DATAWAREHOUSE**

Es un almacenamiento de datos que permite recaudar todo tipo de información de las empresas o entidades del tiempo que llevan en el mercado aportando a una mejor toma de decisiones. Los componentes de Datawarehouse; son datos que están sobre información de cuando se extrajo la información, se subieron los datos, de qué sistema de contrajo un elemento, como se genera ganancia o proporciona utilidad. Dentro de estos los separa en tres enfoques: la analítica del negocio que ayuda a una examinación estadística, los reportes que se enfocan en cómo tiene necesidad cada usuario en diferentes ámbitos; y finalmente OLAP, este implica la lectura de datos generalmente grandes proporcionados históricamente y en la actualidad. Cuando se ingresan los datos estos no pueden ser modificados, sus actividades primordialmente se reducen a la captura de información y la consulta, que los datos estén resumidos y contantemente se retroalimenten para contar con información actualizada. (Salazar, 2014).

#### **1.4.5.1.3 BENCHMARKING**

Esta es una técnica que permite tomar información de otros entes poniendo en una balanza los datos y realizando una comparación, de tal manera quedarse con lo más relevante para su aplicación obteniendo nuevas ideas para la satisfacción de los usuarios y de la organización en este caso el Observatorio a través de la implementación de nuevas estrategias, búsqueda e ingreso a la información. Donde se debe de tener en cuenta que cada empresa es un entorno diferente pues cuenta con características económicas, sociales y políticas que las representan (Heredia, 2011).

### **1.4.6 INTELIGENCIA Y GESTIÓN DE CONOCIMIENTO ORIENTADA AL OBSERVATORIO**

Entre los objetivos de un observatorio se encuentran el captar y conservar a sus clientes como toda organización, es por ello que se recopila la mayor información posible de los nuevos y potenciales clientes. A la vez se retroalimenta la base de datos existente, las necesidades cambian de manera constante de acuerdo a la situación o variables que intervienen, por lo tanto, una vez identificado el problema a resolver se procede a la búsqueda de información tal como lo demuestra el grafico 1, mediante el



planteamiento de interrogantes que lo secunden para analizar las líneas a investigar permitiendo un conocimiento en esta área con metodologías que aseguran una resolución satisfactoria, lo que representa para un observatorio y cualquier organización una ventaja ante los competidores a través de la prestación de un servicio de calidad con valor agregado.



Gráfico No 1.- Modelo de incorporación de la información  
Fuente: (Villanueva & Toro, 2017)

El esquema se enfoca en darle valor al cliente dentro de una organización contemplando los principales factores de información como: el consumo de los clientes, los ingresos y costes por cliente, producto actual, modelo de la relación del cliente con la organización y causas de abandono; captando las características del cliente en tiempo real sus deseos, problemáticas, necesidad u objetivos; aunque tradicionalmente las organizaciones se dedicaban a la obtención de información básica, hoy en día lo que se pretende tener es mayores datos del cliente con un margen de error mínimo (Villanueva & Toro, 2017).

### 1.4.7 ESQUEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL OBSERVATORIO-CLIENTE

La inteligencia comercial no es solo el hecho de conocer al cliente y obtener información sobre su actividad comercial, lo importante es analizar al objeto en cuestión, es decir al cliente y comprender los factores que le influyen y examinar los patrones que sigue para comprender la problemática que necesita ser resuelta.

Va más allá de predicciones basadas en supuestos que dan como resultado una información poco útil, la inteligencia comercial permite una relación más estrecha entre servicio que se oferta por parte de la organización y el cliente, por ejemplo: entre un observatorio (oferta el servicio)–cliente (solicitante del servicio), da apertura a la interacción que permite la profundización de los requerimientos que se demandan. Tal como lo demuestra el gráfico 2.

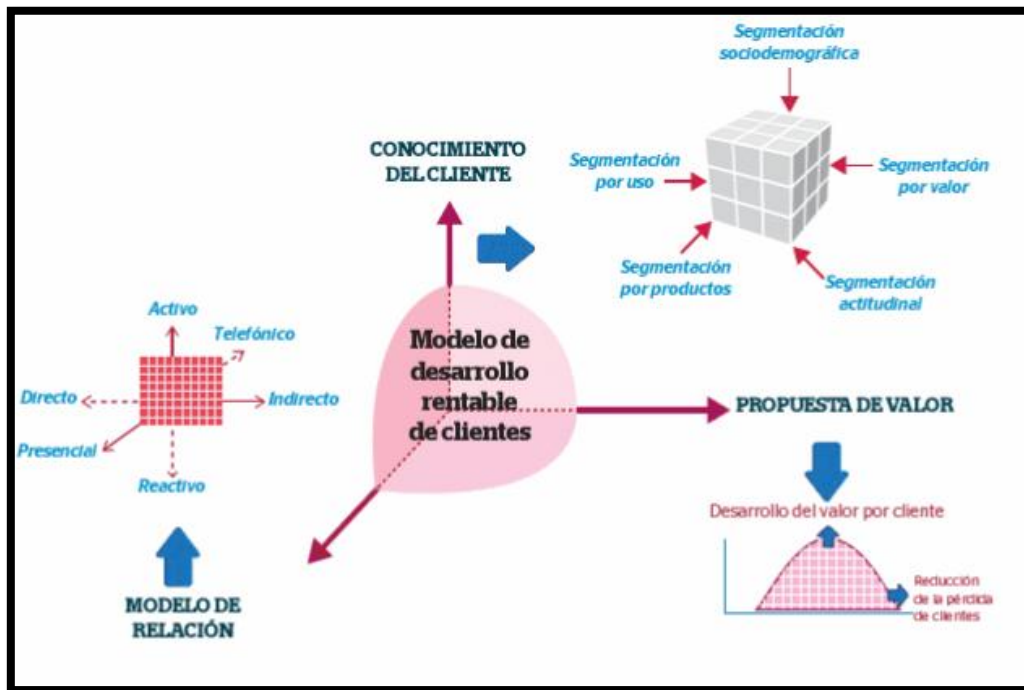


Gráfico 2.- Gestión del cliente

Fuente: (Villanueva & Toro, 2017)

Como se puede evidenciar en el gráfico el punto focal es el conocimiento del cliente basado en un modelo de desarrollo rentable que le permita conocer características en las cuales se fundamenta para la toma de decisiones determinando si su inclinación se basa en el producto, servicio, valor o posicionamiento dando así una clara visión en la generación de un valor agregado para el usuario se mantenga como cliente.

#### **1.4.8 INTERVENCIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA PLANIFICACIÓN Y TOMA DE DECISIONES**

Toda organización que cuente con una inteligencia comercial está apoyada por la inteligencia competitiva la cual según Comai, Millán (2003) quien dice que puede describirse como “Una práctica empresarial de desarrollo relativamente reciente y se concibe como una investigación que reúne información y desarrolla el conocimiento sobre los acontecimientos y los factores críticos externos a la empresa” (pág. 3). Por lo tanto, se considera en las diferentes fases de aplicación del proceso y posteriormente de los procedimientos de inteligencia comercial, porque ayuda a cumplir con el objetivo alcanzar comprendiendo los factores que rodean a la organización, detectando futuras complicaciones que dificulten la toma de decisiones. Por medio de la realización de una planificación de estrategias que contemplen información que colaboran al conocimiento de factores externos que influyen.

### **CONCLUSIONES CAPÍTULO No I**

Por medio de la investigación y los planteamientos de varios pensadores se pudo dar cumplimiento al primer objetivo del presente proyecto el cual es realizar un estudio encaminado al marco teórico sobre Inteligencia Comercial para el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo.

Se logró obtener información por medio de libros, artículos, revistas, investigaciones servirá como sustento para la realización del manual de procesos y procedimientos de Inteligencia Comercial encaminado al Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera.

Mediante la investigación de la temática de inteligencia comercial se conoció los elementos que la conforman como son las herramientas, los sistemas, los componentes, proceso, arquitectura, datawarehouse, benchmarking que arrojan datos previamente estudiados con un análisis independiente siendo así la base para una posterior realización del manual de Inteligencia Comercial para el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera.

## **CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO**

El presente capítulo se basará en el cumplimiento del segundo objetivo donde se trata de describir metodológicamente la realización del proceso de Inteligencia Comercial para el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo, para así determinar los métodos a utilizar para el desarrollo de la presente investigación que permitan tener información útil y verdadera desde metodologías que se encuentren acordes para alcanzar la meta planteada.

### **1.5 ENFOQUE**

Una vez que se tiene elaborado el problema de investigación, preguntas, objetivos e hipótesis, se elabora el diseño y se selecciona la muestra que se utilizará en el estudio de acuerdo con el enfoque elegido, la siguiente etapa consiste en recolectar datos pertinentes sobre las variables, sucesos, comunidades u objetos involucrados en la investigación (Gómez, 2006).

#### **1.5.1 CUANTITATIVO**

Bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir, los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Galeano, 2004).

Durante el proceso de cuantificación numérica, el instrumento de medición o de recolección de datos juega un papel central. Por lo que deben ser correctos, o que indiquen lo que interesa medir con facilidad y eficiencia; un instrumento de medición considera tres características principales: Validez: se refiere al grado en que la prueba está midiendo lo que en realidad se desea medir. Confiabilidad: se refiere a la exactitud y a la precisión de los procedimientos de medición. Factibilidad: se refiere a los factores que determinan la posibilidad de realización, tales como: factores económicos, conveniencia y el grado en que los instrumentos de medición sean interpretables (Namakforoosh, 2005).

#### **1.5.2 CUALITATIVO**

Taylor y Bogdán (1987), citados por Blasco y Pérez (2007) desde el punto de vista de estos autores, el modelo de investigación cualitativa se puede distinguir por las siguientes características: la investigación cualitativa es inductiva, los investigadores

desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible, comenzando sus estudios con interrogantes vagamente formuladas, en la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. Se estudia a las personas en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran (Blasco & Pérez, 2007).

### **1.5.3 MIXTO**

De la combinación surge la investigación mixta, misma que incluye las mismas características de cada uno de ellos. Grinnell (1997), citado por Hernández (2014) señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí. Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos, como consecuencia establecen suposiciones o ideas, comprueban y demuestran el grado de fundamento, revisan sobre la base de las pruebas o del análisis, proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar o incluso para generar otras (pág. 4).

Para desarrollar la presente investigación se utilizará el enfoque cualitativo ya que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos de un estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. En esta investigación se aplica a través del instrumento de la entrevista porque permite obtener datos característicos de los usuarios.

### **1.5.4 ALCANCE**

Un proyecto de investigación nace con una idea que tiene el investigador de estudiar un tema de su interés, y que al revisar la literatura disponible encuentra un problema o área de oportunidad a atender. Cuando se define el problema de investigación, es momento de establecer el alcance de la misma, no se debe pensar en una tipología, porque más que una clasificación, lo único que indica dicho alcance es el resultado que se espera obtener del estudio es decir conocer toda la información acerca de los usuarios del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera (Hernández Sampieri, 2014).

#### **1.5.4.1.1 DISEÑO**

La investigación bibliográfica trata de la experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos

pasados. El investigador depende de fuentes primarias y secundarias que proveen la información y examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa. En el primer caso verifica la autenticidad de un documento o vestigio y en el segundo, determina el significado y la validez de los datos que contiene el documento que se considera auténtico. La investigación exploratoria permite aproximarse a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos.

#### **1.5.4.1.2 Tipo**

La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.). La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio por medio de las observaciones en un barrio, las encuestas a los empleados de las empresas, el registro de datos relacionados con las mareas, la lluvia y la temperatura en condiciones naturales. Al desarrollar el estudio para la aplicación de inteligencia comercial se hace necesario contar con diseño y tipo de investigaciones que le permitan la adquisición favorable de datos o información representativa del usuario es por ello que se toma como bases para un desarrollo exitoso las investigaciones: bibliográficas, exploratorias, documental y de campo, ya que estas facilitan a través de diferentes sus elementos el profundizar en los datos. (Hernández Sampieri, 2014).

#### **1.5.5 MÉTODOS**

Según Jiménez (2017), el método deductivo e inductivo se enfoca en los hechos y fenómenos a investigar, identificando todos los aspectos que lo caracterizan, en cambio el método de inducción permite adquirir todos los conocimientos y observar su naturaleza reuniendo la mayor cantidad de datos, en este caso con el observatorio lo que se pretende conocer es a que campo o sector que se quiere llegar ya sean estos los clientes, en cambio la deducción nos enfocamos primordialmente en dar soluciones o características que ayude a con cada uno de los clientes del observatorio, finalmente se tiene el método analítico donde se observa todas las causas y los efectos al momento de comprender se esencia y establecer nuevas teorías acerca de los usuarios.

La población es el universo o conjunto de personas en observación de las cuales se quiere obtener información para una investigación determinada, en el presente proyecto la indagación de datos se realizara en los sectores de Tulcán, Huaca, Montufar, Bolívar, Espejo, Mira, Pimampiro, Ibarra, Urcuqui, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Cayambe, Pedro Moncayo a través de técnicas como son las encuestas, entrevistas y observaciones adecuadas a la temática que favorecen para alcanzar el objetivo propuesto.

En cuanto a lo que refiere sobre el término muestra, se define como una pequeña parte, la cual presenta una proporcionalidad sobre la población total de un experimento estadístico, esta debe permitir inferir de una manera lógica las propiedades del total de la población que se encuentra en el presente estudio estadístico, es por ello que se utilizará el muestreo probabilístico aleatorio simple con la finalidad de realizar una búsqueda acorde a la investigación, a continuación se presenta la formula a utilizarse.

#### **1.5.6 Muestra**

En cuanto a lo que refiere sobre el término muestra, se define como una pequeña parte, la cual presenta una proporcionalidad sobre la población total de un experimento estadístico, esta debe permitir inferir de una manera lógica las propiedades del total de la población que se encuentra en el presente estudio estadístico, es por ello que en este caso se utilizará el muestreo probabilístico aleatorio simple con la finalidad de realizar una indagación acorde para un trabajo efectivo en el análisis de los datos adquiridos.

### **1.6 TÉCNICA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN**

#### **1.6.1 ENTREVISTA**

Esta técnica de investigación trata de recabar información a través de un dialogo entre el entrevista y entrevistador a medida que se va desarrollando se formulan planteamientos tomados de la guía de temas a tratar con la que cuenta estas deben tener concordancia con el hilo de conversación que se está llevando ya que deben surgir de forma espontánea y así poder cumplir con el objetivo plateado de esta forma contar información verídica y representativa para la investigación, ver anexo 1. Esta técnica se aplicó a expertos en la temática como lo son: Dr.C Jesús Francisco. González Alonso, Msc. Edwin Santiago Núñez Naranjo, Mg. María Soledad De la Torre Altamirano y Msc. Belky Nerea Orbes Revelo quienes aportaron con

conocimiento desde su perspectiva sobre la inteligencia comercial y el enfoque que se le dará en el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, ver anexo 2.

### **1.6.2 VALIDEZ**

Según Prieto (2010) “La validez, no debe ser una característica propia del test, sino de las generalizaciones y usos específicos de las medidas que el instrumento proporciona” (pág. 70) menciona que no es precisamente algo propio del test, al contrario son todas las generalizaciones y los usos que estas proporcionan para cada investigación, por lo que se pretende deducir las posibles consecuencias que permitan llegar a un resultado correcto, debido a esto se busca entregar a cada uno de los instrumentos toda la información recibida y mediante un juicio de valor realizar el respectivo análisis bajo los indicadores pertinentes, ver anexo 3.

### **1.6.3 CONFIABILIDAD**

Como lo describe Sueiro (2012) confiabilidad es la “capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado” (pág. 41). Tener la capacidad para lograr desempeñar su uso, en todas las condiciones que han sido previstas en un tiempo pronosticado, se podrá observar que se llega a dar una confiabilidad cuando todo lo que se propuso llega hacer marca sobre los resultados en la empresa o entidad.

## **1.7 TÉCNICA DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

### **1.7.1 TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Es la evaluación de información obtenida se realiza un análisis de todos los puntos de vista de diferentes los autores con los que se cuenta y se realiza una comparación empleando múltiples estrategias, tanto en el aspecto cualitativo como cuantitativo, sus respectivos planteamientos y se determina cuáles son los datos críticos que se relacionan más a la teoría para sostener o complementar la investigación y así alcanzar un pensamiento común y con coherencia (Hernández Sampieri, 2014).

### **1.7.2 CONCLUSIONES CAPITULO Nro II**

Por medio de la investigación se pudo dar cumplimiento al segundo objetivo de la investigación el describir metodológicamente la realización del proceso de Inteligencia Comercial en el Observatorio Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo.



Se conoció la perspectiva desde la cual se analizará la información, es decir la información a obtener a través de las características cualitativas y cuantitativas del objeto de estudio.

Se logró seleccionar las fuentes más idóneas por medio de los diseños, tipos y métodos de investigación como lo es el cualitativo, investigación bibliográfica, documental, de campo que faciliten a la vez el desarrollo eficiente de la presente investigación.

Después de un análisis se escogió dos tipos de técnicas principales como son la encuesta y la entrevista, que posibilitan obtener datos reales sobre la situación actual de la inteligencia comercial en el mercado.

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

En esta sección se procede a presentar los resultados de la investigación de inteligencia comercial, observatorio y manual lo que permite la realización del objetivo principal de este estudio que es la creación de un manual de inteligencia comercial para el Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera para la Universidad de Otavalo.


Tomando en cuenta que según Llanos (2017) afirma que manual de procesos es una herramienta que le permite a la empresa, reunir una serie de actividades que están enfocadas a mejorar la organización dentro de la misma y también busca ofrecer un servicio de calidad a los clientes, buscando así alternativas para mejorar la satisfacción del cliente (pág. 5). Haciendo referencia a la conceptualización antes mencionada se determina que para la satisfacción de las necesidades de los usuarios del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión siendo la base los procesos operativos, deben de contar con una guía que permita el desarrollo de las actividades. El presente manual comprendido en cuatro procesos, recepción, almacenamiento, investigación y evaluación y control de resultados detallados más a fondo en el desarrollo de este capítulo, acompañados del flujograma descriptivo, el cual comprende cada operación, así como instructivos y fichas participes tales como, ficha cliente o proveedor, expediente cliente o proveedor, ficha país, ficha de estudio de mercado, ficha producto, ficha de evaluación de cliente, ficha trazabilidad y boletín empleadas en el transcurso del proceso en general.


Dicho capítulo representa el resultado y la aplicación del proceso previo de investigación, deducción y empleo de conocimientos previamente adquiridos en el transcurso del desarrollo de la metodología y la conceptualización de puntos, herramientas y elementos claves los cuales han sido plasmados en esta guía.


**OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E  
INVERSIÓN EXTRANJERA UNIVERSIDAD  
OTAVALO**


**MANUAL DE PROCESO Y  
PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA  
COMERCIAL**


**Agosto, 2019.**

 <small>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</small> <small>Libre y solida en la diversidad</small>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>	
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>	
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>	
<b>CONTENIDO</b>		
Objetivos		4
Objetivo general		4
Objetivos específicos		4
Procesos y procedimientos		5
Proceso inteligencia comercial		5
Recepción		5
Investigación		5
Almacenamiento		6
Evaluación y control de resultados		6
Propósito		6
Alcance		6
Área legal		6
Estudio de mercado		6
Relaciones internacionales		7
Inversión extranjera		7
Cooperación internacional		7
Comercio exterior		7
Estudio de mercado		7
Relaciones internacionales		7
Referencias		7
Definiciones		9
Responsabilidades		9
Métodos		9
Políticas y lineamientos		9
<b>Página 1 de 47.</b>		


 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Letras y ciencias en la diversidad</i></p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>	
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>	
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>	
Políticas		9
Lineamientos		10
Flujograma		12
Actividades		16
Formatos e instructivos		22
Ficha cliente		22
Expediente del proveedor		25
Expediente del cliente		28
Ficha país		31
Ficha de estudio de mercado		34
Ficha técnica de producto		37
Ficha de satisfacción del cliente		40
Ficha de trazabilidad		42
Boletín informativo		44


 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y vidas en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>INTRODUCCIÓN</b></p> <p>El presente documento se realiza con la finalidad de diseñar un manual de proceso y procedimientos de inteligencia comercial dirigido al observatorio de comercio exterior e inversión extranjera de la universidad de Otavalo porque el usuario necesita una herramienta le permita tomar decisiones de negocio precisas y de forma rápida,</p> <p>En tal virtud se presentan: el proceso y los procedimientos que conforman la IC, que a través del conocimiento puede tenerse una concepción clara y sistemática de las operaciones que se realizan en el área de inteligencia comercial; es importante que al emprender un estudio de esta naturaleza, donde se aplique una metodología que garantice la descripción de los procedimientos, de acuerdo con la realidad operativa y con las normas jurídico-administrativas establecidas al efecto; de este modo centralizar, depurar y afianzar los datos, descubriendo información no evidente por un análisis que facilite alcanzar los resultados esperados y con mayores beneficios ofreciéndole soluciones rentables a sus requerimientos y necesidades mejorando así la experiencia del usuario.</p> <p>Esta guía contiene una descripción del proceso puntual y explica los procedimientos que se debe seguir de forma detallada para la obtención de datos, y a la vez se da a conocer los departamentos que intervienen y la influencia que estos tienen para corroborar y asegurarse de contar con una metodología que garantiza y que facilita que el personal encargado de la ejecución comprenda claramente y ejecute de manera idónea, obteniendo como resultado un desarrollo exitoso de cada actividad.</p>	
<b>Página 3 de 47.</b>	


 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>OBJETIVOS</b></p> <p><b>Objetivo general</b></p> <p>Recolectar información de los usuarios a través de la aplicación del manual de proceso y procedimientos de Inteligencia Comercial para del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Recopilar información de los usuarios</p> <p>Analizar los datos obtenidos</p> <p>Generar modelos de control para el manejo de la información.</p>	
<b>Página 4 de 47.</b>	


 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libros y vidas en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>Procesos y Procedimientos</b></p> <p><b>Proceso inteligencia comercial</b></p> <p>Abarca diferentes propuestas con el fin de tomar decisiones en las oportunidades otorgadas y a la vez contraer riesgos expuestos a los que se rigen cada empresa, facilitando la recopilación así toda la información de los usuarios para posteriormente analizarla e interpretarla y darle un uso acorde permitiendo así satisfacer las necesidades de las personas que acuden al Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, siguiendo así la conceptualización que Luhn en 1958 le dio a inteligencia comercial quien dice que “es la habilidad de aprender las relaciones de hechos presentados de forma que guíen las acciones hacia una meta deseada”.</p> <p><b>Recepción</b> El objetivo de esta fase es recopilar información del usuario, una vez realizado esto se procede a enviar al departamento legal para verificar si los datos proporcionando por las diferentes entidades públicas y los encontrados en fuentes ajenas a estas son legítimos.</p> <p><b>Investigación</b> Esta fase está encaminada a realiza indagación profunda de las solicitudes que se receptan donde la información recopilada del producto, mercado, país pasa por un análisis por medio de una interpretación, manipulación y comparación, filtrando así los datos teniendo como resultado documentos con información precisa y acorde a los requerimientos planteados. Habiendo pasado todos los filtros se envía la información a los diferentes departamentos para que le den el uso pertinente a su área y en caso de algún segundo requerimiento se devuelva la información para una modificación o actualización todo esto depende de las necesidades que el usuario tenga o le puedan surgir posterior a la investigación inicial.</p>	
<b>Página 5 de 47.</b>	




 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libros y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>Almacenamiento</b></p> <p>Después de asegurarse de la confiabilidad de la información se continúa con la apertura de expedientes generando las fichas correspondientes, separando por dos grupos uno clientes y el segundo proveedor a la vez se genera las fichas correspondientes.</p> <p><b>Evaluación y control de resultados</b></p> <p>El proceso finaliza con un análisis de las áreas involucradas determinando la eficacia en indicador tiempo para la realización de las tareas pertinentes a la solicitud receptada; también se considera la opinión del usuario para determinar su nivel de satisfacción en los resultados dados por el observatorio</p> <p><b>Propósito</b></p> <p>Servir de instrumento para el personal o colaboradores en el desarrollo del proceso y los procedimientos de Inteligencia Comercial, otorgando así una visión general y específica de las funciones que se ejecutan en esta área, de tal forma que se cumpla con los objetivos planteados y se incremente su productividad mediante la optimización de tiempo.</p> <p><b>Alcance</b></p> <p><b>Área Legal:</b> Esta área está encargada principalmente en verificar y confirmar toda la información acerca de posibles usuarios ya sean estos exportadores e importadores, lo cual parte a entregar toda la documentación a esta área que confirmara que todo esté en orden y si cumplen o no con cada uno de los requisitos con sus documentos.</p> <p><b>Estudio de Mercado:</b> esta área es de mucha importancia a la hora de conocer todo sobre nuevos mercados internacionales o nichos de mercados y a la vez busca si cada usuario es rentable o no para cada proceso que necesita realizar ya sea esta una exportación e importación.</p>	
<b>Página 6 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libros y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>Relaciones Internacionales:</b> esta área está encargada de facilitar a cada uno de los usuarios de traer un producto o enviar que no cuenten con tantas trabas al momento de una exportación e importación al país destino y a la vez estipule mejores requerimientos a las barreras que se estipulan.</p> <p><b>Inversión Extranjera:</b> esta área se encarga principalmente en analizar si falta o carece de capital para implementar en su empresa o entidad por lo cual analiza si falta algún inversionista el cual pueda y quiera llegar a invertir de forma monetaria si el usuario lo requiere.</p> <p><b>Cooperación Internacional:</b> esta área está encargada de recibir toda la información presentada por las diferentes áreas y por lo tanto este departamento continúe con el proceso correspondiente.</p> <p><b>Comercio Exterior:</b> esta área se encarga de enviar toda la información adquirida en el transcurso de la investigación por lo cual este departamento aplica y pone en marcha todo el conocimiento sobre el tema de exportaciones e importaciones según lo requiera el cliente o usuario.</p> <p><b>Estudio de Mercado:</b> esta área es de mucha importancia a la hora de conocer todo sobre nuevos mercados internacionales o nichos de mercados y a la vez busca si cada usuario es rentable o no para cada proceso que necesita realizar ya sea esta una exportación e importación.</p> <p><b>Relaciones Internacionales:</b> esta área está encargada de facilitar a cada uno de los usuarios de traer un producto o enviar que no cuenten con tantas trabas al momento de una exportación e importación al país destino y a la vez estipule.</p> <p><b>Referencias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa de Gestión de la información, para que las entidades públicas emitan o publiquen toda la información la cual esta debe estar a la vista de todas las personas.</li> <li>• Estar evaluados o contar con la certificación Iso 9001- 2015.</li> </ul>	
<b>Página 7 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCIEE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Eje 2: Nuestro sistema económico es social y solidario. La economía está al servicio de la población para garantizar los derechos y en ella interactúan los subsistemas públicos, privado, y popular y solidario; los tres requieren incentivos y regulación del aparato público. Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria Política 5.6 Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades</li> <li>• Ley de poder de mercado</li> <li>• Superintendencia de control y poder de mercado</li> <li>• Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Registró 337-18 de mayo-2014</li> <li>• Constitución de la República Del Ecuador Art. 18 Numeral 1 Registro Oficial N.º 449 del 20 de octubre del 2008.</li> <li>• Reglamento a la Ley de Transparencia y Acceso de Información Pública. Capítulo 1 – Disposiciones Generales Art. 1 Decreto Ejecutivo 2471 Registro Oficial 507 de 19 de enero 2005 Última modificación 11 de agosto 2005</li> <li>• Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos Art. 1, 2. (Ley No. 2002-67)</li> </ul>	
<b>Página 8 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>Definiciones</b></p> <p>Manual: libro en que se compendia lo más sustancial de una materia. Es decir, una guía sobre una temática específica que ofrece información precisa y clara</p> <p>Procesos: Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial</p> <p>Procedimientos: Método de ejecutar algunas cosas</p> <p>Boussines intelligence: es el conjunto de procesos, aplicaciones y tecnologías que facilitan la obtención rápida y sencilla de datos provenientes de los sistemas de gestión empresarial para su análisis e interpretación, de manera que puedan ser aprovechados para la toma de decisiones y se conviertan en conocimiento para los responsables del negocio.</p> <p><b>Responsabilidades</b></p> <p>Karla Samanta Barreno Yépez</p> <p>Evelin Dayana Yépez Toro</p> <p><b>Políticas y lineamientos</b></p> <p><b>Políticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopila información relevante, la organiza de forma sistemática y establece relaciones.</li> <li>• Identificar necesidades y proporcionar información.</li> <li>• Solicitud de Información a distintos entes para contar con lo que se necesita.</li> <li>• Extracción de Información de la mayor número de fuentes.</li> <li>• Solicitud de Información económica y comercial.</li> <li>• Determinar necesidades y proporcionar información de mercados internacionales.</li> </ul>	
<b>Página 9 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detectar oportunidades y amenazas y dar sustento a la toma de decisiones con el objeto de propiciar la optimización del tiempo.</li> <li>• Elaborar y distribuir a las distintas áreas información detallada, precisa y oportuna, la cual considere aspectos de relevancia respecto de países, regiones del mundo, sectores de la economía, empresas y demás actores involucrados para la satisfacción del requerimiento solicitado por el usuario.</li> </ul> <p><b>Lineamientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servir a los demás con el deseo y la seguridad de querer hacerlo.</li> <li>• Atiende a cada cliente con dedicación y voluntad de satisfacer las demandas que le son planteadas.</li> <li>• Combatir y prevenir las conductas incorrectas, la corrupción y las malas prácticas e impulsa entre sus compañeros una cultura acorde con los fines colectivos,</li> <li>• Respetar las normas y valores del observatorio.</li> <li>• Tiene un profundo conocimiento de las necesidades del usuario y del servicio que requiere.</li> <li>• Investigar a fondo las necesidades de los usuarios y sus problemas, y estudia otras variables de tipo económico y social que pueden impactar en la participación de los servicios de éstos en la institución.</li> <li>• Detectar a tiempo la existencia de problemas en su área.</li> <li>• Establecer relaciones entre datos numéricos y abstractos, que permiten explicar o resolver problemas de los usuarios en cuanto a la parte de inteligencia comercial.</li> </ul>	
<b>Página 10 de 47.</b>	

**UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

**OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E  
INVERSIÓN EXTRANJERA**

**MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE  
INTELIGENCIA COMERCIAL**

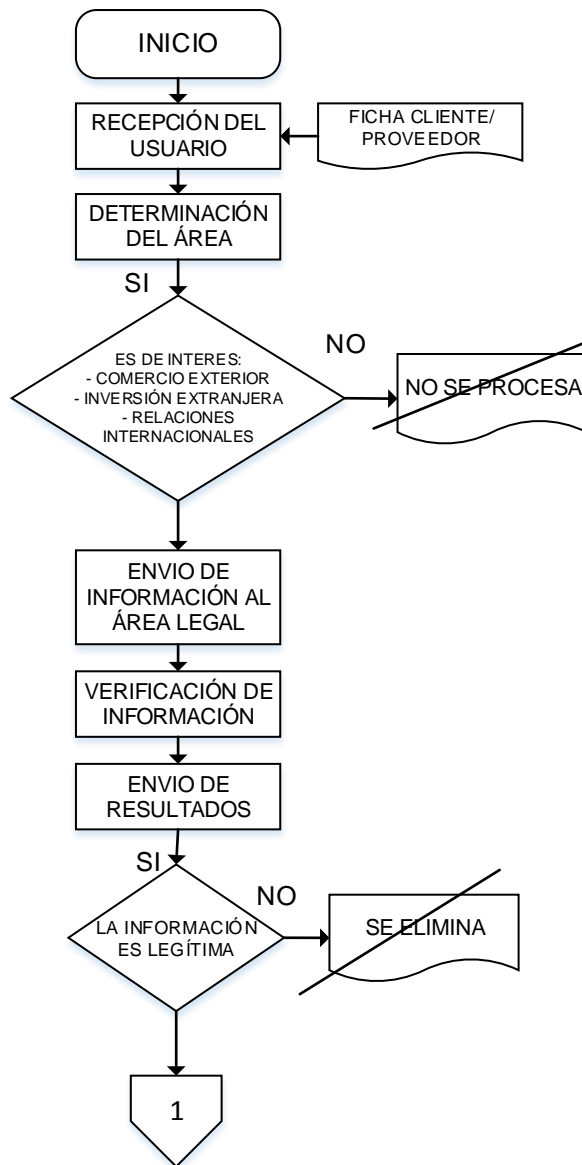
Constituye la parte central o sustancial del Manual de Procesos, se integra por los siguientes apartados:

- 1- El nombre del proceso y procedimiento debe dar idea clara de su contenido.
- 2- La descripción del procedimiento debe redactarse en forma clara y sencilla.

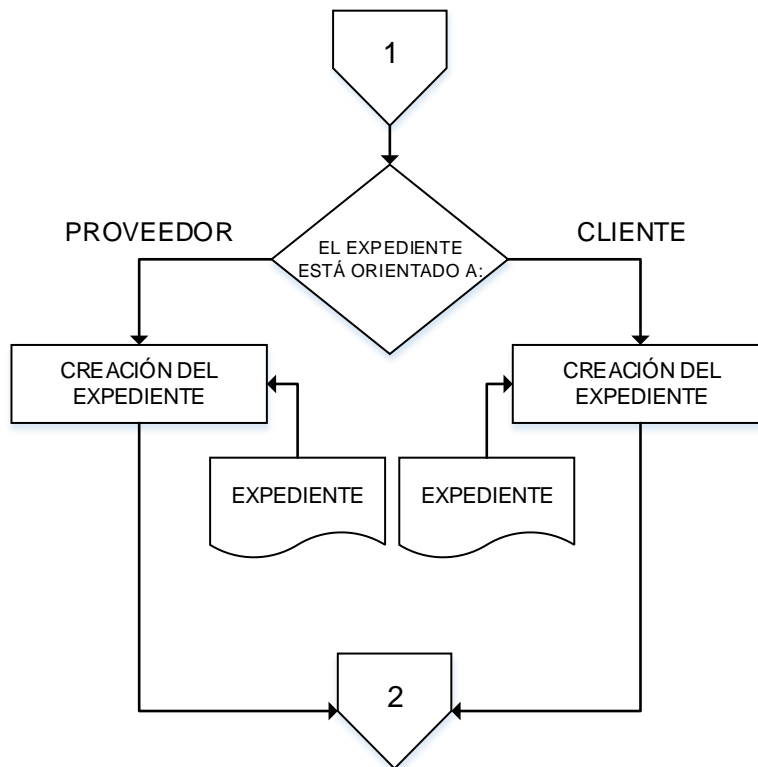
No se deben incluir dos procesos y/o procedimientos diferentes en uno.

FLUJOGRAMA

RECEPCIÓN

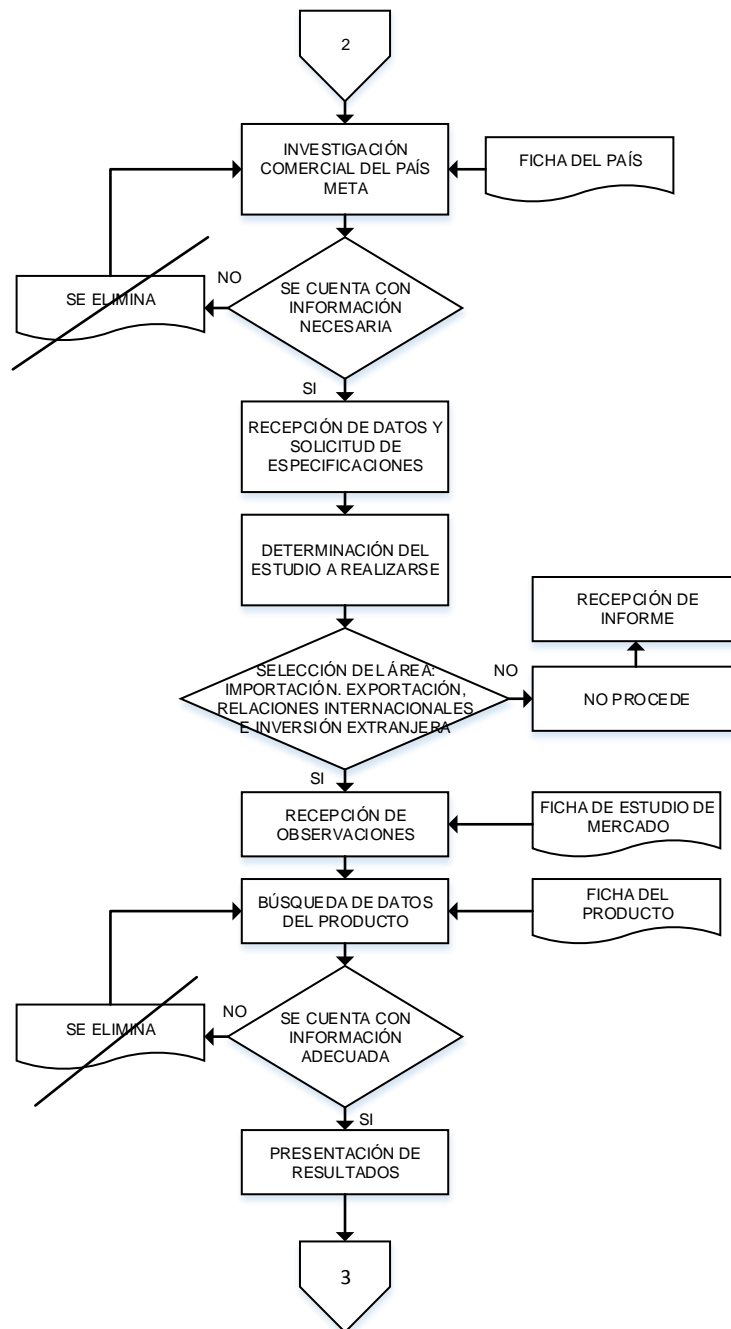


ALMACENAMIENTO

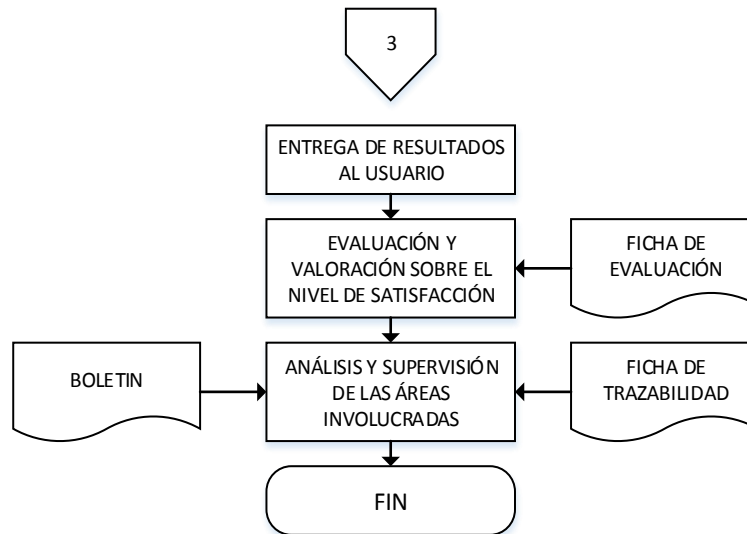





INVESTIGACIÓN





**EVALUACIÓN Y CONTROL DE RESULTADOS**





## ACTIVIDADES


 <small>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</small> <small>Libros y semillas en la diversidad</small>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 01</b>
			<b>Fecha:</b>
	<b>Procedimiento: Recepción</b>		<b>Versión: 1.0</b>
			<b>Página: 1/1</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documentos de trabajo</b>
1	Inteligencia comercial	Recibe al usuario y se conoce cuál es la solicitud que desea hacer	<b>Ficha cliente / proveedor</b>
2	Inteligencia comercial	Determina el área de interés	
		<b>¿Continúa el proceso?</b>	
		<b>Si</b>	
		El área de su interés es alguna de las siguientes:	
		<b>Comercio exterior</b>	
		<b>Inversión extranjera</b>	
		<b>Relaciones internacionales</b>	
		<b>No</b>	
No procede			
Precisa si es cliente o proveedor			
3	Inteligencia comercial	Envía la información al área legal	
4	Legal	Verifica la información dada en:	
		• Registro civil	
		• Sri	
		Guarda la información	
		<b>¿Continúa el proceso?</b>	
		<b>Si</b>	
		Es legítima	
<b>No</b>			
		La información es falsa	
<b>Página 16 de 47.</b>			

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 02</b>
			<b>Fecha:</b>
	<b>Procedimiento: Almacenamiento</b>		<b>Versión: 1.0</b>
			<b>Página: 1/1</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	
1	Inteligencia comercial	Crea un expediente del usuario	Ficha expediente cliente o ficha proveedor
2		Señala el producto que oferta o demanda	
3		Determina la partida arancelaria	
		Sistema armonizado de clasificación arancelaria	
4		Señala las características del producto	
5		Puntualiza la capacidad productiva:	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toneladas</li> <li>• Cantidad</li> <li>• Volumen</li> <li>• Centímetros cúbicos</li> </ul>		
6	Especifica el tiempo de producción		
<b>Página 17 de 47.</b>			

 <small>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</small> <small>Libros y sueños en la diversidad</small>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 03</b>		
			<b>Fecha:</b>		
	<b>Procedimiento: Investigación</b>		<b>Versión: 1.0</b>		
			<b>Página: 1/3</b>		
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>			
<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documento de trabajo</b>		
1	Inteligencia comercial	Realiza una investigación general del ámbito comercial del país objetivo	Ficha país		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proecuador</li> <li>• Trade map</li> <li>• CIA</li> <li>• Informes</li> </ul>			
		<b>¿Continúa el proceso?</b>			
		<b>Si</b>			
		Se cuenta con la información necesaria			
		<b>No</b>			
		Se desecha a la información			
		Repite la investigación			
		2			Presenta informe
		3		Inteligencia comercial	Recepta los datos generales del usuario que solicita el estudio
4	Inteligencia comercial	Recibe la solicitud con las especificaciones que da el usuario			
5	Inteligencia comercial	Determina el tipo se estudió a realizarse			
		<b>¿Continúa el proceso?</b>			
		<b>Si</b>			
		Selecciona el área en la que se necesita aplicar el estudio:			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importación</li> <li>• Exportación</li> <li>• Relaciones internacionales</li> <li>• Inversión extranjera (directa o indirecta)</li> </ul>			
		Prosigue a tomar en cuenta las observaciones señaladas			
			<b>Página 18 de 47.</b>		

 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <small>Libros y caminos en la diversidad</small>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 03</b>
			<b>Fecha:</b>
	<b>Procedimiento: Investigación</b>		<b>Versión: 1.0</b>
			<b>Página: 2/2</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documento de trabajo</b>
<b>6</b>	Comercio exterior	Se envía el pedido al área correspondiente	<b>Ficha de estudio de mercado</b>
	Inversión extranjera		
	Relaciones internacionales	<b>No</b>	
	Inteligencia comercial	No procede Recibe el informe del área respectiva	
<b>7</b>	Inteligencia comercial	Inicia la búsqueda de datos del producto de la mano de diversas herramientas como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fedexpor</li> <li>• Trademap</li> <li>• Sri</li> <li>• Superintendencia de bancos</li> <li>• Banco central</li> <li>• Superintendencia de compañías</li> <li>• Senae</li> <li>• Organización mundial del comercio</li> <li>• Bases de datos</li> <li>• Informes</li> <li>• Comunicados</li> <li>• Leyes</li> <li>• Decretos</li> <li>• Reglamentos</li> <li>• Normas</li> </ul>	<b>Ficha producto</b>
<b>8</b>	Inteligencia comercial	Realiza una interpretación de los datos	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manipulación</li> <li>• Comparación</li> </ul>	
<b>Página 19 de 47.</b>			

 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y vidas en la diversidad</i>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 03</b>
	<b>Procedimiento: Investigación</b>		<b>Fecha:</b>
			<b>Versión: 1.0</b>
			<b>Página: 3/3</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documento de trabajo</b>
9	Inteligencia comercial	Guarda información	<b>Ficha producto</b>
	Inteligencia comercial	<b>¿continúa el proceso?</b>	
		<b>Si</b>	
		Se cuenta con la información detallada del producto solicitado	
		<b>No</b>	
		Se elimina la información	
Repite la búsqueda (paso 5)			
10	Inteligencia comercial	Presentación de resultados	
<b>Página 20 de 47.</b>			

 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <small>Libero y unidos en la diversidad</small>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 04</b>
			<b>Fecha:</b>
	<b>Procedimiento: Evaluación Y Control</b>		<b>Versión: 1.0</b>
			<b>Página: 1/1</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documentos de trabajo</b>
<b>1</b>	Inteligencia comercial	Entrega de resultados	<b>Ficha de evaluación del cliente</b>
<b>2</b>	Inteligencia comercial	Determina el área de interés <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio exterior</li> <li>• Inversión extranjera</li> <li>• Relaciones internacionales</li> </ul>	
<b>3</b>	Inteligencia comercial	Se evalúa el nivel de satisfacción del servicio por medio de indicadores	
<b>4</b>	Inteligencia comercial	Valora la calidad del servicio	
<b>5</b>	Inteligencia comercial	Analiza que actividad se desarrollo	<b>Ficha de trazabilidad</b>
<b>6</b>	Inteligencia comercial	Evalúa las funciones que realizo	
<b>7</b>	Inteligencia comercial	Analiza el desarrollo de los procedimientos de las áreas encargadas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importación</li> <li>• Exportación</li> <li>• Inversión extranjera</li> <li>• Relaciones internacionales</li> </ul>	
<b>8</b>	Inteligencia comercial	Verifica el tiempo de duración para la presentación de resultados	
<b>9</b>	Inteligencia comercial	Aplica observaciones o recomendaciones	
<b>Página 21 de 47.</b>			



## **FORMATOS E INSTRUCTIVOS**

### **FICHA CLIENTE/PROVEEDOR**

#### **INFORMACIÓN GENERAL:**

1. **NOMBRE DE LA EMPRESA:** En el presente campo se llevará a cabo llenar el nombre exacto de la empresa o persona interesada.
2. **TELÉFONO DE LA EMPRESA:** Campo necesario de llenado, el cual se necesita el número de teléfono de la empresa o persona.
3. **CORREO:** Campo necesario de llenado, correo exacto de la empresa o persona natural o jurídica, en la cual llegara a este toda la información que requiera el presente.
4. **DIRECCIÓN:** El lugar exacto donde está ubicada la empresa o lugar de residencia.
5. **FECHA:** Campo obligatorio de fecha de ingreso de la empresa o persona.
6. **CARGO:** cargo o rango jerárquico que ocupa en la empresa.
7. **RUC:** Número de identidad del usuario o Ruc de la empresa.
8. **CELULAR:** Número de celular de la persona encargada de la empresa al realizar esta ficha, o persona natural.

#### **SOLICITUD:**

9. Ingreso de la información requerida por parte del usuario.

#### **ÁREAS RESPONSABLES:**

10. En esta sección se debe señalar que áreas están relacionadas con la solicitud presentada del cliente.
  - a) Comercio Exterior
  - b) Inversión Extranjera
  - c) Relaciones Internacionales

**ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO:**

1. **PRODUCTO:** Nombre completo del Producto.
2. **CARACTERÍSTICAS:** Como es el producto, tipo, clase con que tamaño cuenta, el color y todas las especificaciones que este tenga.

**OBSERVACIONES:**

3. Dato extra que resulte relevante para cumplir con lo que requiere el usuario o algo específicamente que solicite el usuario.


**ELABORADO POR:**


4. **NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS:** Nombres y apellidos de la persona que emite la ficha del cliente
5. **FECHA:** Fecha en la cual está elaborada la ficha.
6. **FIRMA:** Firma como cuenta en la cedula de identidad de la persona encargada del llenado de la ficha del cliente.

**ENTREGADO A:**

7. **NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS:** Al departamento que va a dar solución a la solicitud del cliente.
8. **FECHA:** Fecha en la cual está elaborada la ficha.

**FIRMA:** Firma como cuenta en la cedula de identidad.

 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO Libres y unidos en la diversidad</p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIAL EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</p>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 01</b>
			<b>Fecha:</b>
	<b>Procedimiento: Ficha Cliente / Proveedor</b>		<b>Versión: 1.0</b>
			<b>Página: 1/1</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>INFORMACIÓN GENERAL:</b>			
Nombre y Apellido:	(1)	Fecha:	(5)
Teléfono:	(2)	Cargo:	(6)
Correo:	(3)	Ruc:	(7)
Dirección:	(4)	Celular:	(8)
<b>SOLICITUD:</b>			
(9)			
<b>ÁREAS RESPONSABLES:</b>			
Comercio exterior:		(10)	
Inversión extranjera:		(10)	
Relaciones internacionales:		(10)	
<b>ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO:</b>			
Producto:	(11)		
Características:	(12)		
<b>OBSERVACIONES</b>			
(13)			
<b>ELABORADO POR:</b>		<b>ENTREGADO A:</b>	
NOMBRES Y APELLIDOS: (14)		NOMBRES Y APELLIDOS: (17)	
FECHA: (15)		FECHA: (18)	
FIRMA: (16)		FIRMA: (19)	
<b>Página 24 de 47.</b>			

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Letras y ciencias en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b></p> <p><b>EXPEDIENTE DEL PROVEEDOR</b></p> <p>INFORMACIÓN GENERAL</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NOMBRE USUARIO: Se debe colocar el nombres y apellidos del proveedor</li> <li>2. RAZÓN SOCIAL: Señalar el nombre con el cual está constituida jurídicamente su empresa o a la cual representa.</li> <li>3. RUC/C. I: Poner el RUC o número de cedula de la empresa o usuario</li> <li>4. CARGO: Especificar el rango jerárquico que ocupa (ejemplo: presidente, gerente, propietario).</li> <li>5. TELÉFONO: Números a los cuales se pueda contactar al usuario (celular, numero convencional).</li> <li>6. CORREO: Dirección electrónica para envió de información.</li> <li>7. PAÍS-CIUDAD: Colocar el nombre del país y la ciudad donde se encuentra ubicada la empresa</li> </ol> <p>DESCRIPCIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. PRODUCTO: Señalar el nombre del producto que oferta</li> <li>9. PARTIDA ARANCELARIA: Clasificación numérica del Sistema Armonizado que sirve para identificar los productos (Ejemplo: <b>4011.70.00.00 neumáticos de vehículos</b>)</li> <li>10. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO: Descripción de cómo es el producto (ejemplo: neumáticos para vehículos especificar la marca, presión de trabajo, diámetro forma carrera)</li> <li>11. CAPACIDAD PRODUCTIVA: Hace referencia a la cantidad de producto puede ofertar.</li> <li>12. TIEMPO DE ENTREGA: Se refiere la capacidad de tiempo en la cual puede entregar el producto, se debe colocar en días.</li> <li>13. OBSERVACIONES: Colocar información adicional que resulte relevante.</li> </ol>	
<b>Página 25 de 47.</b>	

**ELABORADO POR:**

14. **NOMBRES Y APELLIDOS:** especificar los nombres y apellidos de la persona que está llenando la información.

15. **FECHA:** señalar la fecha en los que siendo obtenidos los datos


16. **FIRMA:** colocar la firma del responsable del llenado de la información


**ELABORADO POR:**

17. **NOMBRES Y APELLIDOS:** especificar los nombres y apellidos de la persona que está recepiendo la información.

18. **FECHA:** señalar la fecha en los que recibiendo la información

19. **FIRMA:** colocar la firma del responsable de la recepción de la información.

 <b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i>	<b>OCEIE</b> <b>OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</b>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 02</b>
				<b>Fecha:</b>
		<b>Procedimiento: Ficha Expediente Proveedor</b>		<b>Versión: 1.0</b>
				<b>Página: 1/1</b>
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>			<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>				
Nombre usuario:	(1)	Teléfono:	(5)	
Razón social:	(2)			
Ruc/C.I	(3)	Correo:	(6)	
Cargo:	(4)	Ciudad:	(7)	
<b>DESCRIPCIÓN</b>				
Producto:	(8)			
Partida arancelaria:	(9)			
Características del producto:	(10)			
Capacidad productiva:	(11)			
Tiempo de entrega:	(12)			
<b>OBSERVACIONES (13)</b>				
<b>ELABORADO POR:</b> NOMBRES Y APELLIDOS: (14) FECHA: (15) FIRMA: (16)			<b>ENTREGADO A:</b> NOMBRES Y APELLIDOS: (17) FECHA: (18) FIRMA: (19)	
<b>Página 27 de 47.</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Letras y ciencias en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b>	
<b>EXPEDIENTE DEL CLIENTE</b>	
INFORMACIÓN GENERAL	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>NOMBRE USUARIO:</b> Se debe colocar el nombre de la persona que acude al observatorio a solicitar el servicio.</li> <li>2. <b>RAZÓN SOCIAL:</b> Señalar el nombre con el cual está constituida jurídicamente su empresa o a la cual representa.</li> <li>3. <b>RUC/C. I:</b> Poner el RUC o número de cedula de la empresa o usuario</li> <li>4. <b>CARGO:</b> Especificar el rango jerárquico que ocupa (ejemplo: presidente, gerente, propietario).</li> <li>5. <b>TELÉFONO:</b> Numero a los cuales se pueda contactar al usuario (celular, numero convencional).</li> <li>6. <b>CORREO:</b> Dirección electrónica para envío de información.</li> <li>7. <b>CIUDAD:</b> Especificar el lugar donde está ubicada la empresa o el usuario.</li> </ol>	
DESCRIPCIÓN	
<ol style="list-style-type: none"> <li>8. <b>PRODUCTO:</b> Señalar el nombre del producto</li> <li>9. <b>PARTIDA ARANCELARIA:</b> Clasificación numérica del Sistema Armonizado que sirve para identificar los productos (Ejemplo: <b>0810.90.40.00</b> Pitahayas “Cereus spp”).</li> <li>10. <b>CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO:</b> Descripción de cómo es el producto (ejemplo: pitahaya fruta exótica de color amarillo y comida blanca)</li> <li>11. <b>CAPACIDAD PRODUCTIVA:</b> Hace referencia a la cantidad de producto puede ofertar.</li> <li>12. <b>TIEMPO DE ENTREGA:</b> Se refiere la capacidad de tiempo en la cual puede entregar el producto, se debe colocar en días.</li> <li>13. <b>OBSERVACIONES:</b> Colocar información adicional que resulte relevante.</li> </ol>	
<b>Página 28 de 47.</b>	

**ELABORADO POR:**

14. **NOMBRES Y APELLIDOS:** especificar los nombres y apellidos de la persona que está llenando la información.

15. **FECHA:** señalar la fecha en los que siendo obtenidos los datos

16. **FIRMA:** colocar la firma del responsable del llenado de la información


**ELABORADO POR:**


17. **NOMBRES Y APELLIDOS:** especificar los nombres y apellidos de la persona que está recepiendo la información.


18. **FECHA:** señalar la fecha en los que recibiendo la información


19. **FIRMA:** colocar la firma del responsable de la recepción de la información.




 <b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b> <i>Libros y amigos en la diversidad.</i>	<b>OCEIE</b> <b>OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</b>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 03</b>
		<b>Procedimiento: Ficha Expediente Cliente</b>		<b>Fecha:</b>
				<b>Versión: 1.0</b>
		<b>Página: 1/1</b>		
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>		
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>				
Nombre usuario:	(1)	Teléfono:	(5)	
Razón social:	(2)			
Ruc/C.I	(3)	Correo:	(6)	
Cargo:	(4)	Ciudad:	(7)	
<b>DESCRIPCIÓN</b>				
Producto:	(8)			
Partida arancelaria:	(9)			
Características del producto:	(10)			
Capacidad productiva:	(11)			
Tiempo de entrega:	(12)			
<b>OBSERVACIONES (13)</b>				
<b>ELABORADO POR:</b>		<b>ENTREGADO A:</b>		
NOMBRES Y APELLIDOS: (14)		NOMBRES Y APELLIDOS: (17)		
FECHA: (15)		FECHA: (18)		
FIRMA: (16)		FIRMA: (19)		
<b>Página 30 de 47.</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y vidas en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b>	
<b>FICHA PAÍS</b>	
DATOS GENERALES:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. IMAGEN: En este casillero se colocará el mapa de cada País.</li> <li>2. PR-IC- 06 (+593): Código debe ser cambiado acorde el País estudiado ya sea para una exportación o importación, ver anexo 4.</li> <li>3. País: Mencionar el País al cual se pretende estudiar.</li> <li>4. CAPITAL: Mencionar Capital del País exportador o importador.</li> <li>5. Moneda: moneda en la cual se maneja el país importador o exportador, depende lo requiera.</li> <li>6. POBLACIÓN: número de población del país exportador e importador.</li> <li>7. TASA DE CRECIMIENTO POBLACIÓN ANUAL: Aumento o disminución del porcentaje de la población del país en el último año.</li> <li>8. ÍNDICE DEL PAÍS: Dato exacto del País estudiado</li> <li>9. TASA DE DESEMPLEO: Dato exacto del desempleo del país importador o exportador depende sea el caso del último año.</li> <li>10. PIB: Producto Interno Bruto del Último año (cifras reales).</li> <li>11. CRECIMIENTO DEL PIB: Valores exactos de último año del crecimiento de Producto Interno Bruto.</li> <li>12. INFLACIÓN ANUAL: Datos exactos de la Inflación anual de los últimos 5 años.</li> <li>13. TIPO DE CAMBIO: cómo se maneja el tipo de cambio entre los dos países Ecuador y (el que desee).</li> <li>14. BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA: En este casillero se ingresarán los datos exactos de la balanza no petrolera con la que cuenta el país externo.</li> <li>15. PRODUCTOS EXPORTADOS: productos con más exportación del país</li> </ol>	
<b>Página 31 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libros y vidas en la diversidad</i></p> <p>OCIEE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>EXPORTACIONES DE ECUADOR:</b></p> <p>16. Enumerar las exportaciones que realiza Ecuador al país destino.</p> <p><b>PRODUCTOS IMPORTADOS DE ECUADOR:</b></p> <p>17. Describir los principales productos que Ecuador importe del País destino.</p> <p><b>COMERCIO REGIONAL ENTRE PAÍSES:</b></p> <p>18. Analizar si cuentan con comercio regional o flujos regionales entre los dos países</p> <p><b>FLUJO DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA:</b></p> <p>19. En el presente casillero se describirá el porcentaje de la Inversión Extranjera Directa del País destino.</p> <p><b>TURISMO:</b></p> <p>20. Escribir el porcentaje de Turismo que percibe el País Externo.</p> <p><b>OBSERVACIONES:</b></p> <p>21. Dato extra que resulte relevante para cumplir con lo que requiere el usuario o algo específicamente que solicite el usuario.</p> <p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>22. <b>NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS:</b> Nombres y apellidos de la persona que emite la ficha del cliente</p> <p>23. <b>FECHA:</b> Fecha en la cual está elaborada la ficha.</p> <p>24. <b>FIRMA:</b> Firma como cuenta en la cedula de identidad de la persona encargada del llenado de la ficha del cliente.</p> <p><b>ENTREGADO A:</b></p> <p>25. <b>NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS:</b> Al departamento que va a dar solución a la solicitud del cliente.</p> <p>26. <b>FECHA:</b> Fecha en la cual está elaborada la ficha.</p> <p>27. <b>FIRMA:</b> Firma como cuenta en la cedula de identidad.</p>	
<b>Página 32 de 47.</b>	

 <b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i>	<b>OCEIE</b> <b>OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</b>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01- 04</b>
		<b>Procedimiento: Ficha País</b>		<b>Fecha:</b>
				<b>Versión: 1.0</b>
		<b>Página: 1/1</b>		
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>			<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>DATOS GENERALES:</b>				
<b>(01)</b>	<b>Código País:</b>	PR-IC-06-(+593) <b>(02)</b>	Índice del País:	<b>(08)</b>
	País	<b>(03)</b>	Tasa de Desempleo:	<b>(09)</b>
	Capital:	<b>(04)</b>	PIB:	<b>(10)</b>
	Moneda:	<b>(05)</b>	Crecimiento del PIB:	<b>(11)</b>
	Población:	<b>(06)</b>	Inflación Anual:	<b>(12)</b>
	Taza de Crecimiento anual:	<b>(07)</b>	Tipo de Cambio:	<b>(13)</b>
<b>Balanza Comercial No Petrolera:</b>				
<b>(14)</b>				
<b>Productos Exportados:</b>				
<b>(15)</b>				
<b>Exportaciones De Ecuador:</b>				
<b>(16)</b>				
<b>Productos Importados Desde Ecuador:</b>				
<b>(17)</b>				
<b>Comercio Regional Entre Países:</b>				
<b>(18)</b>				
<b>Flujo de Inversión Extranjera Directa:</b>				
<b>(19)</b>				
<b>Turismo:</b>				
<b>(20)</b>				
<b>OBSERVACIONES:</b>				
<b>(21)</b>				
<b>ELABORADO POR:</b>			<b>ENTREGADO A:</b>	
NOMBRES Y APELLIDOS: <b>(22)</b>			NOMBRES Y APELLIDOS: <b>(25)</b>	
FECHA: <b>(23)</b>			FECHA: <b>(26)</b>	
FIRMA: <b>(24)</b>			FIRMA: <b>(27)</b>	
<b>Página 33 de 47.</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y vidas en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b></p> <p><b>FICHA DE ESTUDIO DE MERCADO</b></p> <p>INFORMACIÓN GENERAL</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NOMBRE: Colocar el nombre de la persona que está solicitando el servicio</li> <li>2. TELÉFONO: Escribir los números de contacto</li> <li>3. CORREO: Dirección electrónica del usuario</li> <li>4. DIRECCIÓN: Señalar la ubicación donde reside el usuario</li> <li>5. FECHA: Especificar la fecha en la que se receipta el requerimiento</li> <li>6. CARGO: Especificar el rango jerárquico que ocupa (ejemplo: presidente, gerente, propietario).</li> <li>7. RUC: Poner el RUC o número de cedula de la empresa o usuario</li> <li>8. TELÉFONO: Numero convencional del usuario</li> <li>9. CELULAR: Número del móvil</li> <li>10. SOLICITUD: En esta parte del documento se debe colocar todos los requerimientos que tiene el usuario con respecto al estudio de mercado</li> <li>11. TIPO DE ESTUDIO</li> </ol> <p>Se debe señalar el tiempo de estudio que requiere el usurario con una X en las opciones dadas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Importación</li> <li>b) Exportación</li> <li>c) Inversión extranjera (en caso de señalar inversión extranjera se debe especificar si la clase de inversión que se solicita es directa o indirecta)</li> </ol> <p>12. OBSERVACIONES: Son acotaciones que se desea dar a conocer previamente a la realización del estudio</p> <p>ELABORADO POR:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. NOMBRES Y APELLIDOS: especificar los nombres y apellidos de la persona que está llenando la información.</li> </ol>	
<b>Página 34 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y sueños en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>

14. FECHA: señalar la fecha en los que siendo obtenidos los datos


15. FIRMA: colocar la firma del responsable del llenado de la información


ELABORADO POR:

16. NOMBRES Y APELLIDOS: especificar los nombres y apellidos de la persona que está receptando la información.


17. FECHA: señalar la fecha en los que recibiendo la información


18. FIRMA: colocar la firma del responsable de la recepción de la información.


 <b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b> <i>Libros y umbros en la diversidad</i>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC - 01 – 05</b>	
	<b>Procedimiento: Ficha estudio de mercado</b>		Fecha:	
			Versión: 1.0	
				Página: 1/1
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>			<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>	
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>				
Nombre:	(1)	Cargo:	(5)	
Teléfono:	(2)	Ruc:	(6)	
Correo:	(3)	Teléfono:	(8)	
Dirección:	(4)	Celular:	(9)	
<b>SOLICITUD:</b>				
(10)				
<b>TIPO DE ESTUDIO</b>				
Importación	(11)			
Exportación	(11)			
Inversión extranjera	(11)	Directa	(11)	
		Indirecta	(11)	
<b>OBSERVACIONES:</b>				
(12)				
ELABORADO POR:		RECIBIDO POR		
NOMBRES Y APELLIDOS:(13)		NOMBRES Y APELLIDOS:(16)		
FECHA: (14)		FECHA: (17)		
FIRMA: (15)		FIRMA: (18)		
<b>Página 36 de 47.</b>				


 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Learn and evolve with the diversity!</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b></p> <p><b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. PARTIDA ARANCELARIA: En el presente casillero se necesita colocar la partida arancelaria del producto a ofrecer.</li> <li>2. NOMBRE COMÚN: En el presente casillero escribir el nombre común es decir como es conocido el producto.</li> <li>3. NOMBRE CIENTÍFICO: En este casillero solo se llenará en caso de que el producto posea nombre científico caso contrario se omite.</li> <li>4. VARIEDAD O TIPO: Este casillero se debe colocar cual es la variedad o tipo de producto objeto de análisis.</li> <li>5. PROVEEDOR / FABRICANTE: El nombre exacto del Fabricante o proveedor.</li> <li>6. MODELO: en el presente casillero solo se llenará si el producto así lo requiere para mejor identificación, se mencionará un tipo de referencia para el producto a exportar o importa (ejemplo: celular Huawei modelo P30 Lite).</li> <li>7. MARCA: esta sección solo se debe llenar si el producto lo requiere de ser el caso se debe señalar el nombre de la marca del producto.</li> <li>8. ORIGEN: Mencionar de donde proviene el producto.</li> <li>9. IMAGEN: Foto del producto, que sea clara y visible.</li> <li>10. DESCRIPCIÓN: En el presente casillero se necesita mencionar todo lo que le describe al producto, tamaño, color, etc.</li> <li>11. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:</li> <li>12. DIMENSIONES / MEDIDAS: en el presente cuadro se menciona las dimensiones y las medidas del producto es decir el tamaño, la altura, lo largo y lo ancho.</li> <li>13. CONTENIDO / COMPOSICIÓN: se ubicará toda la información ya sea esta nutricional, los elementos de los cuales está constituido el producto.</li> </ol>	
<b>Página 37 de 47.</b>	




 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Leamos y vivimos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p>14. <b>USO / FUNCIÓN:</b> cuál es la utilidad o la función que cumple el producto.</p> <p>15. <b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN:</b> mencionar cómo será el correcto almacenamiento del producto y a la vez el ambiente adecuado para la conservación.</p> <p>16. <b>ESTADO:</b> hace referencia al estado del producto si se presenta en forma líquida sólida o es materia prima o un producto transformado.</p> <p>17. <b>EMPAQUETADO:</b> en el presente casillero se mencionará como va a ir empaquetado es decir cómo van ubicado el producto en cajas etc.</p> <p>18. <b>DURACIÓN:</b> El tiempo que durara el producto a la hora de exportar o importar.</p> <p>19. <b>PESO:</b> en el presente casillero se mencionará el peso del producto.</p> <p>20. <b>OBSERVACIONES:</b> Mencionar algún dato si se requiere o imprevisto por parte del usuario, ver anexo 5.</p>	
<b>Página 38 de 47.</b>	


	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>			<b>PR- IC- 01- 06</b>
	<b>Procedimiento: Ficha Técnica de Producto</b>			<b>Fecha:</b>
			<b>Versión: 1.0</b>	
			<b>Página: 1/1</b>	
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>		
PARTIDA ARANCELARIA	(1)	PROVEEDOR / FABRICANTE	(5)	IMAGEN (09)
NOMBRE COMÚN	(2)	MODELO	(6)	
NOMBRE CIENTÍFICO	(3)	MARCA	(7)	
VARIEDAD O TIPO	(4)	ORIGEN	(8)	
DESCRIPCIÓN	(10)			
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	(11)			
DIMENSIONES/ MEDIDAS	(12)			
CONTENIDO/ COMPOSICIÓN	(13)			
USO / FUNCIÓN	(14)			
TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN	ESTADO	EMPAQUETADO	DURACIÓN	PESO
(15)	(16)	(17)	(18)	(19)
OBSERVACIONES				
(20)				
<b>Página 39 de 47.</b>				



 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b>	
<b>FICHA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	
En este modelo se determina la satisfacción del cliente por el servicio brindado	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>ÁREA:</b> Seleccionar el área de interés con una (X)</li> <li>2. <b>EL NIVEL DE SATISFACCIÓN:</b> responder los indicadores dados con una (X) de acuerdo a la opinión del cliente.</li> <li>3. <b>OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES:</b> campo final para dar espacio a alguna observación o recomendación por parte del usuario.</li> </ol>	
<b>Página 40 de 47.</b>	

 <b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>		<b>PR- IC- 01-07</b>	
			<b>Fecha:</b>	
	<b>Procedimiento: Ficha De Evaluación Del Cliente</b>		<b>Versión: 1.0</b>	
			<b>Página: 1/1</b>	
<b>Área: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>		
<b>ÁREA</b>				
<b>¿CUÁL FUE EL ÁREA DE SU INTERÉS?</b>	COMERCIO EXTERIOR	INVERSIÓN EXTRANJERA	RELACIONES INTERNACIONALES	
	(X)			
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO</b>				
	MUY SATISFACTORIA	REGULAR	NADA SATISFACTORIA	
Orientación brindada	(X)			
La entrega a tiempo de servicio	(X)			
La experiencia del servicio al cliente	(X)			
Profesionalismo	(X)			
Compresión de las necesidades	(X)			
Calidad en el servicio	(X)			
<b>¿Luego de su experiencia recomendaría el servicio a otras personas?</b>		SI	NO	
		(X)		
<b>OBSERVACIONES/SUGERENCIAS</b>				
<b>SE SUGIERE QUÉ.....</b>				
<b>Página 41 de 47.</b>				



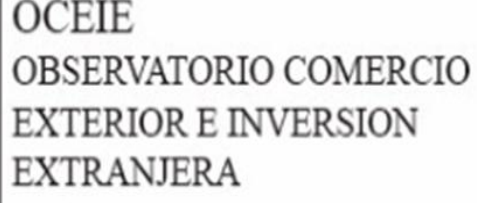
 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCIEE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b></p> <p><b>FICHA DE TRAZABILIDAD</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ACTIVIDAD: Nombre de la actividad que se desarrolla</li> <li>2. DESCRIPCIÓN: Explicación de las funciones o tareas que cumple</li> <li>3. PROCESO: Señalar con una X el proceso que se evalúa siendo las opciones <ol style="list-style-type: none"> <li>a) IMPORTACIÓN</li> <li>b) EXPORTACIÓN</li> <li>c) INVERSIÓN EXTRANJERA</li> <li>d) RELACIONES INTERNACIONALES</li> </ol> </li> <li>4. TAREA: Señalar la tarea que se le designo para su cumplimiento.</li> <li>5. FECHA INICIO: Colocar la fecha que se asignó la tarea.</li> <li>6. FECHA FINAL: Colocar la fecha en la cual se entregó los resultados.</li> <li>7. NRO. DÍAS: Poner el número de días que le tomo realizar la tarea asigna</li> <li>8. RESPONSABLE: Nombre de la persona responsable del cumplimiento de lo solicitado.</li> <li>9. OBSERVACIONES: Escribir información que se desee recalcar acerca de los resultados presentados.</li> </ol>	
<b>Página 42 de 47.</b>	



 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libros y sueños en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</b>
	<b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b>
	<b>MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL</b>
<p><b>FORMATOS E INSTRUCTIVOS</b></p> <p><b>BOLETÍN INFORMATIVO</b></p> <p><b>a) PAGINA NRO.1</b></p> <p>IDENTIFICACIÓN: Se refiere a la primera página la cual consta de:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Logotipo del Observatorio</li> <li>2. Título (BOLETÍN SEMESTRAL)</li> <li>3. Nombre de la institución (Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera.)</li> <li>4. Semestre (septiembre-febrero).</li> </ol> <p><b>B) PAGINA NRO.2:</b></p> <p>RECONOCIMIENTOS</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) LOGO</li> <li>2) TITULO 1 COLABORADORES:</li> <li>3) Instituciones: en esta sesión se debe enlistar el nombre las instituciones que colaboraron facilitando información.</li> <li>4) Colaboradores en esta sesión se debe colocar el nombre las personas que colaboraron brindando información.</li> </ol> <p><b>C) PAGINA NRO.3</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. LOGOTIPO DE LA ORGANIZACIÓN</li> <li>2. CONTENIDO: Lo que se indica aquí es el índice que tendrá el boletín es decir los temas que se analizan</li> </ol> <p>Finalmente se realiza el desarrollo, en esta parte se desglosan los puntos mencionados en el índice, la información debe estar redactada de forma clara con ilustraciones de datos estadísticos de ser necesario de tal manera que sea comprensible para el lector.</p>	
<b>Página 44 de 47.</b>	

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>	<b>PR- IC- 01-09</b>
	<b>Procedimiento: Boletín</b>	<b>Fecha:</b>
		<b>Versión: 1.0</b>
		<b>Página: 1/3</b>
<b>Unidad: Inteligencia Comercial</b>		<b>Área Responsable: Inteligencia Comercial</b>
 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p> <p>(1)</p> <p><b>BOLETÍN SEMESTRAL DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b></p> <p>(2)</p> <p><b>OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</b></p> <p>(3)</p> <p><b>FEBRERO – SEPTIEMBRE</b></p> <p>(4)</p>		
		<b>Página 45 de 47.</b>



 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>	<b>PR- IC- 01- 09</b>
	<b>Procedimiento: Boletín</b>	<b>Fecha:</b>
		<b>Versión: 1.0</b>
		<b>Página: 2/3</b>
<b>Unidad: Inteligencia Comercial</b>		<b>Área Responsable: Inteligencia Comercial</b>
 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i>		
 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA		
<p>(1)</p>		
<p>COLABORADORES</p>		
<p>(2)</p>		
<p>INSTITUCIONES</p>		
<p>A)..... (3)</p>		
<p>B)..... (3)</p>		
<p>PERSONAS</p>		
<p>A)..... (4)</p>		
<p>B)..... (4)</p>		
<p>C)..... (4)</p>		
<b>Página 46 de 47.</b>		

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p>	<b>Proceso: Inteligencia Comercial</b>	<b>PR- IC-01- 09</b>
		<b>Fecha:</b>
	<b>Procedimiento: Boletín</b>	<b>Versión: 1.0</b>
		<b>Página: 3/3</b>
<b>Área Unidad: Inteligencia Comercial</b>		<b>Responsable: Inteligencia Comercial</b>
 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i></p>		
 <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>		
(1)		
CONTENIDO (2)		
		PÁG.
1.	EXPORTACIONES	
2.	IMPORTACIONES	
3.	INVERSIÓN EXTRANJERA	
4.	RELACIONES INTERNACIONALES	
5.	ANÁLISIS	
6.	NOTICIAS OFICIALES	
7.	NOVEDADES	
9.	ANEXOS	
<b>Página 47 de 47.</b>		

## **CONCLUSIONES CAPITULO Nro III**

Con el desarrollo del presente capítulo se pudo seleccionar los procesos necesarios que permiten el conocimiento específico de la solicitud que hace el usuario que acuda al observatorio de comercio exterior e inversión extranjera.

En cuanto al análisis realizado en esta sección se concluye que la captación de las necesidades que realice inteligencia comercial son la base para que las áreas operativas optimicen el tiempo y cumplan con las actividades pertinentes que generen la información solicitada.

se logró establecer indicadores a analizarse para el desarrollo de la inteligencia comercial dando como producto la generación de modelos estratégicos para la presentación de resultados adecuados a los requerimientos del usuario

## **CONCLUSIONES**

Por medio del presente estudio basado en la revisión, indagación y deducción de las diversas fuentes bibliográficas se logró desarrollar la presente investigación referente al marco teórico el cual permitió ampliar el conocimiento acerca de las temáticas relacionadas al Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, además de sus antecedentes, elementos y funciones a nivel general; de la misma manera se incluyó todo lo que compete a la Inteligencia Comercial, siendo esto, conceptualizaciones básicas que facilitan la comprensión del mismo.

Se definió el empleo del enfoque cualitativo el cual hace referencia al uso de la información haciendo énfasis en el estudio de la temática considerando a la misma como un todo y no como distintas variables, además de haber determinado el tipo y el diseño, instrumentos para el análisis de información como viene siendo en nuestro caso el uso de la entrevista realizada a los docentes de Comercio Exterior.

Mediante el desarrollo del Manual de proceso de Inteligencia Comercial del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, Universidad Otavalo se logró consolidar y determinar los modelos aplicar y el correcto accionar del mismo, el cual ha sido desarrollado tomando en cuenta todas las normativas pertinentes, contando con un instructivo bien detallado, el cual contribuirá con el trabajo del futuro investigador para brindar un servicio acorde a las exigencias del beneficiario.

## **RECOMENDACIONES**

Aplicar el presente manual desarrollado para el proceso Inteligencia Comercial con la finalidad de constatar su efectividad para el desarrollo de las actividades.

Realizar una reingeniería del proceso de inteligencia comercial en un tiempo mínimo de un año para determinar específicamente los reajustes correspondientes que se deben realizar.

Consultar con entendidos en el tema, los cuales permitirán un aporte más puntual y conciso con el fin de facilitar la labor del investigador y brindar un mejor resultado.

## Bibliografía

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado de:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38911499/Sampieri.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSampieri.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190815%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38911499/Sampieri.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSampieri.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190815%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-)

Ahumada Tello , E., & Alberto Perusq, J. M. (S.F.). *Inteligencia De Negocios: Estrategia Para El Desarrollo De Competitividad En Empresas De Base Tecnológica*. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000807>

Bartolomé, A. (2000). Informar y comunicar en los procesos educativos del siglo XXI. *Researchgate*, 12.

Blasco, J. E., & Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte*. España: Club Universitario.

Burneo, P. C., & López, S. (2013). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2233/223348205002.pdf>

Calzada, & Josè. (2009). Recuperado de:

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8933/SILVA\\_SOLANO\\_SOTO\\_DIAZ\\_ANALISIS\\_SOBRE\\_EL\\_USO\\_BENEFICIOS\\_Y\\_LIMITACIONES\\_DE\\_LAS\\_HERRAMIENTAS\\_DE\\_INTELIGENCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8933/SILVA_SOLANO_SOTO_DIAZ_ANALISIS_SOBRE_EL_USO_BENEFICIOS_Y_LIMITACIONES_DE_LAS_HERRAMIENTAS_DE_INTELIGENCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cano, J. L. (2015). La inteligencia de negocio como apoyo a la toma de decisiones en el ámbito académico. *Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 22. Recuperado de:

[http://itemsweb.esade.edu/biblioteca/archivo/Business\\_Intelligence\\_competir\\_con\\_informacion.pdf](http://itemsweb.esade.edu/biblioteca/archivo/Business_Intelligence_competir_con_informacion.pdf)

Carrera Burneo, P., & López, S. (2013). *Redalyc*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2233/223348205002.pdf>

- Cateora, P. (1995). *Marketing Internacional*. Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana Editores.
- Cobra, M. (2000). *Marketing De Servicios* . Colombia: Nomos S.A.
- Comai, A., & Millán, J. T. (2003). La Inteligencia Competitiva en la planificación estratégica y financiera. *Harvard magazine*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/237091499\\_La\\_Inteligencia\\_Competitiva\\_en\\_la\\_planificacion\\_estrategica\\_y\\_financiera\\_-\\_Harvard-Deusto](https://www.researchgate.net/publication/237091499_La_Inteligencia_Competitiva_en_la_planificacion_estrategica_y_financiera_-_Harvard-Deusto)
- Córdova Oviedo, M. R. (2014). *Universidad Católica De Cuenca*. Recuperado de: <https://docplayer.es/amp/1601584-Universidad-catolica-de-cuenca.html>
- COSEVI. (2013). *Metodología para elaborar Manual de procedimiento*. Recuperado de: <https://www.csv.go.cr/documents/10179/10843/Metodologia+para+elaborar+un+Manual+de+Procedimiento.pdf/>
- Española, R. A. (2018). *Real Academia Española*. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=UErw6id>
- Española, R. A. (2018). *Real Academia Española*. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=OHuzGA3>
- Española, R. A. (2018). *Real Academia Española* . Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=UFbxsxz>
- Farné, S. (2011). Observatorios del mercado de trabajo: ¿qué son y cómo funcionan? *Revista de economía institucional*, 440. Recuperado de: <https://www.economiaiinstitucional.com/pdf/No24/sfarné24.pdf>
- Galeano, M. M. (2004). *Diseño de Proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Cordova: Brujas.
- Gongova, S. (2015). *Inteligencia Competitiva*. Dias De Santos.
- Guillén, R. N. (2017). *Universidad Nacional Del Altiplano*. Recuperado de: <Http://Repositorio.Unap.Edu.Pe/Bitstream/Handle/UNAP/3898/Guill%C3%A9n>

- Heredia, L. P. (2011). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales*. Quito: COGNITIO.
- Hernández, S. R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Chile: Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.html>
- HOWSON, C. (2009). *Business Intelligence*. Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana Editores.
- Jiménez, R. (2017). *Metodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Bogota Colombia : Universidad EAN.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2013). *Universidad Nacional de Salta*. Recuperado de: [http://www.economicas.unsa.edu.ar/sigeco/archivos/sig\\_material/Base%20de%20Datos%20e%20Inteligencia%20de%20Negocios%20Laudon%20y%20Laudon%202013.pdf](http://www.economicas.unsa.edu.ar/sigeco/archivos/sig_material/Base%20de%20Datos%20e%20Inteligencia%20de%20Negocios%20Laudon%20y%20Laudon%202013.pdf)
- Lazo, M., & Jara, E. (2010). *La importancia de la Inteligencia comercial: caso practico exportaciones ecuatorianas* . Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2808/1/07594.pdf>
- Leiva, J. P. (2005). *Comercio Exterior Para El Ecuador* . Quito.
- Llanos Castro, N. (2017). *Repositorio Institucional Universidad Distrital*. Recuperado de: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/5845/1/LlanosCastroEulaliaNathalye2017pdf>
- Luis Bassat Coen. (2011). *Inteligencia Comercial*. En L. Bassat, *Inteligencia Comercial*. Barcelona: Plataforma Digital. Recuperado de: <https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/inteligencia-comercial>
- Nairobis Giraldo, Y., & Alvarez Zapata, D. (2009). *Observatorio De Colombia*. Colombia: Centro Argentino De Estudios Internacionales.
- Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Limusa.
- Noel Angulo, M. (2009). Qué son los observatorios y cuales son sus funciones? *Redalyc*, 08.
- Ortoll, E., & Garcia, M. (S.F.). *Inteligencia Competitiva*. 2015: Uoc.



- Ortuño, C. (2006). *Observatorios: Una Mirada Exploratoria*. Caracas: Sela.
- Otos, P. Y. (2010). *Educapuntes Noticias*. Recuperado de:<http://educapuntes.blogspot.com/2015/03/validez-y-confiabilidad-ejemplos.html>
- Phélan C, M. (2007). La red observatorios locales de Barcelona. *Fermentum*, 17(18), 96-122. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/705/70504806.pdf>
- Pollo Cattaneo, M. F., Amatriain, H. G., Pytel, P., Vegega, C., & Britos, P. V. (2012). *Ingeniería De Proyectos De Explotación De La Información*. Argentina.
- Prieto, G., & Delgado, A. (2010). Fiabilidad Y Validez. *Redalyc*, 70. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77812441007>
- Ramirez, I. T. (1998). *Fuentes De Informacion* . Editorial Sintesis .
- Sabino, C. (1978). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.
- Salazar, M. E. (2014). *La Inteligencia De Negocios Como Una Herramienta De Apoyo Para La Toma De Decisiones, Aplicación A Un Caso De Estudio*. Recuperado de:<Http://Repositorio.Uasb.Edu.Ec/Bitstream/10644/4186/1/T1497-Mba-Sarango-La%20inteligencia.Pdf>
- Solano , L. E., & Soto Diaz, V. B. (2016). *Análisis Sobre El Uso, Beneficios Y Limitaciones De Las Herramientas De Inteligencia De Negocios En Las Actividades De Los Gerentes Y Jefes Comerciales En Empresas Del Sector Electrodomésticos De Lima Metropolitana*. Recuperado de: [Http://Tesis.Pucp.Edu.Pe/Repositorio/Bitstream/Handle/123456789/8933/Silva\\_Solano\\_Soto\\_Diaz\\_Analisis\\_Sobre\\_El\\_Uso\\_Beneficios\\_Y\\_Limitaciones\\_De\\_Las\\_Herramientas\\_De\\_Inteligencia.Pdf?Sequence=1](Http://Tesis.Pucp.Edu.Pe/Repositorio/Bitstream/Handle/123456789/8933/Silva_Solano_Soto_Diaz_Analisis_Sobre_El_Uso_Beneficios_Y_Limitaciones_De_Las_Herramientas_De_Inteligencia.Pdf?Sequence=1)
- Sueiro, G. (2012). *Gestion- Tendencias*. Recuperado de:<https://avdiaz.files.wordpress.com/2012/06/calidad-y-confiabilidad.pdf>
- Sueiro, G. (2012). *Studylib*. Obtenido de ¿Qué es la confiabilidad?: <https://avdiaz.files.wordpress.com/2012/06/calidad-y-confiabilidad.pdf>
- Tena Millan, J., & Comai, A. (2011). *Inteligencia Competitiva En La Planificacion Estrategica Y Financiera*. Deuston.

- Time Manager. (2017). *Breve Historia del Bussiness Intelligence*. Recuperado de: <https://www.timemanagerweb.com/2017/01/31/breve-historia-del-business-intelligence/>
- Vásquez Castrillón , J. B., & Sucerquia Osorio, A. (2011). *Universidad Tecnológica de Pereira*. Recuperado de: <http://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/0/513/513.pdf>
- Vicepresidencia de la República de Colombia. (2006). *Guía para conformación de observatorios de DH y DIH*.
- Vicepresidencia de la República de Colombia. (2006). *Guía para conformación de observatorios de DH y DIH*. Recuperado de: <http://historico.derechoshumanos.gov.co/Observatorio/Publicaciones/documentos/2010/manualguia.pdf>
- Villanueva, J., & Toro, J. M. (2017). *Marketing estrategico*. España: EUNSA.
- Zapata Cantú, L., Pineda, J. L., Quiroga Treviño, M., & Rossas Ferrer, J. A. (2013). *Consultoria Administrativa e Inteligencia de Negocios*. Monterrey: Editorial Digital. Recuperado de: <http://prod77ms.itesm.mx/podcast/EDTM/ID138.pdf>

## **Anexo No 1: MODELO DE LA ENTREVISTA DESARROLLADA A LOS PROFESORES INVESTIGADORES DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

1. ¿Qué papel juega tener un observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera en la zona norte del país?
2. ¿De los procesos operativos del observatorio cuál cree usted que es el dominio del proceso de inteligencia comercial?
3. ¿Cuál es el alcance del proceso de inteligencia comercial?
4. ¿Inteligencia comercial apoyaría a el comercio exterior o inversión extranjera donde usted lo ve más representado y por qué?
5. ¿Considera usted que es adecuado que el primer proceso operativo del observatorio sea inteligencia comercial?
6. ¿Qué puede aportar la inteligencia comercial a la investigación de la carrera de comercio exterior de la universidad de Otavalo?
7. ¿Cuáles son los elementos que considera que integran la inteligencia comercial?
8. ¿Qué perfil considera usted que debe tener el o la responsable inteligencia comercial?

## **Anexo No 2: RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA**

**DOCENTE: Msc. Belky Nerea Orbes Revelo**

1. ¿Qué papel juega tener un observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera en la zona norte del país?

El Observatorio de comercio exterior e inversión extranjera consolida crecimiento para la zona norte que ayudara, al conocimiento multidisciplinar de la academia y a los pequeños emprendedores.

2. ¿De los procesos operativos del observatorio cuál cree usted que es el dominio del proceso de inteligencia comercial?

El dominio del proceso inteligencia comerciales identificación de posibles clientes.

3. ¿Cuál es el alcance del proceso de inteligencia comercial?

El alcance del proceso inteligencia comercial seria procesar información de los clientes.

4. ¿Inteligencia comercial apoyaría a el comercio exterior o inversión extranjera donde usted lo ve más representado y por qué?

La IC si apoyaría al comercio exterior o inversión en la parte de asesorar clientes, a búsqueda de mercados con la ayuda del área de RRH y COOPERACION INTERNACIONAL

5. ¿Considera usted que es adecuado que el primer proceso operativo del observatorio sea inteligencia comercial?

Si considero que sea el primer proceso operativo debido que se hace un levantamiento de información y diagnostico que ayudaría a tener una base de datos para los interesados.

6. ¿Qué puede aportar la inteligencia comercial a la investigación de la carrera de comercio exterior de la universidad de Otavalo?

La IC puede aportar a la investigación ya que sería una fase donde se pueden analizar procedimientos orientados a capturar, clasificar, analizar y evaluar los diferentes sectores económicos.

7. ¿Cuáles son los elementos que considera que integran la inteligencia comercial?

Elementos de la IC – Base de datos - depuración – y el análisis para dar solución al problema.

8. ¿Qué perfil considera usted que debe tener el o la responsable inteligencia comercial?

Profesional de comercio exterior y mercadeo.

**DOCENTE: Dr.C Jesús Francisco González Alonso**

1. ¿Qué papel juega tener un observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera en la zona norte del país?

Hay que partir desde tres ángulos: 1.- Desarrollo económico del país, la economía ecuatoriana necesita exportar, traer capital fresco para darle oxígeno a la economía, la política del ministerio de Comercio exterior e inversión extranjera está clara en cuanto a este aspecto, pero hay que rescatar. 2.- la región norte está caracterizada por productos ya que son de alta demanda en otros países y hacen necesario hacer este proceso, 3.- por hoy la universidad tiene que jugar otro rol tiene que con su modelo pedagógico llegar a la investigación y a resolver los problemas de la sociedad, pienso que si unimos estos tres factores es la respuesta a la razón de ser del observatorio de comercio exterior e inversión extranjera, el observatorio no va a ser una unidad, estructura o una institución independiente al contrario es parte de la universidad de Otavalo, es un centro, un apéndice o una institución para hacer ciencia y en este caso para fomentar todo lo que es tanto el comercio exterior como la inversión extranjera imposible que podamos exportar cuando el cliente y sus necesidades son un poco más amplias de las que nosotros podemos ofrecer en estos momentos y es ahí donde se complementa la inversión extranjera para poder soportar todas las actividades de comercio exterior.

2. ¿De los procesos operativos del observatorio cuál cree usted que es el dominio del proceso de inteligencia comercial?

El dominio de inteligencia comercial su palabra lo dice, es buscar, es hacer ciencia, es indagar es tener información, en esta sociedad donde vivimos hoy por hoy, en este mundo tan globalizado la información es poder, por lo tanto tenemos que hacer inteligencia de la información, ósea si no solo buscar la alternativa para el cliente, para la comunidad, para la sociedad, tenemos que buscar inteligencia para poder llegar a los mercados que están demandando nuestros productos y servicios como factores de éxito competitivos, hoy por hoy no se puede ver solo la variable precio, ya que es una variable en estudio pero su indicador competitivo es la relación precio – calidad de ahí la importancia de poder trabajar todo esto.

3. ¿Cuál es el alcance del proceso de inteligencia comercial?

El alcance del proceso de inteligencia comercial es la inteligencia de todo los procesos operativos del observatorio, ósea no todo tienes que verlo desde un punto de vista como procesos que son independientes pero a su hora en el mapa de procesos juegan

un papel de sinergia, ósea no podríamos hacer inteligencia comercial si no tenemos la labor de comercio exterior con la importación y exportación, si no tenemos relaciones internacionales que aporte al desarrollo del alcance de lo que hoy se conoce en los mercados meta imposible tener tampoco el complemento de inversiones extranjeras, ósea tenemos que ver que los procesos operativos que son los cuatro integrantes Inteligencia Comercial, Comercio Exterior, Inversión Extranjera y Relaciones Internacionales, no importa el orden en el que estén enumerados, lo que si tiene que haber es una sinergia entre ellos para poder satisfacer la demanda hoy por hoy de la región norte en su presencia de los productos y servicios en el mercado Internacional.

4. ¿Inteligencia comercial apoyaría a el comercio exterior o inversión extranjera donde usted lo ve más representado y por qué?

Por supuesto IC es la cara a descubrir la necesidad del cliente, pero es la cara también en evaluar la satisfacción del cliente, si hay una cosa que no puede dejar de faltar en IC es la trazabilidad de los otros restantes procesos

5. ¿Considera usted que es adecuado que el primer proceso operativo del observatorio sea inteligencia comercial?

De hecho, lo es en el mapa de procesos cuando se controló, pero hay una vieja regla matemática que el orden de los factores no determina el producto, pero tu cuando vas a hacer un mapa de procesos tienes que partir por una relación dialéctica de causa y efecto y es por eso que se ubicó como primer proceso inteligencia comercial, pero IC no es un ente independiente, IC es una sinergia entre los cuatro procesos. Esta primero en el mapa de procesos, pero no quiere decir que sea el número uno, un cliente llega buscando importar, buscando exportar, buscando inversión extranjera, buscando promover su producto en ferias, en un espacio en una exposición y siempre, tiene que darse una sinergia entre los cuatro procesos no siempre todo el mundo tiene que esperar a que le digan todos tenemos que trabajar en hacer.

6. ¿Qué puede aportar la inteligencia comercial a la investigación de la carrera de comercio exterior de la universidad de Otavalo?

La IC Tiene un deber de aportar los nuevos desarrollos tanto en el campo de la docencia, tenemos que a partir de crear la figura del observatorio que nuestras clases sean dinámicas con ejemplos prácticos de la región norte con acciones que hay que encaminar para transformar la sociedad de la región norte pero esto lo logramos y no lo podemos ver parado debemos verlo integrado con la investigación y al mismo

tiempo con la satisfacción de la sociedad no podemos verlo en un modelo pedagógico se establece como los tres ejes fundamentales o las tres variables fundamentales del mismo pero no podemos ver que hay que dar una clase para hacer una investigación ni hay que partir de esta para poder desarrollar una clase, primero que demanda la sociedad en cuanto a materia de comercio exterior e inversión extranjera, segundo como yo voy a aportar con los alumnos a partir de la ciencia desarrollar y resolver los problemas de la sierra zona norte, tres como tienen que ser mis clases, mis clases tienen que ser dinámicas donde el protagonista no es hacer sino aprender haciendo pienso que hoy la pedagogía que al final es lo que revoluciona todo el campo de la docencia se ha buscado una herramienta que se llama educación avanzada que es la que permite transformar la universidad pero la universidad no como una elite, como un status school sino como un medio para resolver los problemas sociales , hoy nos enfrentamos a una agenda 20.30 para cambios del desarrollo del milenio y qué papel juega la educación, qué papel juega la universidad , como esta concientizado nuestros estudiantes de que un mundo mejor es posible solo por un eslogan solo por vivirlo o en verdad que participan en la comunidad con sus experiencias para vivirla.

7. ¿Cuáles son los elementos que considera que integran la inteligencia comercial?  
Los elementos que integran la IC es primeramente el reconocimiento del cliente, segundo su satisfacción y que tiene que ser el observatorio para ser uno por ciento mejor que la competencia de otros observatorios para resolver las necesidades en todas las aristas, en todos los deseos, en toda la demanda que se puede establecer, para mí esas son las tres únicas preguntas que tiene que tener el observatorio, primero identificar quienes son mis clientes, segundo saber cuáles son sus necesidades, y tercero que tienen que hacer el observatorio de comercio exterior de la universidad de Otavalo para hacer un uno por ciento mejor que la competencia en cada uno de sus detalles en IC, en CE, en RI, en IE y no ser ciento por ciento en un solo detalle esa es la clave del éxito del observatorio de comercio exterior e inversión extranjera.

8. ¿Qué perfil considera usted que debe tener el o la responsable inteligencia comercial?

La persona que sea responsable del área de IC que yo no lo veo centrado en un responsable de área yo lo veo con los nuevos métodos de tendencia de la dirección con un equipo de participación donde sea un board un staff cualquier de estos términos que utilizamos que sea un equipo no importa el responsable , el líder, el jefe, nada de eso no vamos a arrastrar estructuras que hoy por hoy puede traer ventajas y

desventajas, ese no es el tema para lograr el cambio, el cambio está dado en el equipo en su integración en su madurez y su aportes a partir a la ciencia a la sociedad.

**DOCENTE: MSC. María Soledad De la Torre Altamirano**

1. ¿Qué papel juega tener un observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera en la zona norte del país?

Es bastante importante tener un observatorio de comercio exterior e inversión extranjera en esta parte norte del país porque realmente tenemos muchos procesos de comercio exterior que están quedado en base a la falta de conocimiento o de apoyo hacia las micro o medianas empresas y esto va a fortalecer por medio de un asesoramiento o un apoyo que se brindaría desde la universidad hacia estos pequeños comerciantes y además toda esta información que se pueda desarrollar dentro de la institución preferible del observatorio como tal para poder desarrollar una base de datos que nos permita buscar mejores mercados.

2. ¿De los procesos operativos del observatorio cuál cree usted que es el dominio del proceso de inteligencia comercial?

Lo que corresponde a IC el proceso se trata de que nosotros podamos tener la mayor información posible sobre el sector, sobre lo que está pasando en el entorno comercial y que nosotros podamos utilizar esa información para poder tomar mejores decisiones eso es lo que en si se basa la IC.

3. ¿Cuál es el alcance del proceso de inteligencia comercial?

Sería la primera base de información con la que nosotros podríamos desarrollar las asesorías hacia micro medianas empresas que puedan requerir hacer actividades de comercio exterior o que necesiten tener accionistas e inversores extranjeros.

4. ¿Inteligencia comercial apoyaría a el comercio exterior o inversión extranjera donde usted lo ve más representado y por qué?

Desde mi punto de vista la información que podemos recabar en IC la podemos utilizar tanto en un proceso como en el otro, pero lo más importante que me parece es que nos permitiría este conocimiento en fomentar la inversión de los extranjeros porque, porque vamos tener una mayor transparencia de los procesos que se están desarrollando por parte de las empresas y eso no va a permitir que haya más personas interesadas en poder apoyar en materia económica a esta institución.

5. ¿Considera usted que es adecuado que el primer proceso operativo del observatorio sea inteligencia comercial?



Si, me parece bastante importante porque tenemos a este como uno de los primeros procesos operativos ya que esta base de datos o esta información será de donde vamos a partir para desarrollar las actividades del resto de procesos entonces primero vamos a identificar qué es lo que necesita realmente el usuario, lo que el necesita comercializar, necesita conseguir un inversionista, necesita hacer un proceso diferente entonces la IC nos va a guiar a hacia donde tenemos que llevar el proceso entonces la primera actividad que desarrollaríamos después de eso podríamos dar el asesoramiento requerido al cliente.

6. ¿Qué puede aportar la inteligencia comercial a la investigación de la carrera de comercio exterior de la universidad de Otavalo?

Considerando como había mencionado anterior mente la IC es la generación de una base de datos de la Investigación de una información que nos permita a nosotros tomas decisiones o procesos de actuación esto va a ser un aporte sustancial para lo que es la investigación de la universidad y lo que es la investigación de lo que se puede desarrollar en la carrera de comercio exterior puesto a que esta base de datos nos permitirá desarrollar a nosotros desde ahí procesos o artículos científicos que sirvan para el conocimiento de la comunidad universitaria.

7. ¿Cuáles son los elementos que considera que integran la inteligencia comercial? Toda la información que podemos conseguir del entorno ósea la macro información que podemos conseguir del entorno en este caso sería del norte del país, requeriríamos tener catálogos de productos, los precios de estos productos como se están desarrollando cuales son los estándares mínimos que sus productos deberían tener para ser comercializados en el exterior, y en base a esta información nosotros podríamos asesorar a los clientes que vengan al observatorio porque vamos a comprar la calidad o estándar del producto o la competitividad de su precio con lo que realmente está establecido como base.

8. ¿Qué perfil considera usted que debe tener el o la responsable inteligencia comercial?

Yo pienso que en esta área necesitamos a una persona que tenga conocimientos en las áreas de comercio exterior que haya sido formada como ing. Comercio exterior, y también que tenga conocimientos en investigación de mercados que si lo pueda desarrollar de una manera adecuada de una investigación de mercados que es de donde va a partir la información y donde vamos a hacer las comparaciones

**DOCENTE: Msc. Edwin Santiago Núñez Naranjo**

1. ¿Qué papel juega tener un observatorio de Comercio Exterior e Inversión extranjera en la zona norte del país?

Bueno a mí me parece que lo principal es determinar el rol, es decir el papel que va cumplir como actividades y la importancia para la zona norte del país, la primera, el rol que va tener es ser un centro de investigación de producción científica en términos de documentos y publicaciones científicas en comercio exterior para facilitar el intercambio de productos de la zona norte del país hacia el exterior intercambio nosotros a través de productos a valor agregado y del exterior que vendan insumos de bienes de capital para que nos ayuden a producir de mejor manera entonces ahí que el papel del observatorio es investigar y también cumplir un rol de mediador entre estos dos sujetos en este caso el empresario de la zona norte del país y quien está de empresario fuera del país eso con respecto al rol de ahí con la importancia de este rol es trascendental porque la zona norte del Ecuador necesita promover sus exportaciones y necesita no sólo lamentablemente per curar exportaciones sino atraer el flujo del capital que permita exteriorizar estos productos entonces hay un poco las dos visiones el rol y la importancia del rol.

2. ¿De los procesos operativos del observatorio cuál cree usted que es el dominio del proceso de inteligencia comercial?

No la inteligencia comercial justamente va permitir ofrecer primero un diagnóstico situacional de cuáles son los requerimientos las demandas de la zona norte del país eso es lo que nos va permitir en una planeación de inteligencia comercial y de ahí canalizar todos estos requerimientos hacia los principales procesos operativos ósea comercio exterior, inversión extranjera, inversiones internacionales, no te podía decir a ciencia cierta cuál es el proceso predominante porque me parece que todos son importantes en la misma medida, deben ser tratados con la misma importancia pero la parte logística especialmente el comercio exterior por experiencia por tratarse de una zona que generalmente ha trabajado en exportación, importación, sabes que predomina el proceso de exportación importación es decir de comercio exterior pero el proceso de inteligencia comercial va canalizar estas demandas estos recursos que se vayan a trabajar y deben darle importancia a los procesos operativos en general por igual

3. ¿Cuál es el alcance del proceso de inteligencia comercial?

El alcance del proceso de inteligencia comercial para mi es integral el proceso de inteligencia comercial es el inicio de toda la oferta de servicios que va tratar de brindar el observatorio pero justamente al ser la puerta de entrada o la ventanilla de entrada este proceso de inteligencia comercial es el que inicia y a la vez es el que cierra pero una vez hecha la investigación de inteligencia comercial o canalizando los requerimientos después de realizar el seguimiento va nuevamente a contactar quien será el mismo cliente o posibles clientes o usuarios del observatorio y va tener un intercambio de información en ese sentido entonces es el ámbito de aplicaciones es integral tiene que ver con todos los procesos tanto los operativos los estratégicos por que las competencias que se dan en los campos estratégicos dan un enfoque de los procesos de inteligencia comercial y las distribuye a los operativos y los de apoyo van justamente a concluir el proceso de inteligencia comercial.

4. ¿Inteligencia comercial apoyaría a el comercio exterior o inversión extranjera donde usted lo ve más representado y por qué?

Entonces es el ámbito de aplicaciones es integral tiene que ver con todos los procesos tanto los operativos los estratégicos por que las competencias que se dan en los campos estratégicos dan un enfoque de los procesos de inteligencia comercial y las distribuye a los operativos y los de apoyo van justamente a concluir el proceso de inteligencia comercial.

5. ¿Considera usted que es adecuado que el primer proceso operativo del observatorio sea inteligencia comercial?

Claro que sí es el primero y nuevamente es el que cierra todo el circulo bueno calidad es el que cierra pero nuevamente después que se ha hecho un servicio de calidad el departamento o el proceso de inteligencia comercial es el llamado a no hacer un seguimiento pero si estar en observancia de lo que sucede con los clientes o usuarios antiguos y nuevos clientes del observatorio entonces efectivamente, totalmente de acuerdo que sea el primer proceso no le entendía el observatorio y que marca la imagen del observatorio

6. ¿Qué puede aportar la inteligencia comercial a la investigación de la carrera de comercio exterior de la universidad de Otavalo?

Puede aportar bastante porque el proceso de inteligencia comercial justamente implica la utilización de herramientas administrativas del comercio exterior educativas curriculares entonces la aplicación de todas estas herramientas contribuyen a que el proceso de inteligencia comercial a su vez pueda aportar a la construcción de una

mejor malla de una carrera es decir el proceso de inteligencia comercial va a servir como una base de datos un generador de información entonces como se genera esta información a través de estas herramientas comerciales que ustedes van a ir aplicando herramienta de inteligencia comercial.

7. ¿Cuáles son los elementos que considera que integran la inteligencia comercial? Hay un sin número de herramientas de inteligencia comercial como: FODA, estudios de mercado, matrices BCG entre otras que el departamento de inteligencia comercial o el proceso tendrá que elegir dependiendo el caso vamos a meter aplicaciones y la obtención de información que esta vez la información es valiosa y va servir para los demás procesos entonces es bastante vital este proceso.

8. ¿Qué perfil considera usted que debe tener el o la responsable inteligencia comercial?

Justamente una persona que maneja el proceso de inteligencia comercial como venía mencionando un profesional que conozca en primera instancia métodos de investigación es decir formas de realizar investigaciones científicas publicaciones científicas pero sobre todo conozca las herramientas de inteligencia comercial más actuales eso principalmente para cómo obtener información de las empresas de los usuarios de los inversionistas extranjeros nacionales y poder canalizarlo esto de la mejor manera es decir que conozca sobre los procesos sustantivos de los observatorios es decir comercio exterior inversión extranjera negocios internacionales es una capacitación integral pero principalmente que conozca que existen estas herramientas y como se aplican estas herramientas en inteligencia comercial

# Anexo No 3



DIRECCIÓN COMERCIO EXTERIOR.

### Carta de Validación.

Yo, Dr.C: Jesús Francisco González Alonso , titular de la cédula de identidad No. 175700853- 5, Docente a tiempo completo de la Carrera Comercio Exterior y Finanzas , mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: MANUAL DE PROCESO Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL. OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA", elaborado por las estudiantes de la Universidad Otavalo:

Nombres y Apellidos	No de Cédula
EVELIN DAYANA YÉPEZ TORO	1003970215
KARLA SAMANTHA BARRENO YÉPEZ	1002663035

Las estudiantes antes mencionadas se consideran aspirantes al título Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas; Una vez efectuada la revisión correspondiente expresamos que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Buena 61 al 80%	Muy Buena 81 al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de Ítems					98
Amplitud de Contenidos					92
Redacción de Ítems					92
Claridad y Precisión					92
Pertinencia					100

Promedio de la valoración: 96  
Observaciones y/o Comentarios:

Y para la constancia de la presente misiva, se firma en la Ciudad de Otavalo a los 10 días de mes junio año 2019.

Dr.C: Jesús Francisco González Alonso.  
Docente Carrera Comercio Exterior y Finanzas.  
Universidad Otavalo.



DIRECCIÓN COMERCIO EXTERIOR.

### Carta de Validación.

Yo, Mg.Sc: Johanna Elizabeth Morocho Terán , titular de la cédula de identidad No. 100315722-7, Directora de la Carrera Comercio Exterior y Finanzas , mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: MANUAL DE PROCESO Y PROCEDIMIENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL. OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA", elaborado por las estudiantes de la Universidad Otavalo:

Nombres y Apellidos	No de Cédula
EVELIN DAYANA YÉPEZ TORO	1003970215
KARLA SAMANTHA BARRENO YÉPEZ	1002663035

Las estudiantes antes mencionados se consideran aspirantes al título Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas; Una vez efectuada la revisión correspondiente expresamos que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Buena 61 al 80%	Muy Buena 81 al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de Ítems					X
Amplitud de Contenidos					X
Redacción de Ítems					X
Claridad y Precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: 97  
Observaciones y/o Comentarios:



Y para la constancia de la presente misiva, se firma en la Ciudad de Otavalo a los 10 días de mes junio año 2019.



Mg.Sc: Johanna Elizabeth Morocho Terán.  
Directora Carrera Comercio Exterior y Finanzas.  
Universidad Otavalo.

Catálogo de productos exportables  
Zona Norte del país

# Sector Artesanal




	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-01</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	6202.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Mundo del tejido	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Sacos de lana	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El saco de lana de oveja es elaborado a mano cuidadosamente en distintos colores para obtener los colores naturales se utiliza tintes naturales			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	El saco de lana es de buena calidad tiene una gran cantidad de modelos			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	El saco vario de dimensión según las tallas			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	100% lana de oveja			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Sirve para proteger al cuerpo de temperaturas frías			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Se debe conservar en lugares secos	Lana de oveja transformada	El saco se empaqueta en fundas plásticas para luego ser empacado en cartones	Hasta 3 años de durabilidad	Un saco pesa 3 libras y media
<b>OBSERVACIONES</b>				


 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-02</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION: 1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	6202.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Elsa Cachimuel	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Gorras de lana	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son elaboradas a mano con diferentes gamas de colores			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de buena calidad tiene diseños únicos y son duraderos			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Varían según la exigencia del productor la talla más acogida es de 56 cm de circunferencia			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	100% lana de oveja			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Ayuda a mantener el calor en la cabeza en temporadas de invierno			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Conservar en un ambiente seco	Lana de oveja transformada	En fundas plásticas y para luego empacarlas en cartones	Hasta los 3 años	Pesa media libra
<b>OBSERVACIONES</b>				



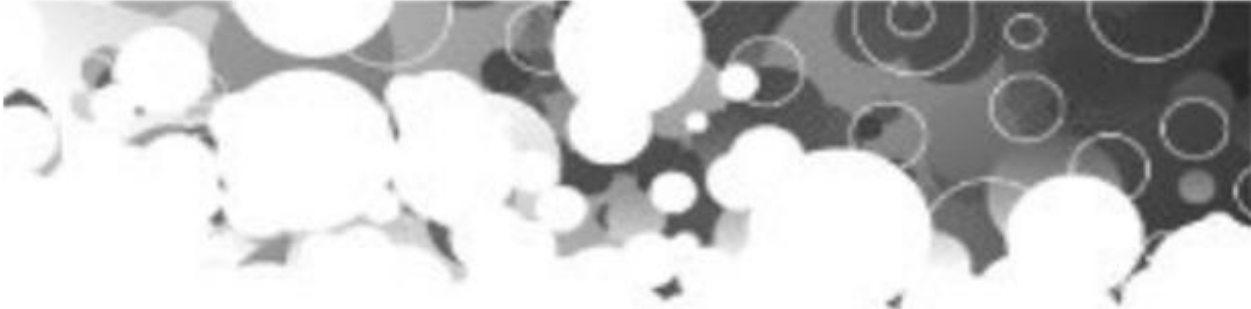
	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-03</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	6202.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Cesar Cabascango	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Ponchos de lana	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es elaborado a mano con diseños originarios del pueblo Otavalo			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	El poncho tiene forma cuadrada con un diseño en el centro al borde del poncho tiene unos flecos que le dan elegancia al poncho			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Mide 1.50 cm por 1,20 cm			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	100% lana			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Sirve para abrigar y mantener el calor en temporadas de invierno			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Conservar en lugares secos	No aplica	En fundas plásticas para luego empaquetar en cartones	Hasta 3 años
<b>OBSERVACIONES</b>				

 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-04</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	5515.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Kinty ñan	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Camiseta	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Camisetas fabricadas y estampadas con diseños y figuras milenarias basadas en la cultura otavaleña			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Son camisetas diseñadas y personalizadas con diseños únicos Otavaleños que demuestran la diversidad y cuentan historias con las imágenes plasmadas dentro de la camiseta			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Varían sus medidas según la talla S, M, L, XL, XXL			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Es una fibra sintética perteneciente a la clasificación genérica del "elastano". No se usa sola, mezclándose con otro tipo de fibras para obtener unos tejidos de gran elasticidad e indeformables.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	sirve para mantener el cuerpo en días soleados con una frescura			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Conservar en lugares secos	Tela lycra transformada	En fundas plásticas	Hasta 1 año de duración
<b>OBSERVACIONES</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y análisis en la diversidad</i></p>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-05</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA:25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	5810.92.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Henry lema	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Tela nylon	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son camisetas diseñadas con figuras nativas otavaleñas			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Sus estampes son únicos e innovadores cada diseño tiene su significado sus diseños son hechos con colores llamativos			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Varían sus medidas según la talla S, M, L, XL, XXL			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	100% hilo nylon			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Son prendas de vestir a la moda			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Mantener en lugares secos	No aplica	En fundas plásticas para luego	Hasta 1 año	1,1/2 libra y media
<b>OBSERVACIONES</b>				

 <small>UNIVERSIDAD DE OTAVALO</small> <small>Libros y vidas en la diversidad</small>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-06</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION: 1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	5608.90.00.10	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Manuel Maldonado	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Hamaca	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Las hamacas son elaboradas en máquinas con hilos resistentes y de colores llamativos			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	La hamaca tiene una gama de colores finas con diseños únicos y modelos innovadores			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Un 2.80 cm de largo por 1.80 cm de ancho			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	100% hilo poliéster			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Sirve para descansar dormir en una hamaca ofrece una enorme cantidad de beneficios terapéuticos para el cuerpo además ayuda a conciliar el sueño			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Se debe conservar en lugares secos	Hilo transformado	En fundas plásticas	Hasta 3 años	Pesa 3 libras
<b>OBSERVACIONES</b>				


 UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libre y unido en la diversidad</i> OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-07</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	9206.00.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Segundo Pilatuña	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rondadores	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Otavalo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son hechos con cañas de carrizo que son extraídas de los montes tienen una altura hasta de tres metros			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Son instrumentos de viento elaborados a mano con mucha precaución debido a que son frágiles			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Un rondador mide entres 30 cm hasta 40 cm de ancho por 30 centímetros de largo			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	100% carrizo			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001 en proceso			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Sirve para entonar melodías naturales			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Se debe conservar en lugares secos	Carrizo transformado	Se empaqueta en cartones	Hasta 1 año	Pesa media libra
<b>OBSERVACIONES</b>				





Catálogo de productos exportables  
Zona Norte del país  
**Sector Alimenticio**







	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-01</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0402.91.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Leche	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Crema de leche	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un producto lácteo elaborado a partir de la grasa de la leche.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Producto lácteo relativamente rico en grasa separada de la leche por procedimientos tecnológicamente adecuados, que adopta la forma de una emulsión de grasa en agua.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Presentaciones en 1000cc y 500 cc.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene grasa la cual aporta principalmente energía y contribuye en la absorción de vitaminas como la A, D, E y K.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Excelente en la preparación de salsas para pasta y carnes varias. De igual manera es de uso común en repostería.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigeración (2 a 5°C)	Líquido	Bolsas plásticas de polietileno	30 días	1000cc y 500 cc.
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-02</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
				<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>			
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp		
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica		
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp		
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Parmesano	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Queso maduro de pasta dura y que su consistencia es granular				
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Queso duro, cocinado y madurado lentamente. Obtenido de leche parcialmente desnatada.				
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Las medidas que posee aproximadamente 46 cm de diámetro y 23 cm de espesor.				
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Principalmente la leche de vaca no pasteurizada.				
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Para uso en la cocina resulta sumamente variable. Rallado sobre cualquier tipo de pasta o en ensaladas. Gratinado sobre mariscos. En postres.				
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Queso maduro de pasta dura y que su consistencia es granular				
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>	
A temperatura inferior a 6 ° C.	Solido	Al vacío.	30 días	Rueda 20 – 25 kg, cuñas 1 kg y 3 kg, porción de 250 g.	
<b>OBSERVACIONES</b>					



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-03</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0401.20.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Leche entera UHT	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Leche larga vida UHT entera	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Elaborada a partir de leche cruda de vaca, sometida a un proceso de UHT			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es obtenido a partir de la leche cruda sometida a un proceso térmico de pasteurización que garantiza la destrucción total de los gérmenes patógenos, sin alterar sensiblemente sus características fisicoquímicas y sensoriales			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Varía entre la funda de 1 litro y medio litro.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Hecha a base de leche pasteurizada alimento rico en proteínas y medio contenido en calorías.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Para consumo doméstico e industrial, panaderías, heladerías.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
A temperatura ambiente	Líquido	Funda de polietileno	30 días	Presentaciones de 1 litro y medio litro
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-04</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.10.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Mantequilla	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un derivado de la leche y/o de productos obtenidos de la leche, principalmente en forma de emulsión del tipo agua en aceite.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Producto lácteo de consistencia blanda obtenido mediante batido de crema de leche pasteurizada.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Según su peso.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Está compuesta por cultivos de fermentos de bacterias inocuas productoras de ácido láctico y/o modificador del sabor y aroma, agua potable y sal de calidad alimentaria.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	NTE INEN 161:2011			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Uso doméstico, aplicaciones industriales (panaderías, pastelerías)			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigeración 6 °C	Blanda - Granulada	Tarrina de polipropileno, lámina de aluminio y tapa de polipropileno	30 días	100 g - 210g
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-05</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0814.00.10.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Agroindustrias Carchi	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Mix de frutas deshidratadas	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Carchi-Tulcán	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Mezcla de pulpas de fruta cortada en trozos, sometida a un proceso de Osmodeshidratación.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Frutos frescos naturalmente maduros, que han sido pelados y cortados al tamaño deseado, procesados y deshidratados con aire caliente, previamente endulzados. La fruta deshidratada no queda pegajosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Trozos de fruta en cubos de 5x5 mm aproximadamente.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Frutos frescos maduros, pelados, cortados y sometidos al proceso de osmodeshidratación, los jugos en el interior de las células de la fruta como el agua o ciertos ácidos y contiene Melón, Papaya, Guayaba, Banano, Uvas y cereales.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Consumo personal o aplicaciones gastronómicas.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugar fresco y seco: 20°C	No aplica	Bolsas de polietileno	6 meses	50 g, 100 g, 150 g, 1 kg, 1.5 kg, 2 kg y 3 kg.
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-06</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Crema	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un queso blanco, no maduro y sin corteza.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Presenta una textura suave el queso se puede untar y mezclar fácilmente con otros alimentos. Es hecho a base de leche fresca, leche ácida, cuajo y sal.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Varía según el peso.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Principalmente la leche de vaca no pasteurizada.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	NTE INEN 1528:2012			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Excelente para untar sobre tostadas o galletas y sobre todo para repostería.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigeración 6 °C	Cremoso	Tarrina de polipropileno, lamina de aluminio, tapa de polipropileno.	45 días	Desde 250g hasta balde de 4kg.
<b>OBSERVACIONES</b>				

 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libero y unidos en la diversidad</i>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-07</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b> <b>VERSION:1.0</b> <b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Fresco	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Producto lácteo obtenido por la coagulación de la leche pasteurizada por la acción del cuajo y la eliminación parcial de lacto suero.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Producto lácteo color blanco, sabor y olor característico, textura sólido blando.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Presenta diferentes medidas.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Comparte la mayoría de las propiedades nutricionales con la leche, excepto porque contiene más grasas y proteínas concentradas.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Como acompañante de otros productos como café, chocolate o como ingrediente de otras preparaciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigerado de 0° a 4°C.	Sólido blando	Empaque al vacío	21 días	500g y 3 kg.
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-08</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Gruyere	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se identifica por su sabor vigoroso y aroma, su textura es ligeramente granulada, por la prolongada maduración.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es un producto de mediana humedad, graso, elaborado con leche estandarizada. Es de pasta firme color blanco – amarillento.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Rueda de 25 kg aproximadamente, paquetes de 3 kg y 1 hg.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene alto contenido de proteínas y grasa, no contienen carbohidratos, y por ser derivado de la leche posee calcio.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Para mezcla de fondue. Especial para cordón blue. Para sandwiches fríos. Para quiche o rallado sobre pizzas.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Se debe conservar refrigerado a una temperatura inferior a 12°C.	Cilíndrica achatada y sección vertical elíptica alargada	Cuñas envasadas al vacío	180 días	30 kg. aproximadamente
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-09</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Holandés	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Queso madurado de pasta semidura, elaborado con leche pasteurizada de vaca			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es obtenido de la separación de las partes sólidas de la leche de vaca y concentradas, aumentando así su aporte de nutrientes por la eliminación de agua del producto. Es un queso firme, semiduro y madurado.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Las medidas que posee aproximadamente 46 cm de diámetro y 23 cm de espesor.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	El Queso Holandés también contiene sodio, el cual es un nutriente que, consumido en cantidades moderadas, ayuda al cuerpo a controlar la presión arterial y mantener el volumen de la sangre.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Sanduches fríos o calientes. Quiche. Para bocadillos en tabla de quesos.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigeración 6 °C	Cilíndrica achatada y sección vertical elíptica alargada	Envasado al vacío	45 días	400g
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-10</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Manchego	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Queso maduro de pasta dura elaborado con leche de cabra.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Presenta sabores audaces, es ácido y fuerte, el cual se transforma en picante en quesos muy madurados y logra un leve color amarillento.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Posee forma de cilindro con caras sensiblemente planas, de una altura máxima de 12 cm, y diámetro máximo de 22 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene un alto porcentaje de grasa, y es por ello que se trata de un queso muy calórico.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Consumo como aperitivo, entrante, también puede utilizarse en la preparación de platos calientes con carnes, etc.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Conservar entre 2 y 8°C.	Cilíndrica achatada y sección vertical elíptica alargada.	Envasado al vacío y Caja de cartón	90 días	Igual o inferior a 1.5kg.
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-11</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0405.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Queso	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Queso Mozzarella	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un queso fresco, de pasta blanda y elástica y graso			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tiene un aspecto fresco, suave y brillante, de apariencia húmeda. Contiene un olor láctico y una textura ligeramente viscosa y elástica, no tiene corteza y la pasta es prensada y fresca			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	No aplica			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Alta cantidad de calcio un alimento rico en fósforo			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Es muy usado para la fabricación de pizzas, cuando está casi seco y en ensaladas, cuando es fresco.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura inferior a 6 ° C.	Sólido blando	Empaque de polietileno termoencogible y empacado al vacío	90 días después De ser producido	Existe una variación y puede Ser de 100 gr. a 1kg.
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-12</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0810.90.50.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Sumak Mikuy	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Uvilla Deshidratada	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Sumak Mikuy	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Physalis peruviana	<b>ORIGEN</b>	Imbabura	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Producto elaborado a partir de uvilla, sometida a un proceso de deshidratación, con el objetivo de eliminar un alto porcentaje de agua contenida.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Contiene un sabor exótico y agrisado y el producto presenta la superficie arrugada debido al proceso de deshidratación.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Varían las medidas según la bolsa requerida.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	La uvilla es una fuente de vitamina C.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Orgánico NOP - EUCERTIFICADO POR: BCS OKö GARANTIE			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Para consumo doméstico			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Conservar en un lugar fresco.	Conservas	En bolsas Doy Pack	1 año	200g y 500g
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-13</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0404.90.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Yogurt Natural	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un producto lácteo de consistencia cremosa y se obtiene a partir de la fermentación de la leche.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	A partir de leche pasteurizada, leche en polvo entera, leche concentrada pasteurizada, suero en polvo, proteínas de leche y/u otros productos procedentes del fraccionamiento de la leche.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Por litros según el envase			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Es fuente de proteínas y grasas lácteas, tiene propiedades adelgazantes, depurativas y digestivas.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	No aplica			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Se puede utilizar en diferentes recetas			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigerado entre 2 a 4°C	Líquido	El envasado será en recipientes cerrados en material autorizado. Los envases tendrán un contenido neto mínimo de 125grs.	Tres meses a partir de su elaboración	1 litro y 200cc
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-14</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0404.90.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Floralp	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Yogurt	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	Floralp	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Yogurt de sabores	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es el yogurt natural al que se le han añadido agentes aromáticos autorizados.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Producto obtenido por fermentación de la leche pasteurizada de vaca por acción de cultivos lácticos específicos, añadido endulzantes, colorantes y saborizantes.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Envases de 2 lt, 1 litro y 200 ml.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Este hecho a base de leche entera pasteurizada, azúcar, fermentos lácticos, colorante y saborizante			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	NTE.INEN 2395:2011			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Para consumo doméstico e industrial, bebida láctea, desayunos.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Refrigeración 6 °C	Líquido	Poma polietileno	30 días	Varía por Lt.
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-15</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1101.00.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	MODERNA ALIMENTOS S.A.	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Harina de trigo	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	No aplica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Producto alimenticio obtenido de la molienda de trigos duros.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Producto obtenido de la molienda a piedra de manera artesanal, y cernido, del endospermo y capas internas del pericarpio de granos de trigo, con el fin de obtener un tamaño de partícula determinado.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Sacos multipliegos según el peso.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	El contenido proteico es muy variable compuesta básicamente por fibras de celulosa que contiene vitamina B1 y ricos en carbohidratos			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	NTE INEN 616:2015			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Industria alimentaria (panificación, pastas alimenticias y repostería)			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Almacenar en un lugar fresco, libre de plagas y con correcta ventilación,	Polvo textura fina	En envases de polipropileno	12 meses	500 gr. – 1 kg y 2 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

Catálogo de productos exportables  
Zona Norte del país  
**Sector Agrícola**



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-01</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION: 1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0804.40.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Corpo Aguacate	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Aguacate	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Persea americana	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Hass	<b>ORIGEN</b>	Imbabura	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Forma ovalada, hueso mediano a grande, fácil de pelar, sabor suave.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Materia seca: mínimo 27% máximo 28%			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Dimensiones Exterior: 338 x 440 x 182 Dimensiones Interior: 332 x 422 x 176 Volumen Interno: 24,65 lt Capacidad aprox.: 10 kg Capacidad aprox.: 450 gr.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Fruta seca			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	G GLOBAGAP			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Contienen compuestos que favorecen la salud cardiovascular y regulación de la glucosa en la sangre			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Conservar en una temperatura de 5-13°C	No aplica	Caja de cartón, disponible desde calibre 20 al calibre 12.	Hasta dos semanas	Pesa entre 160 y 300 gramos
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-02</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0810.90.50.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Sumak Micuy	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Uvilla	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Physalis peruviana L.	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Physalis peruviana L. extra dulce	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-San Rafael	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	La fruta es redonda - ovoide, del tamaño de una uva grande, con piel lisa, cerácea, brillante y de color amarillo, dorado, naranja o verde según la variedad.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	propiedades físico-químicas proteína 6.71 % humedad: 12.74 % grasa: 3.49% azúcares: 17.24% fibra: 3.15% acidez: 4.58% calorías: 100			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Mide entre 1,26 y 2 cm de diámetro			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Posee vitaminas A y C, esenciales para el mantenimiento y la buena calidad de la piel, que junto con el colágeno ayuda a su conservación y lozanía.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	El Dr. José Arecha Valeta afirma La uvilla posee propiedades energéticas para el cerebro, debido a su contenido en fósforo y magnesio			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Conservar en una temperatura de 5-10°C	Uvilla deshidratada orgánica	Nuestro producto es empacado en bolsas que ofrece una mejor conservación	1 año	El volumen por unidad es de 200 g
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-03</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0704.10.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Provefrut	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Brócoli	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Brassica oleracea	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Brócoli Arcadia	<b>ORIGEN</b>	Carchi-San Gabriel	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El brócoli, producto de una selecta evolución de la antigua col salvaje, no se parece físicamente en nada a su predecesora.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Posee una forma similar a la coliflor, pero con pedúnculos florales menos prietos o compactos, conformando un ramillete o cabeza irregular y abierta.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Las hojas son de tamaño grande, de hasta 50 cm de longitud y 30 cm de ancho, y varían en número, de 15 a 30, según el cultivar.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Fuente de provitamina A y vitaminas C. ácido fólico. Potasio, calcio, fósforo, magnesio y hierro.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	EL actúa como Fito estrógeno, a la vez que aporta Calcio (algo a tener en cuenta durante la menopausia) Posee vitamina K (evita las hemorragias).			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Conservar entre 2º y 4ºC.		Empacado polietileno	Hasta 4 meses	Peso neto (g.) Mínimo 275
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-04</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0705.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Empresa - Pitacava	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Lechuga	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Lactuca sativa L	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Escoria	<b>ORIGEN</b>	Imbabura	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Su forma es redonda con hojas grandes, alargadas y espatuladas, verdes por fuera y más blancas conforme se acercan al tronco.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Color: en general son de color verde, aunque algunas variedades presentan hojas blanquecinas,			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	20 a 30 centímetros de diámetro, según la variedad a la que pertenezcan. Los cogollos tienen un diámetro de cerca de 10 centímetros			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Es rica en antioxidantes como la vitamina A, C, E, B1, B2, B3 y minerales (fósforo, hierro, calcio, potasio). Las hojas de la lechuga			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	La lechuga, esa hoja verde tan popular para las ensaladas, es una de las mejores soluciones vegetales para combatir el insomnio.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Necesita una adecuada cantidad de flujo de aire y humedad de 5 ° C	Materia prima sin ninguna modificación	Se empacan en fundas plásticas estirables	2 meses	El peso promedio de una lechuga es de unos 300 gramos.
<b>OBSERVACIONES</b>				

 UNIVERSIDAD DE OTAVALO <small>Libros y unidades en la diversidad</small>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-05</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0702.00.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	ZNOVA	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Tomate	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Lycopersicon esculentum Mill	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Cherry	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Cotacachi	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	El tomate es una planta que presenta un tallo ramificado y muy poco rígido, por lo que necesita ser entutorado para mantenerse erguido. Las flores se agrupan en racimos, siendo de color amarillento, y florecen escalonadamente. El fruto es una baya carnosa, generalmente de color rojo			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Color: rojo anaranjado en su punto óptimo de recolección, pasando a rojo intenso en la maduración tiene un aroma intenso			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Entre los 10 centímetros hasta los 20 centímetros			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	contiene vitaminas A, B1, B2, B3, B6, C, K y E y numerosas sales minerales, como potasio, cloro, fósforo, calcio, azufre, magnesio, sodio, hierro, cobre, zinc, yodo, cobalto, manganeso, cromo, níquel y flúor, entre otras			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	EL tomate protege la vista: contiene vitamina A, la cual ayuda a proteger nuestros ojos de enfermedades degenerativas o ceguera nocturna.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Entre 10 y 15°C y una humedad media.	Tomate congelado	Se llena en una caja de cartón	2 meses	10 y 15g
<b>OBSERVACIONES</b>				

 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <small>Libres y unidos en la diversidad</small>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-06</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA:25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1006.30.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Erick Von Forrell	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Arroz	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Oryza sativa	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Envejecido	<b>ORIGEN</b>	Costa – El Carmen	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es la semilla de la Oryza sativa. Se trata de un cereal considerado como alimento básico en muchas culturas culinarias en algunas partes de América Latina. Su grano corresponde al segundo cereal más producido del mundo			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	El arroz es una gramínea que presenta tallos redondos huecos y compuestos por nudos y entrenudos, hojas de lámina plana que se unen al tallo por medio de una vaina y su macollamiento es en forma de candelabro.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	mide entre 5,0 y 5,2 mm de largo			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene vitaminas del complejo B, y vitamina E; fósforo y potasio.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	El agua de arroz tiene un montón de propiedades beneficiosas para la piel, ya que contiene muchas vitaminas, minerales y antioxidantes.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Evita la humedad con un modelo no Frost y envases de cierre hermético,	Grano	en bolsas plásticas colabora con la buena conservación de los productos,	Hasta un año acto para el consumo	1 quintal = 4 arrobas = 100 libras
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-07</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1005.90.20.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Molinos Miraflores	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Maíz	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Zea mays	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Amarillo harinoso	<b>ORIGEN</b>	Imbabura – San Rafael	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es uno de los cereales más abundantes y populares en el mundo, y asimismo de los más consumidos			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	La planta del maíz pertenece a la familia de las poáceas o gramíneas, con un ciclo anual y tallos resistentes y erectos, que pueden alcanzar los dos metros y medio de altura.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	La mazorca unos 10-30cm de largo y el grano de maíz unos 5-10 mm de diámetro. Peso: el grano de maíz apenas pesa unos gramos, mientras que la mazorca puede pesar unos 500g.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Es rico en hidratos de carbono, en vitaminas A, B1, B2, B3, B6, B9, E y C, en fibra y en sales minerales como potasio, magnesio, hierro, calcio, zinc, sodio y fósforo.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Certificación BPA			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Sirve para producir muchas cosas, No sólo se utiliza para preparar quesadillas palomitas, sino que es un ingrediente esencial de cerca de cuatro mil productos			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Se almacena frío con un contenido entre 14 y 17% de humedad.	No aplica	bolsas plásticas	Hasta un año	1 quintal 4 arrobas
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-08</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA:25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1209.91.30.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Agroalina	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Zanahoria	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Daucus carota	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una planta herbácea hojas recortadas, flores blancas y raíz puntiaguda, jugosa y comestible, perteneciente a la familia umbelíferas,			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es una hortaliza que pertenece a la familia de las umbelíferas, también denominadas apiáceas, y considerada la especie más importante y de mayor consumo dentro de esta familia.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Tienen forma cilíndrica, recta y lisa. sus dimensiones aproximadas entre 15 a 20 cm de largo y un grosor de 3 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Las zanahorias contienen altas cantidades de betacaroteno. El betacaroteno actúa como provitamina A y se convierte en vitamina A dentro del cuerpo. Otros nutrientes presentes en las zanahorias son hidratos de carbono, ácido fólico, magnesio, manganeso y fósforo.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Excelente vigorizante para mentes cansadas y restauradora de nervios. Fortalece las uñas y el cabello aporta brillo.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
La zanahoria se puede conservar en cámaras frías a 0 °C y 90% a 95%	Zanahoria sin procesar	En fundas plásticas	Hasta 3 meses	1 quintal
<b>OBSERVACIONES</b>				



 UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libres y unidos en la diversidad</i>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-09</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1104.29.10.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	PRODICER EAL S.A.	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Cebada	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Hordeum vulgare	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Scarlett	<b>ORIGEN</b>	Tulcán- San Gabriel	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un cereal de los conocidos como cereal de invierno, se cosecha en hacia fines de la primavera			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es similar a la del trigo el número de tallos en cada planta es variable, y cada uno de ellos presenta una espiga.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Alcanza una longitud máxima de 9.5 mm y una mínima de 6.0 mm; de ancho mide entre 1 .5 y 4.0 mm			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Posee vitaminas del grupo B, ácido fólico, colina y vitamina K, es buena fuente de potasio, magnesio y fósforo, pero su mayor virtud es la riqueza en oligoelementos: hierro, azufre, cobre, cinc, manganeso, cromo, selenio, yodo, molibdeno.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	La cebada es un ingrediente muy conocido debido a que forma parte de bebidas como la cerveza o el whisky. Sin embargo, también es un componente de varios alimentos.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
humedad inferior al 14%,	Trigo sin procesar	Se empacan en costales herméticos.	6 a 12 meses.	quintal (45,36 kilogramos)
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-10</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION: 1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0810.10.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Ecuagroimport	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Frutilla	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Fragaria	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura – San Rafael	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una planta perenne de la familia de las Rosáceas, cuyo fruto es comestible. La planta presenta tallos rastreros, con estolones, hojas vellosas y flores blancas o amarillentas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	El fruto mide cerca de un centímetro de largo, es rojo, tiene sabor dulce y presenta un aroma característico.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Diámetro de 25 a 55 mm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene vitaminas como la A, C, E, B1, B2, B3 y B6, y minerales como hierro, calcio, magnesio, potasio, fósforo, yodo, antioxidante, fibra y ácido fólico.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Posee grandes propiedades energizante y antioxidante. Posee una alta dosis de vitamina C, además de ser rica en fitonutrientes que permite contrarrestar los efectos de los radicales libres, que son el origen en muchas ocasiones los causantes de ciertos tipos de cáncer.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura: -18 °C o inferior. Humedad Relativa óptima: 90 a 95%	Pulpa de frutilla	Se empaqueta en bolsa plástica de alta densidad, opaca,	Hasta 6 meses	100 gramos para el empaque
<b>OBSERVACIONES</b>				




	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-11</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0713.31.10.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Corporación talleres del Gran Valle	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Frejol	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Phaseolus vulgaris	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Frejol alegre	<b>ORIGEN</b>	Imbabura - Cotacachi	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Pertenece a la familia de las leguminosas o Fabaceae, de la que provienen plantas comestibles como garbanzos, chícharos, lentejas, cacahuates y jícamas, entre otras.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es una deformación del español antiguo "frisol". Este viene del catalán "fesol" y que a su vez proviene del latín phaseolus (su nombre científico) o phaselos, que es una clase de legumbre.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Tamaño de 2 mm			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene vitaminas del complejo B (niacina, riboflavina, ácido fólico y tiamina) y minerales, como hierro, zinc, potasio y magnesio.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Son ideales para cuidar la alimentación de una persona con diabetes contienen carbohidratos			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
El grano que se quiere almacenar debe de estar a una humedad de 12-13%	Frejol seco	costales herméticos ayuda a la buena conservación	6 meses	1 costal 50 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y unidades en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-12</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA:25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0713.90.90.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Grupo Grandes Román S.A.	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Chocho	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Lupinus mutabilis	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>		<b>ORIGEN</b>	Sigchos	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una leguminosa de alto valor nutritivo, que se distingue por su contenido de proteína y por sus características agronómicas, como: rusticidad, capacidad de fijar nitrógeno atmosférico a la planta, adaptabilidad a medios ecológicos más secos,			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Su alto contenido de proteínas, similar al de la soja, lo hace una planta de interés para la nutrición humana.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Miden entre 0,5 a 1,5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	El aporte de los chochos en proteínas y grasas insaturadas es superior a cualquier otra legumbre. Además contiene vitaminas del grupo B y E, calcio, potasio, zinc, fósforo, magnesio y calcio.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	El Dr. Baldeón indica que el consumo del Lupinus mutabilis o chocho aumentaba la liberación de la insulina en la sangre.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
debe permanecer a una temperatura de al menos -18° C.	Chocho seco	Bolsas plásticas o costales herméticos	Hasta 3 meses	30 y 250 gramos,
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-13</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION: 1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0714.10.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	EQUINOCTIA L FRUIT S.A	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Yuca	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Manihot esculenta	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Carchi	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una fruta polidrupa, es decir, está formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas, dentro de las que se halla una semilla diminuta, perceptible durante su consumo.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	El color varía conforme la mora va madurando, según la especie. Morus nigra sin madurar tiene un tono blanco verdoso, después pasa al rojo y al término de la maduración es negra.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Es media redonda mide entre 1 y 6 centímetros			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Poseen vitamina C y E abunda también en las moras, son las que le dan su poder antioxidante no faltan minerales como el calcio, potasio, hierro y fósforo.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Las moras, como frutas comestibles que son, pueden ingerirse al natural, frescas tal cual las da el árbol o la planta, siendo este su uso culinario más sencillo.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
La temperatura de almacenamiento fue 4 °C, la humedad relativa varió entre 90%	Pulpa de mora	En bolsa de pastico según la demanda del cliente se realiza el tamaño	Hasta 6 meses	Un kilo el paquete que se exporta
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-14</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0810.90.30.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	La empresa INALPEV	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Tomate de árbol	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Solanum betaceum	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Variedad roja	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Cotacachi	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Tiene hojas alternas, enteras, en los extremos de las ramas, con peciolo robusto de 4 a 8 cm de longitud. El limbo presenta de 15 a 30 cm de longitud, con forma ovalada, acuminado, de color verde oscuro, un poco áspero al tacto.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es un fruto ovoide, la más habitual en nuestro mercado es la de color rojo, en ocasiones con estrías anaranjadas, Su piel es fina, firme y brillante,, jugosa, con semillas en su interior			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Es ovoide de 4 a 8 cm x 3 a 5 cm, con un largo pedúnculo			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Proporcionan hierro, potasio, magnesio, fósforo y vitaminas A, C y E.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Los usos medicinales que se le atribuyen en Ecuador están relacionados con las a infecciones de garganta y gripe.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
temperatura de 13 a 24°C	Fruta sin procesar	En gavetas de plástico	Hasta 3 meses	33,8. kilos
<b>OBSERVACIONES</b>				

 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-15</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0812.90.20.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Asoprovalle	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Durazno	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Prunus pérsica	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Diamante	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Intag	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es un árbol de forma arbustiva, copa amplia y de pequeño tamaño, que crece hasta los 4-10 metros de altura, pero es muy raro que llegue a los 6.5 metros. El tronco es delgado, de corteza color gris con lenticelas			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Fruto carnoso de color amarillo o rojizo que contiene en su interior un hueso grande, poroso y duro, dentro del cual está la semilla, y que puede ser adherente o no a la pulpa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Entre 15 o 20 cm			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	Contiene vitaminas del complejo B y C. Minerales como el potasio y fotoquímicas, como la luteína, zeaxantina, criptoxantina y betacarotenos.			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	El durazno es fácilmente digerible y tiene una fuerte reacción alcalina sobre todo el cuerpo. Tiene propiedades beneficiosas para la anemia, cáncer entre otras.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
a una temperatura entre 1y 8 °C	Durazno sin procesar	en gavetas de plástico	Hasta tres meses	20 kilos
<b>OBSERVACIONES</b>				


	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-16</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA:25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1701.13.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Empresa Tababuela	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Caña de azúcar	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Saccharum officinarum	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	No aplica	<b>ORIGEN</b>	Imbabura-Ibarra	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Es una planta herbácea perenne que forma parte de la familia de las gramíneas; por lo tanto, está emparentada con el arroz, el maíz, el sorgo, la avena y el bambú.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es una gramínea tropical. Es un pasto gigante que tiene un tallo macizo de dos a cinco metros de altura y entre cinco a seis centímetros de diámetro. El tallo contiene un jugo rico en azúcar			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Los tallos miden unos 5 metros de altura, pero el rango es de 3 a 8 metros.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	El azúcar blanco ya que aportan fibra, vitaminas del grupo B y minerales como calcio, sodio, potasio, magnesio			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Norma ISO 9001			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	El producto estrella de esta especie es el azúcar que se obtiene tras la extracción del jugo de los tallos.			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
sacos de polipropileno	Azúcar blanco procesado	En sacos de polipropileno	Hasta 8 meses	45,35 kilos
<b>OBSERVACIONES</b>				



Catálogo de productos exportables  
Zona Norte del país  
**Sector florícola**



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-01</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA:25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Creme de la creme	<b>ORIGEN</b>	Pichincha - Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoración			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-02</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Cotton Candy	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				


	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-03</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Deep Purple	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-04</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Encanto	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa,			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-05</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Esperance	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa,			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-06</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Cherry Brandy	<b>ORIGEN</b>	Pichincha Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-07</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Taxo	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-08</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Under Cover	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-09</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Tycoon	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				





	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-10</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Secret Garden	<b>ORIGEN</b>	Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-11</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Spinelli	<b>ORIGEN</b>	Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días
<b>OBSERVACIONES</b>				

 UNIVERSIDAD DE OTAVALO Libro y unidad en la diversidad OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-12</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Graden Creme Brulee	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-13</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Free Spirt	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				


	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-14</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION: 1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.11.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Rosa	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Rosa spp	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Black Magic	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Cayambe	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Son plantas trepadoras (a veces colgantes), generalmente espinosos, que llegan a medir de dos a cinco metros de altura, en ocasiones, pueden llegar a los 20 m subiendo sobre otras plantas.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Tienen tallos semileñosos, casi siempre rectos (a veces rastreros), algunos de textura rugosa.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	Largo tallo = 54 cm. Diámetro Rosa = 14 cm. Alto = 8 cm. Diámetro capullo = 5 cm.			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	Fair Trade Certified USA - Fair Trade Certified - Basc Certified - Flor Ecuador Certified and Flor Control.			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Lugares frescos y no muy expuestos a la luz.	No aplica	Bonches	10 días	13.09 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y unidos en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIAL EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</p>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-15</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Antigua	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC,Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				



 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y análisis en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-16</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Crimson Tiempo	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-17</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Santa Fe	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses
<b>OBSERVACIONES</b>				





	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-18</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Hoja Verde	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Cupid Pink	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses
<b>OBSERVACIONES</b>				

 UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libres y unidos en la diversidad</i>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-19</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b> <b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Eskimo	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				



	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-20</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Dark Farida	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE OTAVALO Libros y unidos en la diversidad</p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA</p>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-21</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
		<b>PAGINA DE: 1/1</b>		
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Tasman	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-22</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Marlo	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

 <p>UNIVERSIDAD DE <b>OTAVALO</b> <i>Libros y estudios en la diversidad</i></p> <p>OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA</p>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-23</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Hermes	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses
<b>OBSERVACIONES</b>				

	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-24</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION:1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Hermes Orange	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
	Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses
<b>OBSERVACIONES</b>				

 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIAL EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-25</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Jera	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				



 UNIVERSIDAD DE OTAVALO <i>Libros y unidades en la diversidad</i>	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>			<b>PR-IC-01-26</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>			<b>FECHA: 25-07-2019</b>
				<b>VERSION:1.0</b>
				<b>PAGINA DE: 1/1</b>
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Moonlight	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

 OCEIE OBSERVATORIO COMERCIO EXTERIOR E INVERSION EXTRANJERA	<b>PROCESO: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>PR-IC-01-27</b>	
	<b>PROCEDIMIENTO: FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</b>		<b>FECHA: 25-07-2019</b>	
			<b>VERSION: 1.0</b>	
			<b>PAGINA DE: 1/1</b>	
<b>ÁREA: INTELIGENCIA COMERCIAL</b>		<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	0603.12.00.00	<b>PROVEEDOR / FABRICANTE</b>	Arbusta	
<b>NOMBRE COMÚN</b>	Clavel	<b>MODELO</b>	No aplica	
<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	Dianthus Caryophyllus	<b>MARCA</b>	No aplica	
<b>VARIEDAD O TIPO</b>	Peach Mambo	<b>ORIGEN</b>	Pichincha-Tabacundo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se trata de una planta cespitosa que puede llegar a medir hasta un metro de altura, y florece todo el año.			
<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	Es de hoja perennal con una base fuertemente leñosa y unas flores que tienen una fragancia delicada que la hace muy irresistible.			
<b>DIMENSIONES/ MEDIDAS</b>	1 mtr de altura			
<b>CONTENIDO/ COMPOSICIÓN</b>	No aplica			
<b>CERTIFICACIÓN</b>	BASC Flor Ecuador			
<b>USO / FUNCIÓN</b>	Decoraciones			
<b>TIPO DE ALMACENAMIENTO / CONSERVACIÓN</b>	<b>ESTADO</b>	<b>EMPAQUETADO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>PESO</b>
Temperatura no muy alta	No aplica	Cajas pre frías	3 meses	13.73 kg
<b>OBSERVACIONES</b>				

## ANEXO No 5: CÓDIGO PAÍS

PAÍS	CÓDIGO
ALASKA	1907
ALBANIA	355
ALEMANIA	49
ANDORRA	376
ANGOLA	244
ARABIA SAUDÍ	966
ARGELIA	213
ARGENTINA	54
ARMENIA	374
AUSTRALIA	61
AUSTRIA	43
BOLIVIA	591
BULGARIA	359
BOSNIA	387
BÉLGICA	32
BRASIL	55
BAHRÉIN	973
BLANGADESH	880
CUBA	53
CHIPRE	357
CHINA	86
CROACIA	385
CHILE	56
COSTA RICA	506
CHECA, REP.	420
COSTA DE MARFIL	225
CENTROAFRICANA, REP.	236
COREA, REP.	82
CANADÁ	1

PAÍS	CÓDIGO
COREA, REP. DEMOC.	850
CAMERÚN	237
CONGO, REP. DEMOC.	243
CAMBOYA	855
CONGO, REP. DEL	242
CABO VERDE	283
COLOMBIA	57
CUBA	53
DINAMARCA	45
DOMINICANA REP.	1809
ECUADOR	593
EGIPTO	20
EL SALVADOR	503
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	971
ESLOVACA, REP.	421
ESLOVENIA	386
ESPAÑA	34
ESTADOS UNIDOS	1
ESTONIA	372
ETIOPIA	251
FILIPINAS	63
FINLANDIA	358
FRANCIA	33
GIBRALTAR	9567
GRECIA	30
GROENLANDIA	299
GUATEMALA	502
GUINEA ECUATORIAL	240
HAITÍ	509
HAWÁI	1808

<b>PAÍS</b>	<b>CÓDIGO</b>
HONDURAS	504
HONG KONG	852
HUNGRÍA	36
INDIA	91
INDONESIA	62
IRÁN	98
IRAK	964
IRLANDA	353
ISLANDIA	354
ISRAEL	972
ITALIA	39
JAMAICA	1876

<b>PAÍS</b>	<b>CÓDIGO</b>
JAPÓN	81
JORDANIA	962
KENIA	254
KUWAIT	965
LAOS	856
LETONIA	371
LÍBANO	961
LIBERIA	231
LIBIA	218
LIECHTENSTEIN	41
LITUANIA	370
LUXEMBURGO	352