

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia Monte Olivo, cantón Bolívar, provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Administración de Empresas y Marketing

AUTORAS: Lady Karolina Castillo Ipial

Lisseth Estefanía Martínez Imbaquingo

TUTOR: Chávez Rosero Jairo Ricardo MSc.

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Lady Karolina Castillo Ipiál con el número de cédula 0402032205 y Lisseth Estefanía Martínez Imbaquingo con número de cédula 0401792908 han elaborado el trabajo de titulación: “Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia Monte Olivo, cantón Bolívar, provincia del Carchi”

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



Firmado electrónicamente por:
JAIRO RICARDO
CHAVEZ ROSERO -
0400916482

f.....

MSc. Jairo Chávez

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
JEANETH LUCIA
BASTIDAS
GUERRON

f.....

MSc. Janneth Bastidas

LECTOR

Tulcán, junio de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de administración de empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Nosotras, Castillo Ipiál Lady Karolina con cédula de identidad número 0402032205 y Martínez Imbaquingo Lisseth Estefanía con cédula de identidad número 0401792908 declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f. .....

Castillo Ipiál Lady Karolina

AUTORA

f. .....

Martínez Imbaquingo Lisseth Estefanía

AUTORA

Tulcán, junio de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, Castillo Ipiál Lady Karolina con cédula de identidad número 0402032205 y Martínez Imbaquingo Lisseth Estefanía con cédula de identidad número 0401792908 declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia Monte Olivo, cantón Bolívar, provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Castillo Ipiál Lady Karolina

AUTORA



f.....

Martínez Imbaquingo Lisseth Estefanía

AUTORA

Tulcán, junio de 2021

AGRADECIMIENTO

Al concluir esta etapa muy importante de mi vida, quiero agradecer a quienes formaron parte de este proceso muy importante y que estuvieron apoyándome en mi caminar.

En primer lugar, a Dios por ser mi fortaleza y mi sabiduría para poder culminar cada una de mis metas.

A mis padres Luz Ipial, Erika Castillo y Cesar Castillo, por ser mi ejemplo de lucha porque me brindaron su apoyo incondicional cuando más lo necesitaba y a mi hijo Benjamín Vilaña quien es el motivo de mi superación y fortaleza para no dejar mis estudios en los momentos más difíciles, por impulsar mis ganas de luchar para poder tomar las mejores decisiones y para llegar a ser mejor persona cada día.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser la institución que abrió sus puertas como oportunidad para culminar con mis estudios y formación como profesional.

Y finalmente quiero agradecer a mi tutor MSc. Jairo Chávez y Lector MSc. Jeaneth Bastidas quienes me brindaron sus conocimientos y estuvieron dispuestos a colaborar con su tiempo para culminar satisfactoriamente este proyecto de investigación con paciencia, dedicación y compromiso.

Lady Karolina Castillo Ipial

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme salud, fuerza y sobre todo perseverancia para poder continuar con mis estudios a pesar de los obstáculos del día a día hasta poder alcanzar mi sueño.

A mis padres Miguel Martínez e Inés Imbaquingo que fueron un pilar fundamental y un ejemplo de lucha, y sobre todo quienes me brindaron su apoyo incondicional, para que pueda cumplir esta meta. A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser la institución que abrió sus puertas para prepararme profesionalmente. A mi tutor MSc. Jairo Chávez y Lector MSc. Jeaneth Bastidas quienes me brindaron sus conocimientos y supieron guiarme para la culminación de este proyecto de investigación.

Finalmente doy gracias al GAD parroquial de Monte Olivo quienes colaboraron para que este proyecto de investigación tenga mayor relevancia.

¡Gracias!

Liseth Estefanía Martínez Imbaquingo

DEDICATORIA

Esta investigación la dedicó principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar con este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados, ser una profesional al servicio de la sociedad.

A mis padres Luz Ipial, Erika Castillo, Cesar Castillo y a mi hijo Benjamín Vilaña que siempre inspiraron confianza, amor, en todos estos años de estudio, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy ahora. Una persona responsable y capaz de cumplir mis objetivos propuestos.

A mi compañero de vida Gabriel Vilaña y a mis hermanos por estar siempre presente, acompañándome y brindándome su apoyo moral, a lo largo de esta etapa de mi vida.

A todas las personas que me apoyaron y han hecho que este trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Finalmente dedicó este trabajo a la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial, a la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, y a todos los docentes por ayudarme en mi formación académica.

Lady Karolina Castillo Ipial

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y mantenerme con salud en todo este proceso de carrera mi universitaria, a mis padres, hijos y hermanos que siempre me apoyaron y me guiaron para tomar buenas decisiones

Finalmente dedicó este trabajo a la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial, a la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, y todos los docentes por ayudarme en mi formación académica.

Liseth Estefanía Martínez Imbaquingo

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO.....	6
DEDICATORIA.....	7
RESUMEN EJECUTIVO.....	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN.....	15
I. PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivos Específicos.....	19
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	20
2.2. MARCO TEÓRICO.....	23
2.2.1. Desarrollo Económico.....	23
2.2.2. Bienestar y cohesión social.....	24
2.2.3. Capital Territorial.....	26
III. METODOLOGÍA.....	29
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	29
3.1.1. Enfoque.....	29

3.1.2. Tipo de investigación.	29
3.2. IDEA A DEFENDER.....	29
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	30
3.3.2. Operacionalización de variables.	30
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	32
3.4.1. Métodos.	32
3.4.2. Técnicas.	32
3.4.3. Estudio de campo.	33
3.4.4. Análisis Estadístico.	33
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	35
4.1.1. Situación actual de la parroquia monte olivo.	35
4.2.1. Actividad económica de la parroquia Monte Olivo.	36
4.2.2. Producción Agrícola.	38
4.2.3. Actividad ganadera.	39
4.2.4. Actividad cultural.	40
4.2.5. Nivel Económico de los moradores.	41
4.2.6. Características de la oferta.	41
4.2.7. Factores que afectan a la oferta.	42
4.2.8. Características de la demanda.	43
4.2.9. Factores que afectan a la demanda.	44
4.3. BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL.....	44
4.3.1. Nivel Educativo.	44
4.3.3. Potencialidades turísticas para dar a conocer.	46
4.3.4. Imagen territorial.	46
4.3.5. Eventos recreacionales.	47
4.4. CAPITAL TERRITORIAL.....	47

4.4.1. Riqueza de recursos naturales de la parroquia.	47
4.4.2. Infraestructura Vial	47
4.4.3. Capital territorial como fuente de desarrollo.	48
V. ESTRATEGIAS	49
5.1. Resumen del problema para la elaboración de la estrategia.	49
5.2. Análisis de la estrategia.	49
5.3. Objetivo General.....	49
5.4. Modelo de marca agrícola, ganadera y turística.	49
5.5. Promoción.....	54
5.6. Cronograma estratégico	55
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
6.1. CONCLUSIONES	57
6.2. RECOMENDACIONES	58
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
VII. ANEXOS	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operalización de variables</i>	31
Tabla 2. <i>Población Económicamente Activa de la Parroquia Monte Olivo</i>	33
Tabla 3. <i>Relación entre los Oficios/ Profesión al que se dedican con respecto al género</i>	36
Tabla 4. <i>Actividad Económica de la parroquia.</i>	37
Tabla 5. <i>Actividad Agrícola de la parroquia.</i>	38
Tabla 6. <i>Actividad Ganadera de la parroquia.</i>	39
Tabla 7. <i>Actividad cultural de la parroquia.</i>	40
Tabla 8. <i>Nivel Económico de los encuestados.</i>	41
Tabla 9. <i>Principales productos de la parroquia</i>	41
Tabla 10. <i>Nivel Educativo de los habitantes encuestados.</i>	44
Tabla 11. <i>Patrimonio cultural de la parroquia.</i>	45
Tabla 12. <i>Lugares Turísticos de la parroquia</i>	46
Tabla 13. <i>Tipo de rodadura de las vías de Monte Olivo en kilómetro</i>	47

Tabla 14. Cronograma Estratégico	56
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marca	51
Figura 2. Posicionamiento de marca	52
Figura 3. Fuentes de promoción digital	55
Figura 4. Realización de encuestas a la comunidad de Monte Olivo	73
Figura 5. Realización de encuestas a la comunidad de Monte Olivo	73
Figura 6. Entrevista al presidente de la junta parroquial	74
Figura 7. Entrevista al presidente de la junta parroquial	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formulario - Entrevista al presidente del GAD Parroquial de Monte Olivo	62
Anexo 2. Formulario - Encuesta a los habitantes de la Parroquia de Monte Olivo	64
Anexo 3. Cuestionario Entrevista	71
Anexo 4. Aplicación de encuestas y entrevista en la parroquia Monte Olivo	73
Anexo 5. Abstract validado por coordinador CIDEN.	75
Anexo 6. Acta de sustentación de pre defensa	77

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad de este proyecto de investigación fue plantear una estrategia para la promoción económica de la parroquia Monte Olivo, cantón Bolívar, provincia del Carchi, este documento servirá como guía al GAD parroquial y a instituciones que deseen seguir aportando con el desarrollo de la parroquia, esta investigación permitirá identificar de una manera más detallada las potencialidades que posee la parroquia y mediante ello puedan hacer una planificación para poder ejecutar las estrategias que contribuyan al desarrollo del territorio parroquial. Esta investigación tiene como propósito que la parroquia sea reconocida, ya sea por su producción agrícola o por su potencialidad turística, permitiendo así un desarrollo socio-económico para los habitantes de cada una de las comunidades. Este proyecto parte desde un diagnóstico situacional, que abarca los siguientes aspectos que son: económico, socio-cultural, productivo, de movilidad vial, política, ambiental y turística. La información recolectada se pudo comparar con los datos obtenidos de campo y seguidamente se procedió a la elaboración de la estrategia que permitirá la promoción de la economía de la parroquia.

Mediante un análisis de toda la información recogida se pudo identificar las fortalezas y debilidades que posee la parroquia, con los datos que corresponde al área ambiental, económica, administrativa y política, se formuló una propuesta estratégica que a futuro contribuirá con la promoción de la economía de la parroquia Monte Olivo, cantón Bolívar, provincia del Carchi. Por otra parte, se pudo identificar cada una de las debilidades de la parroquia y como primera problemática se encontró la mala infraestructura vial, escasez de fuentes de empleo y la falta de comercialización de sus productos.

Dentro de la recolección de datos de campo se detectó una de las potencialidades principales que posee la parroquia en el sector agrícola, destacando así, que en el sector agrícola se debería plantear límites en los sembríos para frenar la deforestación de los bosques y páramos naturales. La parroquia Monte Olivo, posee diversos pisos climáticos lo que le permite tener una producción agrícola bastante variada, además de sus bellos paisajes, posee una riqueza de recursos naturales que deben ser aprovechados en el cultivo del aguacate con la implementación de estrategias.

Palabras clave: Promoción, Ventajas competitivas, estrategias

ABSTRACT

The purpose of this research project was to propose a strategy for the economic promotion of Monte Olivo parish, Bolívar canton, Carchi province, this document will serve as a guide to the parish GAD and institutions that want to continue contributing to the development of the parish. This research will allow them to identify in a more detailed way the potentialities that the parish possesses and through this, they could make a plan to be able to execute the strategies that will contribute to the development of the parish territory. The purpose of this research is that the parish is recognized, either for its agricultural production or for its tourist potential, thus allowing a socio-economic development for the inhabitants of each of the communities. This project starts from a situational diagnosis, which covers the following aspects that are: economic, socio-cultural, productive, road mobility, political, environmental and tourism. The information collected could be compared with the data obtained from the field and then the following steps were taken to develop a strategy that will allow the promotion of the economy of the parish.

Through an analysis of all the information collected, it was possible to identify the strengths and weaknesses of the parish, with the data corresponding to the environmental, economic, administrative and political area, a strategic proposal, that in the future will contribute to the promotion of the economy of Monte Olivo parish, Bolívar canton, Carchi province, was formulated. On the other hand, it was possible to identify each of the weaknesses of the parish and the first problem was the poor road infrastructure, scarce sources of employment and the lack of commercialization of its products.

Within the field data collection, one of the main potentialities that the parish has in the agricultural sector was detected, thus highlighting that in the agricultural sector, limits should be set in the crops to stop the deforestation of forests and natural paramos.

Monte Olivo parish has different climatic levels which allows it to have a fairly varied agricultural production, in addition to its beautiful landscapes, it has a wealth of natural resources that must be used in the avocado crop with the implementation of strategies.

Keywords: Promotion, Competitive advantages, strategies

INTRODUCCIÓN

La provincia del Carchi posee un gran potencial turístico, ganadero y productivo, el gobierno de nuestro país ha implementado leyes en cada uno de los sectores, estos buscan incrementar la productividad y la economía del país, con el propósito de ayudar a mejorar los servicios y productos mediante el impulso de la economía que ayude aprovechar los recursos naturales que posee, mediante ello crear y potencializar estrategias que ayuden a la promoción económica, creando nuevas ventajas competitivas.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, el siguiente proyecto de investigación tiene como objetivo principal, realizar un análisis sobre las condiciones socioeconómicas, naturales e infraestructura, que permitan así la creación de una estrategia para el aprovechamiento de cada una de las potencialidades que posee la parroquia. Para ello, cabe mencionar que es importante especificar y detallar las variables de la investigación con el propósito de obtener mejores resultados.

La información que se utilizó para este proyecto de investigación fue obtenida del PDYOT y del GAD Parroquial de Monte Olivo, esta información nos ayudó a cotejar con la información recogida en las encuestas y entrevistas.

El proyecto de investigación está compuesto por cinco capítulos los cuales son: dentro del capítulo I se encuentra una explicación del planteamiento del problema, el cual hace referencia al estado en el que se encuentra la parroquia, y los objetivos que servirán de guía para desarrollar nuestro proyecto de investigación.

Dentro del capítulo II se refleja lo que es las referencias similares de las investigaciones en las que nos basamos, las que nos permitieron conocer su aporte y así contrastar con nuestra investigación. Además, se realizó dentro del marco teórico damos a conocer los temas más sobresalientes para un mejor entendimiento del tema.

Dentro del capítulo III, se describe la metodología que se utilizó, en este caso las encuestas y la entrevista que se aplicó en la parroquia, con el propósito de conocer las necesidades en cada uno de los parámetros a estudiar.

Dentro del capítulo IV se muestran los resultados, la discusión y las matrices de impacto que nos ayudaron a establecer las estrategias, con los datos arrojados por los habitantes que fueron parte fundamental de la investigación, se detallan cada uno de los resultados obtenidos, y además se incluyeron los análisis, creando así las estrategias que permitirán la promoción de la economía del territorio de toda la parroquia de Monte Olivo.

Y, para terminar, dentro del capítulo V comprende lo que es las conclusiones que se basan en los resultados obtenidos, también explica la condición en la que se encuentra la

parroquia cuales son potencialidades y si son o no aprovechadas. Y finalmente, en este capítulo se da a conocer las recomendaciones realizadas al GAD parroquial de Monte Olivo y a todas las instituciones pertinentes ayudar a la parroquia, para que sean aprovechadas y puestas en marcha, y las personas e instituciones seguir con proyectos que contribuyan con el desarrollo del territorio.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La presente investigación tiene como objetivo plantear estrategias que promuevan el desarrollo económico de la parroquia Monte Olivo, basándose principalmente en la situación en la que se encuentra y es por ello que al dar a conocer este plan de investigación asegurará la recuperación económica, la conservación técnica ambiental y la producción agrícola de aguacate orgánico como uno de sus factores principales, los cuales también beneficiará y ayudará a los habitantes de este lugar a mejorar su situación de vida, que tengan más posibilidades de educación y que se puedan desempeñar en lo que es el comercio. A través de lo anteriormente mencionado, aportará con un cierto porcentaje al desarrollo económico del país ya que al poseer más lugares que aporten con la explotación de recursos naturales y en el comercio ayudará a posicionar la imagen territorial de nuestro país a nivel internacional para alcanzar el reconocimiento y la diferenciación frente a otros países generando riqueza tanto en el desarrollo turístico como económico.

La parroquia de Monte Olivo está categorizada de acuerdo a la cantidad de población residente en cada una de sus comunidades, y de acuerdo a los ingresos que provengan de las actividades económicas que desarrolle la población. De los cuales el 80% se dedica a la agricultura y ganadería lo cual este es el sustento para sus familias, el 20% se dedica a otras actividades como: pequeños negocios, trabajadores públicos, otros; ahora las comunidades de esta parroquia se encuentran alejados entre sí, no tienen buenas vías de acceso y la economía es dependiente de la agricultura y ganadería sin mayores desarrollos empresariales de transformación de bienes, adicionalmente la población posee bajos niveles de escolaridad y la migración se convierte en una situación alarmante ya que un alto porcentaje de los jóvenes que realizan sus estudios de bachillerato se desplazan a las grandes ciudades en búsqueda de oportunidades laborales, educativas, vivienda y en general buscan una mejor calidad de vida. El desarrollo de obras de infraestructura es una de las acciones de las administraciones locales, que benefician a alguna parte de la población con trabajo temporal, sin embargo, esta mano de obra es no calificada, lo cual no promueve el desarrollo individual y social de las comunidades afectadas por estas obras.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La parroquia Monte Olivo no ha aprovechado sus potencialidades para su desarrollo y promoción económicamente?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El propósito de crear estrategias que permitan la generación y aprovechamiento de las mismas en la parroquia, estas servirán como alternativas de mejora, enfocadas en la promoción económica.

Este proyecto de investigación fue desarrollado en la parroquia Monte Olivo, que, al contar con un gran potencial turístico y productivo en la zona, el GAD parroquial se enfocara en implementar las estrategias en todos los sectores con el fin de mejorar la productividad económica en cada una de las comunidades de la parroquia.

Es por eso que el Plan Nacional de Desarrollo (2017) menciona que: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, es oportuno citar el objetivo cinco que proponen incentivos de producción, generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el agrícola, gastronómico y turístico” (p.80). Es por ello que se busca crear estrategias de promoción y mejoramiento conjuntamente con el GAD parroquial, ser más competitivos en los sectores anteriormente mencionados, para esto se requiere el apoyo de instituciones, como son el GAD del municipio del Cantón Bolívar y la prefectura, para que puedan brindar ayuda técnica en cada una de las estrategias que sean implementadas.

Con ello se propone promocionar e impulsar la economía de la Parroquia de Monte Olivo, aprovechando adecuadamente cada uno de los recursos, que posee abriendo nuevas rutas para la creación de estrategias que pueden ser utilizadas a corto o largo plazo. También cabe mencionar que con infraestructura adecuada de conectividad y vialidad los beneficios serán más favorables para la economía del territorio, generando así creación de empleo y mejorara la economía de la parroquia.

Es por ello que, si la parroquia Monte Olivo tiene una infraestructura adecuada y es aprovechada, contribuirá como una fuerte ventaja competitiva dentro de la parroquia, ampliándose notablemente a cada parroquia del cantón, y de la provincia, dando a conocer así el valor agregado que posee la parroquia.

De acuerdo al análisis realizado, los principales beneficiados serán los habitantes de la parroquia, ellos podrán pedir apoyo técnico y personalizado a instituciones públicas para mejorar su productividad. Por esta razón el efecto de este proyecto de investigación es localizar los problemas que existen dentro de la parroquia, y en base a ello poder establecer las estrategias, además identificar los aspectos relevantes del territorio. Finalmente compartir con resultados y análisis obtenidos con el GAD de Monte Olivo y con los habitantes, además ofrecer apoyo y guiarles para poder aplicar dichas estrategias.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Diseñar una estrategia para la promoción económica de la parroquia Monte Olivo, Cantón Bolívar, provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente acerca de las variables de estudio para el diseño de estrategia.
- Diagnosticar el nivel de desarrollo económico y los recursos tangibles e intangibles sobre los cuales pueden potenciarse el desarrollo empresarial de la parroquia Monte Olivo.
- Identificar las potencialidades de bienes y servicios para el desarrollo económico del territorio.
- Establecer la estrategia de marketing territorial que permita la promoción de la economía de la parroquia.

1.4.3. Preguntas de Investigación

1. ¿Cuál es la situación socioeconómica de la parroquia Monte Olivo?
2. ¿Cuáles son las potencialidades productivas de la parroquia Monte Olivo?
3. ¿Cuál es el nivel de aprovechamiento de los potenciales productivos de la parroquia Monte Olivo?
4. ¿Cuál es la estrategia de marketing territorial que permitirá la promoción económica de la parroquia Monte Olivo?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la Teoría de la base económica regional según Andrews (1953) citado por Valdivia (2018) sostiene que “El desarrollo de una región depende de los efectos e interacciones, que producen en las actividades de la región un grupo de sectores o actividades denominados sectores básicos sobre el resto de actividades o sectores denominados sectores no básicos”, puntualiza como importante tratar de entender o investigar:

El primer grupo consta de factores internos de la región que incluye:

- Factores geográficos, como la dotación geográfica, vial y de recursos.
- Ubicación: el área, demanda, producción final, insumos para la producción y la accesibilidad.
- Ventaja competitiva.
- Acontecimientos inesperados e históricos.
- Creación de las empresas en los sectores.
- Factores de diversificación del sector básico.
- Factores relacionados con los factores del producto.

El segundo grupo de factores son factores externos a la región, incluidos aquellos que establecen el desarrollo del mercado, que determina la demanda de productos del sector básico en una región en particular, y aquellos factores que determinan el mercado de productos para unirse a una o más cadenas exportadoras.

Así se puede observar que tanto el conjunto de los factores internos como externos conducen a la productividad y desarrollo económico, desarrollo que se ha fundamentado en el incremento de la producción como un punto de partida para alcanzar el crecimiento económico y así generar mayores niveles de desarrollo y bienestar, adoptando una posición conservadora; contemplando que el centro de investigación y análisis es el mercado, en las cuales se concuerda que el desarrollo económico local y regional tiene como ejes principales la productividad y el compartimiento del mercado. (Alarcón & Gonzáles, 2018)

Del mismo modo el desarrollo económico en la parroquia es la capacidad que tienen las personas, para la generación de ingresos o riquezas con el fin obtener crecimiento dentro de las diferentes actividades a las que estos se dedica, para ello es necesario que las personas cada vez vayan adquiriendo nuevos conocimientos para posteriormente aplicarlos en los diferentes sectores en los que se desenvuelven.

El territorio que posee de un patrimonio se menciona que es en parte valorizable y en parte no, denominado capital territorial el cual nos ayuda a apoyar de forma conceptual la proyección de

un plan de desarrollo organizacional sostenible, es decir, que el patrimonio territorial se enlazaría mejor con enfoque disciplinario según la temática, debido a que es exacto conocer el tema capital surge de disciplinar dentro de la economía.

Trabajo realizado en el municipio de Guataquí (Colombia) elaborado por Andrea Nataly Rozo González Y Luz Ángela Quijano Romero con el tema de *Marketing territorial para el planteamiento de estrategias que permitan el desarrollo integral del municipio de Guataquí en el año 2015:*

Objetivo general: Analizar y proyectar estrategias competitivas que permitan el desarrollo socioeconómico de la población residente en el Municipio de Guataquí, departamento de Cundinamarca.

Objetivos específicos:

- Desarrollar procesos de caracterización de los territorios y sus actores socioeconómicos
- Analizar las ventajas comparativas del territorio entendiéndolos en contextos históricos culturales, religiosos, económicos y políticos
- Entender y proyectar las variables de cambio en el territorio a partir de la construcción de una nueva vía de importancia nacional que impactará en el corto y mediano plazo el territorio y sus actores sociales.

Esta indagación nos ayudará en nuestra investigación ya que Guataquí es un territorio que brinda a sus habitantes condiciones de vida apenas aceptables supliendo las necesidades básicas, causa de esto es el escaso y preocupante desarrollo que han tenido sus aspectos de mayor importancia. Sin embargo hoy en día es un municipio que se caracteriza por brindar a sus habitantes bienestar en cuanto a seguridad y tranquilidad, ya que es un territorio sin tráfico de estupefacientes ni conflicto armado, no obstante para que una población cuente con excelentes condiciones de vida se necesita mucho más que eso, se requiere que las entidades del territorio velen por los intereses comunes e individuales, por el desarrollo personal y profesional, por el estado de salud físico y mental de sus habitantes.

De acuerdo al trabajo realizado en la parroquia Monte Olivo (Bolívar- Carchi) elaborado por Carlos Toro Benalcázar, Consultora “Ingeniería & Servicios” con el tema de Plan de desarrollo de Monte Olivo en el año 2015.

Dentro del plan nacional del buen vivir se estipula ciertos objetivos parroquiales con el fin de conseguir la igualdad y la equidad en todo el territorio:

Objetivos:

- ✓ Fortalecer la etapa democrata y la reconstrucción del dominio público.
- ✓ Innovar la identidad y equidad social.

- ✓ Optimizar la calidad de vida de las personas que habitan en la parroquia.
- ✓ Capacitar a la ciudadanía con respecto a las potencialidades que posee la parroquia.
- ✓ Contribuir con la construcción de áreas y mejorar la integridad de las diferentes identificaciones y la interculturalidad.
- ✓ Transformar la imparcialidad y defender la seguridad sistémica con respecto a la ley de los derechos humanos.
- ✓ Hacer fortalecer los derechos de medio ambiente.
- ✓ Fortalecer el procedimiento del sistema económico social y solidario.
- ✓ Impulsar de desarrollo de la matriz productiva.

Con esta investigación la Parroquia de Monte Olivo podrá visualizarse para el futuro en los siguientes aspectos:

A finales del 2019, se cuenta con una organización turística que opere el proyecto de canoping anualmente, A finales del 2019 se benefician a 200 familias en el territorio parroquial, Al Finalizar el año 2019, se ha construido 400 m cuadrados de infraestructura, A finales de año 2018, se cuenta con 1 sistema de riego en la comunidad de Raigrás, A finales de año 2018, se cuenta con 2 sistemas de riego mejorados en la parroquia, Al finalizar el año 2019, se han realizado al menos 7 asambleas ciudadanas y 1 veeduría ciudadana, Hasta el 2019, se ha dado mantenimiento del 80% de los espacios públicos, Hasta el 2019, se ha realizado 5 eventos de formación continua con los servicios instalados en el GAD Parroquial, Al Finalizar el año 2017, se implementará 4 espacios infantiles en la parroquia, A finales 2019, se ha mejorado 2 centros de participación ciudadana de la parroquia Monte Olivo.

Según el trabajo de investigación de Alix Camila Gómez Camargo con el tema de elementos que intervienen dentro de la marca nacional y de productos de origen con respecto al marketing territorial:

En el año 2015 como objetivo primordial establecer elementos con respecto al marketing territorial que incentivan dentro de lo que es la creación y la explotación de marcas y productos regionales. Como consiguiente se menciona que para elaborar una revisión de documentales que establezcan dichos elementos de marketing territorial.

Con respecto a lo anteriormente mencionado, el marketing territorial se muestra como una de las alternativas para recalcar aspectos que diferencien al territorio garantizando un impacto favorable dentro del desarrollo económico.

2.2. MARCO TEÓRICO

Para la fundamentación de dicha investigación sobre el diagnóstico situacional, se averiguó aspectos teóricos como base, para cada variable formulada, obteniendo conceptos y definiciones esenciales para el desarrollo y comprensión del presente trabajo de investigación.

2.2.1. Desarrollo Económico.

El desarrollo económico se entiende como una capacidad que tiene un grupo de personas, comunidad, país o región para la generación de ingresos o riquezas con el fin obtener crecimiento dentro de las diferentes actividades a las que estos se dedican. Tomando en cuenta el criterio de Aguilar (2017), para llegar al desarrollo económico las personas deben adquirir conocimientos nuevos con tecnología avanzada, por otro lado, deben aprender a cultivar la tierra, manejar adecuadamente la tecnología y poseer un desempeño como dueños o supervisores donde se procesará lo cultivado. Dentro de lo que compete al ingreso que tienen sus habitantes se puede mencionar que la mayoría se dedica a la agricultura para proveer de alimentación e ingresos económicos.

2.2.1.1. Dinámica del mercado.

De acuerdo al comportamiento del consumidor se pueden establecer los diferentes precios a fin de compensar las necesidades de dichos consumidores a través de ofertas establecidas, ya sea de bienes o servicios, esto en base a lo que reseña la actividad de compra y venta que existe dentro del mercado. Monferrer (2013) deduce que una dinámica de mercado no solo brinda beneficio al consumidor. por el contrario, beneficia también a la empresa ya que a través de la implementación de estrategias permite que la demanda ya sea nacional o internacional incremente y por ende aumente la oferta. De esta manera los productores de la parroquia Monte Olivo ofertan sus productos directamente en los mercados comerciantes ya sea en la localidad de Ibarra o en la ciudad de Bolívar estableciendo una dinámica de mercado tal como lo expresa el autor.

2.2.1.2. Cadenas productivas.

Las cadenas productivas se basan en un proceso de producción, transformación y comercialización de dicho producto. De acuerdo con Antúnez y Ferrer (2016) se enfocan en el mejoramiento de la competitividad de diversos productos a través de decisiones tomadas en base a políticas que son aprobadas dentro de las organizaciones de producción articulando a sectores comerciales y de distribución, con el fin de satisfacer a las demandas dentro del mercado nacional, regional e internacional generando mayor calidad a la producción. Según lo anteriormente mencionado la parroquia Monte Olivo cuenta con un proceso de fabricación,

innovación y planificación para la comercialización de productos agrícolas naturales y sin químicos los cuales le permite abastecerse económicamente.

2.2.1.3. Cadenas empresariales.

Una cadena empresarial consiste en describir y analizar el progreso de actividades que se realicen dentro de la organización. Desde la posición de Saiz & Ferrer (2016) aseguran que permiten perfeccionar la calidad del análisis, para perfeccionar la capacidad de competencia de numerosos productos suscitando políticas del sector entre diferentes representantes de dicha cadena, facilitando la creación de un tejido acoplado de formaciones de producción, comercialización y distribución. De acuerdo a lo anteriormente mencionado se hace un énfasis que favorece a la cadena de valor y estructura empresarial como argumento de dicha cadena empresarial. Desde el punto de vista de Salvador (2016) deduce que para una cadena de valor es necesario identificar los atributos y beneficios que un producto ofrece, para ser valorado por los clientes. La importancia del valor añadido está en su contribución al desarrollo genuino tomado en cuenta desde una perspectiva económica ambiental y social que necesitan de habilidades para perfeccionar el valor de dicha cadena productiva. Por último, para Medina, Salinas, Ochoa, Molina (2012) la estructura financiera de una empresa se refiere a la combinación de deuda y capital utilizada para financiarse. La empresa puede decidir financiarse con recursos propios o con deudas según lo que se requiera para lograr obtener los objetivos planteados. Dentro del ámbito empresarial la parroquia Monte Olivo a pesar de ser una productora neta de diferentes recursos naturales no cuenta con empresas que se dedique a la elaboración de productos, solo se puede apreciar pequeños negocios como son, tiendas de abastos.

2.2.1.4. Cadena emprendedora.

Una cadena emprendedora es conocida como una red de personas emprendedoras que desean iniciar un negocio para dar a conocer y compartir sus experiencias. Empleando el criterio de Altamirano (2018) considera que las variables que determinan el ecosistema emprendedor son: la densidad como polo de atracción, disponibilidad de inversión, madurez, talento especializado, educación y un entorno amigable. Recalcando dicho argumento, la parroquia de Monte Olivo no cuenta con una cadena emprendedora ya que por falta de recursos económicos no se puede implementar ideas innovadoras para explotar los recursos naturales que posee.

2.2.2. Bienestar y cohesión social.

El bienestar y cohesión social son un grupo social donde interactúan los individuos dentro de la comunidad. Teniendo en cuenta a Ottoe (2007) comprender lo que es cohesión social

representa la eficacia de componentes determinados como también los procedimientos y evaluaciones de sujetos que constituyen dentro de la comunidad, tomando en cuenta elementos importantes como el empleo, la titularidad de derechos, los sistemas educacionales, el bienestar, las políticas de fomento de la equidad y la protección social, entre otros.

2.2.2.1. Salud.

Se refiere al estado de bienestar físico, social y mental de personas. Mastellari (2015) afirma que la Salud es la expresión y la consecuencia del grado de validez con la que se integra y relaciona cada individuo. Uno de los aspectos que se manejan en la salud es los índices de natalidad y mortalidad que expresan el nivel de desarrollo humano y por lo tanto miden la condición humana, la vida y la muerte. Laín (1986) nos menciona que la tasa de natalidad es la frecuencia que mide ciertos orígenes acontecidos dentro de un período de tiempo en relación a la comunidad total, mientras que la de tasa mortalidad mide la tasa de fallecimientos ocurridos en relación a la población total dentro de un periodo de tiempo predeterminado. La parroquia Monte Olivo posee un centro de salud que carece de medicamentos para todos los moradores de todos los barrios y comunidades.

2.2.2.2. Educación.

Es la transmisión de conocimientos a una persona para su respectiva formación educacional. La educación busca la perfección, la capacidad y la seguridad del ser humano denominada como una forma de ser libre; también busca asegurar la libertad del ser humano, pero a la vez carece de disciplina, sometimiento, conducción, autoridad, firmeza, direccionalidad y se guía bajo signos de obligatoriedad. León (2007).

La educación en la actualidad maneja términos modernistas que involucran el índice de conocimientos que los individuos poseen; así uno de ellos es el analfabetismo considerado como la incapacidad de entender, leer y escribir de una persona ya sea por no tener una educación básica. Desde el punto de vista de Martínez, Trucco, Palma (2014) se entiende por analfabetismo funcional como la incapacidad de un ser humano de utilizar sus capacidades de lectura como también se le conoce a la condición de que una persona no pueda entender lo que lee, escribe, o no pueden realizar operaciones matemáticas habituales de la vida, y por otra parte el analfabetismo se debe a que para algunas personas tienen la incapacidad de leer y de escribir debido a la falta de enseñanza dentro de la vida cotidiana y esto se utiliza para nombrar a personas que carecen de conocimientos básicos.

2.2.2.3. Cultura.

La cultura se refiere al conjunto de bienes materiales, así como los modos de vida de cada comunidad. Según Barrera Luna (2013), se la denomina como la agrupación de valores, costumbres, y creencias que son transmitidos de generación en generación que instituyen la forma de existencia de un grupo social específico.

Dentro de lo que se acontece la cultura, se toma en cuenta el patrimonio, el cual se le denomina al conjunto de bienes que tiene una persona por herencia familiar. Desde el punto de vista de Garcés & Martínez (2012), la palabra patrimonio es utilizada para referirse a lo material en este caso la herencia que dichos padres dejaban a sus hijos o al conjunto de bienes otorgados a una persona natural o jurídica debido a una estimación o como un conjunto de bienes que identifican a un pueblo y diferencian a las sociedades y grupos sociales, dándoles un sentido de identidad personal.

Por último, la cultura también señala lo que son las tradiciones que son un legado que le pertenece a un grupo de individuos, y a pesar del pasar de los años están permanecen en ellos. Y de acuerdo con Zabala (2016), la cultura forma parte de las fiestas o tradiciones que se realizan en una ciudad, pueblo o comunidad, emanadas por un grupo de personas, estas dan a conocer todo sobre el lugar, entre ellas su gastronomía, juegos típicos, identidad social y las fiestas religiosas en este caso que manifiestan las creencias de cada persona y el culto que les guardan a sus santos tanto que también sobresalen los grupos étnicos de personas que comparten ascendencia, características de vestimenta, costumbres, idioma, tradiciones, estas características diferencian de los demás grupos.

2.2.2.4. Capital Social.

El capital social es entendido como el desarrollo de una localidad ya que agrupa varios elementos como cultura, tradiciones, empleo u otros aspectos que le permiten darse a conocer. Coleman citado en Saavedra & Espinosa (2009), menciona que el capital social maneja varios aspectos, que son los recursos tangibles disponibles, que estos aportan con el crecimiento económico de un determinado sector. También es definido como los elementos que ayudan a crear lazos entre comunidades, y estos pueden ser de beneficio individual.

2.2.3. Capital Territorial.

Desde el punto de vista de Álvarez & Pérez (2011), un territorio que posee una gran variedad de suelo y este a su vez sea una parte valorizada y otra no, se lo denomina capital territorial, y este sea utilizado para apoyar con el desarrollo de una localidad, mediante un plan de crecimiento productivo de la misma. Además, se puede decir que, al denominarlo un

patrimonio, ya sea territorial, cultural o social este sea como un intermediario para que se dé a conocer a diferentes entidades públicas o privadas, ya que es imprescindible que un territorio no se dé a conocer y así crear vínculos o alianzas, para crear fuentes de empleo, generar ingresos económicos para sus habitantes. El capital territorial muestra todo el patrimonio tangible e intangible de una localidad en específica.

2.2.3.1. Ubicación Geográfica.

Empleando las palabras de Castro & Morales (2015) encontró que una ubicación geográfica es una referencia de una localización de una superficie en un determinado territorio. Además, no solo es encontrar un punto en un mapa, sino que agrupa elementos geográficos, culturales y económicos esto ayudara a que la ubicación sea más fácil de encontrar. No únicamente permite encontrar un punto en la superficie terrestre con dos números, la información será capturada por los teléfonos de diferentes formas puede ser GPS o torres de control.

2.2.3.2. Posicionamiento del territorio.

El marketing territorial es un plan direccionado a que un territorio sea reconocido, ya sea por sus productos, carreteras, infraestructura u otros aspectos que sean relevantes. Se puede decir que si todo lo que oferta un lugar específico es de calidad este tendrá un gran posicionamiento.

Otro aspecto importante es su imagen territorial que son estrategias que dan lugar al desarrollo de marcas territoriales, siendo uno de los conceptos más conocidos dentro del campo del marketing territorial en general y en destinos turísticos en particular. Como afirma Reyes, Ruiz & Zamarreño (2017) encontró que las marcas territoriales surgen desde el punto de vista de que un lugar se quiere dar a conocer, se puede conocer mediante su marca, logo o incluso mediante su eslogan, esto apoya para que una localidad sea conocida y vista desde una perspectiva que ayude a promocionar su cultura, tradiciones y costumbres. Se puede decir que esto ayudara a que la imagen de la localidad crecerá.

En la opinión de Navarro (2015) asegura que el termino turismo también forma parte del territorio relacionando a todo tipo de actividades que practican las personas durante un viaje, en lugares distintos, puede ser en un periodo corto o largo dependiendo el tiempo que dispongan. Además, se puede mencionar que el turismo es conocer nuevos lugares con diferentes atractivos en diferentes entornos, regiones o países.

Acotando a esto se puede mencionar que la parroquia, brinda una buena imagen territorial, ya que posee grandes potencialidades para ser reconocida y recordada por los visitantes como son: su gente, su cultura, su gastronomía y sus lugares turísticos, ya que se caracteriza por tener una

gran variedad de atractivos turísticos, pero, no han sido aprovechados, y no cuenta con un proyecto turístico para que estos sean promocionados y así las personas puedan visitarlos.

2.2.3.3. Caracterización de Territorio.

Desde el punto de vista de Flores (2007) asegura que es una descripción del territorio, con diferentes características como puntos de localización geográficos, lugares turísticos, ríos, lagos, manantiales, reservas ecológicas, senderos entre los más importantes.

Acotando el anterior análisis es importante destacar ciertas definiciones como lo hace notar Morales (2016) el cual manifiesta que los recursos naturales que posee cada territorio es una gran riqueza y pueden ser aprovechados para el sustento económico de la localidad satisfaciendo las necesidades de los habitantes, estos recursos comprenden los renovables y no renovables.

2.2.3.3. Infraestructura.

Al hablar de este aspecto entendemos que son construcciones manejadas por un cierto equipo de profesionales civiles que aportan con el crecimiento de una ciudad o región, estas construcciones pueden ser modernas o tradicionales. Dentro de la infraestructura Pérez & Merino (2008) mencionan que las telecomunicaciones es cualquier tipo de transmisión de señales con el objetivo de mantener comunicadas a las personas, ya sea cerca o lejos que se encuentren. Este es un aspecto muy importante que la parroquia Monte Olivo debería tomar como una prioridad para acceder a las redes telefónicas ya que en la localidad no hay señal para telefonía móvil.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque.

Esta investigación y los resultados muestran datos cualitativos y cuantitativos. En primera instancia muestra datos cualitativos como la caracterización de las actividades agropecuarias, las cadenas productivas, la caracterización de los emprendimientos y la generación de constructos cualitativos que miden el nivel de acuerdo de: patrimonio y manifestaciones culturales; costumbres; gastronomía; técnicas artesanales; participación cívica y posicionamiento territorial. La investigación también presenta un enfoque cuantitativo al recolectar datos de medición numérica como lo son el número de actividades agrícolas y ganaderas, número de productos locales, así como también la elaboración de escalas de medición de uno a cinco y recodificación de las escalas de uno a dos para reducir la explicación en caso más particular de componentes de bienestar y cohesión social y posicionamiento territorial.

3.1.2. Tipo de investigación.

3.1.2.1. Investigación descriptiva.

Este tipo de investigación descriptiva es fundamental ya que sirvió para llegar a conocer la situación, comportamiento, objetos y procesos a los que está sujeta la parroquia de Monte Olivo con respecto a la promoción económica dentro del marketing territorial de la provincia del Carchi.

Además de la investigación descriptiva se utilizó la investigación exploratoria para indagar antecedentes investigativos, exploración teórica, identificación de problemas y potencialidades con el fin de conocer la situación actual de la parroquia Monte Olivo.

3.1.2.2. Investigación de campo.

Este tipo de investigación se lo utilizo para realizar la aplicación de la entrevista y la encuesta a los habitantes y al presidente de la junta parroquial de Monte Olivo con la finalidad de conocer a fondo la situación económica en la que se encuentra.

3.2. IDEA A DEFENDER

El diagnóstico situacional sirve de base para plantear estrategias que permitan la promoción de la economía para la parroquia Cristóbal Colón..

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables.

El desarrollo económico como proceso abarca varias partes o dimensiones, las más importantes de las cuales son básicamente, económico en donde este incluye tanto la utilización de los recursos productivos disponibles en la localidad, también incluye la formación de recursos humanos, este para formar la mano de obra es decir el capital humano que existe, por otro lado se encuentra la dimensión social, que en este están los valores actuales de la localidad, también se encuentra la política administrativa en donde está inmersas las toma de decisiones locales y por último, pero no menos importante el medio ambiente, que se esfuerza por cuidar el medio ambiente y todos los recursos naturales (Alburquerque, 2008).

Hablar de bienestar y cohesión social hacemos referencia a la imagen urbana, educación, cultura. En cuanto al tema del bienestar social, se señala que, debido a la globalización y las políticas económicas, así como laborales y sociales de cada país están sujetas a los requerimientos de grandes grupos políticos y económicos, este tipo de bienestar ha comenzado a darse en las sociedades desarrolladas, lo que significa que el país diseña de manera independiente el suyo. Autonomía de las políticas económicas y los sistemas de protección social. Se intenta utilizar esta investigación para mejorar el bienestar social e incorporar el bienestar humano a los ideales de igualdad, justicia y libertad de la misma manera, sin comprometer la diversidad de los seres humanos, y pensando que las personas son seres humanos. (Camacaro, 2010)

El capital territorial comprende la ubicación geográfica, caracterización del territorio, riqueza de los recursos naturales e infraestructura. Según Requejo (2018), Un territorio tiene a poseer patrimonio por una parte valorizable y por otra no a esto se lo llama capital territorial para el apoyo de planes de desarrollo sostenible.

3.3.2. Operacionalización de variables.

En la Operacionalización de variables se especifica las actividades a utilizar para medir o manipular las variables identificadas a fin de contar con información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Tabla 1. Operalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Informante
Desarrollo económico	Composición económica	Actividades agrícolas Actividades Ganaderas Productos agrícolas Servicios locales Comercialización	Encuesta y entrevista	PDOT y Habitantes de la parroquia
	Salud	Sub centros		
Bienestar cohesión social	Educación	Nivel de formación Analfabetismo	Encuesta y entrevista	PDOT y Habitantes de la parroquia
	Cultural	Tradiciones Grupos étnicos Recreación		
	Ubicación geográfica	Tiempo llegar a la parroquia Red vial Porcentaje áreas sin cultivar Porcentaje áreas cultivadas		
Capital territorial	Caracterización del territorio	Tipo de ganadería Número de lugares turísticos	Encuesta y entrevista	PDOT y Habitantes de la parroquia
	Riqueza de los recursos naturales	Flora y Fauna Cobertura Vegetal Número de Parques Recreativos Suelo Lugares Turísticos		
	Infraestructura	Transporte Redes de Agua natural Disponibilidad de conectividad		

Fuente: Elaboración propia**Elaborado por:** autoras

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos.

3.4.1.1. Inductivo – Deductivo.

El razonamiento inductivo deductivo fue de gran utilidad para la presente investigación puesto que estos métodos sirven para fortalecer el desarrollo de la parroquia Monte Olivo, partiendo del método inductivo, se toma en cuenta la observación de hechos particulares para conocer cuáles son las potencialidades con las que cuenta la zona, para determinar las estrategias que permitan la promoción de la economía de la parroquia con el fin de extraer conclusiones que aporten en la misma, por otra parte en el método deductivo partió de los datos generales como lo son las variables de estudio: desarrollo económico, cohesión social y capital territorial de la parroquia, a lo particular como lo son las subdimensiones de cada variable con lo cual se determinó la situación en la que se encuentra la parroquia y promueven estrategias para la economía de la parroquia.

3.4.1.2. Analítico – Sintético.

Partiendo del método analítico, se tomó en cuenta el estudio de las dimensiones, subdimensiones e indicadores que permitieron analizar de forma completa el desarrollo económico, bienestar - cohesión social y capital territorial, por su parte el método sintético permitió observar las variables de estudio como un todo, determinado de forma sintética el diagnóstico situacional de la parroquia Monte Olivo.

3.4.2. Técnicas.

3.4.2.1 Encuesta.

Se elaboró un cuestionario de preguntas estructurada a través del cual se obtuvo tanto datos cuantitativos como cualitativos de la población y otra encuesta dirigida a los funcionarios públicos de la parroquia Monte Olivo, datos que permitieron determinar el diagnóstico situacional actual del desarrollo económico, bienestar - cohesión social, y capital territorial de la parroquia la Libertad.

3.4.2.2 Entrevista.

Se elaboró una entrevista formal y estructurada al presidente de la junta parroquial de Monte Olivo, la entrevista está conformada por diferentes preguntas pensadas previamente donde los entrevistados se sujetaron a lo cuestionado.

3.4.3. Estudio de campo.

3.4.3.1. Observación directa.

Esta técnica permitirá observar aspectos del entorno de fácil percepción como lo son las distintas actividades que se desarrollan en la parroquia.

3.4.3.2. Observación indirecta.

A través de la observación indirecta se podrá recolectar información que haya sido tomada en cuenta mediante la observación directa.

3.4.4. Análisis Estadístico.

Después haber realizado las respectivas encuestas esto fue trasladado al programa SPPS donde la información fue diversificada y ordenada, en base a esto se realizó la respectiva tabulación y representación gráfica de los resultados, además de esta manera se facilitó la comprensión e interpretación dando respuesta a las preguntas de investigación.

El fin de esta investigación es analizar las potencialidades de la parroquia, que permitan la generación y aprovechamiento de estrategias que promuevan el desarrollo económico de la parroquia Monte Olivo, del cantón Bolívar, provincia del Carchi, determinando aspectos positivos como negativos.

3.4.4.1. Población y Muestra.

Las consideraciones que se tomará en cuenta para definir la población de estudio para la parroquia Monte Olivo, cantón Bolívar, provincia del Carchi, es que la sea la población económicamente activa ocupada y desocupada que se tomará del censo Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizado el 2010 con proyección al año 2020.

Tabla 2. *Población Económicamente Activa de la Parroquia Monte Olivo*

Rama de actividad económica	N°	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	686,29	73,40%
No declarado	59,84	6,40%
Comercio al por mayor y menor	43,945	4,70%
Enseñanza	28,985	3,10%
Otras actividades	22,44	2,40%
Industrias manufactureras	20,57	2,20%
Administración pública y defensa	20,57	2,20%
Actividades de los hogares como empleadores	20,57	2,20%
Transporte y almacenamiento	14,025	1,50%
Trabajadores nuevos	11,22	1,20%
Construcción	6,545	0,70%
Total Población Económicamente Activa	935	100,00%

Fuente: INEC, CENSO 2010

Elaborado por: autoras

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2\sigma^2 Z^2}$$

Datos:

$$n = ?$$

$$N = 935$$

$$\sigma = 0,5$$

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$e = 5\% = 0,05$$

$$n = \frac{(935)(0,5)^2(1,96)^2}{(935-1)0,05^2 + 0,5^2(1,96)^2}$$
$$n = \frac{(935)(0,5)^2(1,96)^2}{(935-1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$
$$n = \frac{(935)(0,25)(3,84)}{(934)(0,0025) + (0,25)(3,84)}$$
$$n = \frac{897,60}{2,335 + 0,96}$$
$$n = \frac{897,60}{3,295}$$
$$n = 272,24$$
$$\mathbf{n = 272}$$

Se deberá aplicó 272 encuestas en la parroquia Monte Olivo para la recolección de información que permitirá realizar el diagnóstico situacional.

3.4.1.2. SPSS

Mencionando el software servirá como una herramienta fundamental para el procesamiento de datos y análisis de la información recopilada a través los instrumentos de investigación como encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Monte Olivo.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de realizar la recolección de datos por medio de una entrevista y de las respectivas encuestas se da a conocer un respectivo análisis situacional actual de la parroquia Monte Olivo, provincia del Carchi y todo con respecto al desarrollo socioeconómico que se ha dado a través del tiempo.

4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL.

4.1.1. Situación actual de la parroquia monte olivo.

Monte Olivo es una de las parroquias más interesantes del cantón Bolívar y de la provincia del Carchi, actualmente se encuentra atravesando dificultades socio económicas afectando directamente a la producción agrícola, creando trastornos en el mercado laboral y por su impacto financiero, debido al estado en que se encuentra el país y el mundo por la emergencia sanitaria COVID-19.

Dentro de ello se puede decir que ha sido una de las parroquias más joven por lo que se dice ser digna y heroica, que ha enfrentado por completo los embates de la naturaleza y de la civilización.

La parroquia Monte Olivo cuenta con recursos naturales los cuales le han permitido no decaer frente a la emergencia sanitaria y así poder abastecer sus necesidades a base de productos que se producen en la tierra, por otra parte, cuenta con características de clima y potencial turístico propios de la zona, pero actualmente en el sector esto no sirve como una actividad económica debido a la falta de capacitación y organización de los habitantes como también la mala infraestructura para recibir visitantes.

El ordenamiento territorial básicamente corresponde a la expresión espacial de la política económica, social, cultural y ecológica de toda sociedad, con multitud de objetivos, entre ellos el desarrollo socioeconómico y equilibrado de las regiones, la mejora de la calidad de vida, la gestión responsable de los recursos naturales, la protección del medio ambiente, y por último, la utilización racional del territorio. Se convierte en una disciplina científica, una técnica administrativa y una política concebida como un enfoque interdisciplinario y global, cuyo objetivo es un desarrollo equilibrado de las regiones y la organización física del espacio según un concepto rector (Carta Europea de Ordenación del Territorio, 1983). Responde al intento de integrar la planificación socioeconómica con la física, procurando la consecución de la estructura espacial adecuada para un desarrollo eficaz y equitativo de la política económica, social, cultural y ambiental de la sociedad. Su sentido es el de la integralidad (ecosistemas, bioregiones, supramunicipal, etc.), la coherencia temporal y espacial (política de Estado de

largo plazo y armonía espacial) y su estrategia, el intento de ser consecuentes en las acciones con lo planeado para alcanzar un modelo apuesta (Pedro Martínez Toro, Depto. De Geografía, Universidad del Valle, 2005).

El desarrollo sostenible por su parte, se basa en satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades (Informe Brundtland, ONU, 1987). El concepto implica, además de consideraciones de tipo social, cultural, económico y ambiental, el tomar en cuenta no sólo las dimensiones temporales, pues el desarrollo se relaciona con aspectos dinámicos, como el progreso y el crecimiento, sino también

las dimensiones territoriales, puesto que la sostenibilidad y las políticas se relacionan con el lugar o territorio en donde se aplican las acciones de desarrollo y donde ocurren los cambios sobre el medio ambiente y la sociedad. (Pedro Martínez Toro, Ob. cit.).

4.2. DESARROLLO ECONÓMICO.

4.2.1. Actividad económica de la parroquia Monte Olivo.

Dentro de la actividad económica la parroquia Monte Olivo se destaca por el esfuerzo y dedicación de los habitantes hacia su trabajo con la finalidad de potenciar el área productiva, con la ayuda respectiva de diversas capacitaciones para el cultivo de productos de primera necesidad.

Según lo mencionado, a continuación, se dará a conocer los resultados obtenidos sobre la actividad económica a la que se dedican los habitantes económicamente activos y verificar cual es la principal fuente de apoyo para el desarrollo económico parroquial.

Tabla 3. *Relación entre los Oficios/ Profesión al que se dedican con respecto al género*

Oficios/ Profesión	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Agricultor	96	90	186	68,4%
Ganadero	15	22	37	13,6%
Empleado publico	6	18	24	8,8%
Empleado Privado	11	12	23	8,5%
Desempleado	0	2	2	0,7%
Total	128	144	272	100%

Nota: se detalla los principales oficios/profesión a la que se dedican los habitantes de la parroquia Monte Olivo.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según la tabla 3, se deduce que el desarrollo económico de la parroquia se sostiene debido a las cadenas productivas agropecuarias, ya que 8 de cada 10 familias realizan su trabajo independientemente, principalmente en la producción agrícola para abastecerse de alimentos y

demás gastos personales. Además, se determina que los habitantes tomados en cuenta de la parroquia Monte Olivo tienen mayor influencia en la agricultura con un total de (68,4%) seguido por los que se dedican a la ganadería con un (13,6%), empleado público (8,8%), empleado privado (8,5%) y desempleados (0,7%).

Para hacer un análisis comparativo con los datos obtenidos en la encuesta y los datos del censo de población y vivienda 2010 podemos ver que:

La actividad económica a la que se dedican con un 39,79% son los que laboran como jornaleros o peones, el 39,64% trabaja por cuenta propia y el 5,62% tiene un empleo público. En la actualidad quienes se dedicaban en la ocupación de jornaleros y los que trabajan por cuenta propia ahora se dedican a la agricultura como principal actividad económica y como subsiguiente la ganadería por lo que se puede observar que el sector agropecuario es predominante.

A continuación, la tabla 4 indica los resultados sobre la actividad económica que más prevalece dentro de la parroquia según el género, relacionado con el análisis anterior la agricultura es un eje primordial para la composición económica debido a la riqueza de sus recursos naturales ya que permite que su tierra sea aún más productiva.

Tabla 4. *Actividad Económica de la parroquia.*

Actividad Económica	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Comercio	10	26	36	13,2%
Agricultura	127	143	270	99,3%
Ganadería	63	84	147	54,0%
Transporte	11	27	38	14,0%
Textil	2	0	2	0,7%
Peluquería	1	1	2	0,7%
Restaurante	3	14	17	6,3%
Total	128	144	272	100%

Nota: Actividad Económica de la parroquia Monte Olivo en general.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Como se puede observar la actividad económica que más sobresale en la localidad según los resultados obtenidos es la agricultura con un porcentaje notable del 99% y la ganadería en un 45% por lo que se deduce que hay más trabajadores que desempleados y la mayoría lo hace por cuenta propia ya que poseen recursos naturales para el consumo del hogar en el día a día.

Actualmente, la actividad económica que se realiza dentro de esta parroquia ha disminuido debido a la emergencia sanitaria COVID-19 lo que ha provocado que la económica de esta parroquia empeore y prive a la gente de su trabajo.

Según el POT de Monte Olivo (2015) deduce que el grupo de actividades económicas con las que cuenta con mayor número de personas trabajando es la Agricultura, ganadería, silvicultura; que se constituye como principal actividad de la parroquia, debido a que la concentración de la población se encuentra en el sector rural con pequeños agricultores que cultivan sobre todo maíz, frejol, habas en lo referente a cultivos de ciclo corto y perennes, en fruticultura tenemos el aguacate, durazno, mandarina y la innovación e inserción de un nuevo producto como es la granadilla. Dentro del campo pecuario el eje principal es la ganadería que se encuentra en igual relación de producción conjuntamente con la agricultura y fruticultura.

4.2.2. Producción Agrícola.

En la Parroquia de Monte Olivo cuenta con diferentes categorías de cobertura vegetal y uso de la tierra, teniendo en cuenta su extensión y ubicación geográfica, los criterios de clasificación se agrupan en unidades puras y asociaciones que reflejan el tipo de cobertura vegetal y los usos del territorio.

Actualmente la parroquia atraviesa por una crisis económica debido a la pandemia COVID-19 que ha privado a la gente de su trabajo que les permitía abastecerse de productos de primera necesidad.

Desde un punto de vista, a continuación, se afirma la actividad agrícola que más prevalece dentro de la localidad para el respectivo tratamiento del suelo y el cultivo de tierra para la producción de alimentos para el consumo diario de los habitantes.

Con respecto a la siguiente tabla damos a conocer que según el género la actividad agrícola que más genera la parroquia es el cultivo de hortalizas con un porcentaje notable de del 80,5% y el cultivo de frutas en un 75,4% para la respectiva venta.

Tabla 5. *Actividad Agrícola de la parroquia.*

Actividad Agrícola	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Cultivo de granos	26	56	82	30,1%
Cultivo de cereales	19	51	70	25,7%
Cultivo de hortalizas	112	107	219	80,5%
Cultivo de frutas	91	114	205	75,4%
Cultivo de flores	15	2	17	6,3%
Cultivo de tubérculos	1	1	2	0,7%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Actividad Agrícola que más se da dentro de la parroquia según los encuestados

Fuente: Encuesta, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

De acuerdo a los resultados obtenidos, dichos cultivos se desarrollan como un auge importante para el mejoramiento de la fertilidad del suelo lo que permite que la parroquia siga aprovechando el suelo como su recurso natural confiable.

De acuerdo a las actividades que se han venido desarrollando en la parroquia, en un 20% del total de la superficie se han utilizado fuera de su capacidad de uso por las diferentes actividades realizadas sin considerar la potencialidad del suelo; y el 80% de la superficie se encuentra dentro de su capacidad, no siendo necesario tratamientos de conservación de suelos. Es importante destacar que los suelos utilizados dentro de su capacidad corresponden al bosque natural y a los páramos que se encuentran al este de la parroquia. Entonces, si se consideran solamente las áreas productivas, casi la totalidad de los suelos del cantón no están bien utilizados

4.2.3. Actividad ganadera.

Tabla 6. *Actividad Ganadera de la parroquia.*

Actividad Ganadera	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Ganadería porcina	38	45	83	30,5%
Ganadería bovina	54	50	104	38,2%
Ganadería avícola	46	47	93	34,2%
Ganadería caprina	1	4	5	1,8%
Ganadería equina (caballos)	3	16	19	7,0%
Ganadería de cunicultura (Crianza de conejos)	7	31	38	14,0%
Animales menores (Crianza de cuyes)	42	46	88	32,4%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Actividad Ganadera que más se da en la parroquia según los encuestados

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según el PDOT (2015) las actividades ganaderas conjuntamente con las actividades agrícolas siempre han tenido un gran impacto económico en el ámbito productivo con la finalidad de potenciar aún más el desarrollo económico parroquial. En la actualidad la parroquia ha tenido dificultades de desarrollo económico debido a la emergencia sanitaria COVID 19, hoy en día ha decaído mucho la actividad ganadera por lo que han optado continuar más por la agricultura ya que según los resultados anteriores es la que más prevalece como actividad económica dentro de la localidad.

Actualmente la actividad ganadera ha disminuido debido al descuido de los animales y por el declive de la actividad económica dado por la emergencia sanitaria COVID-19 por la necesidad de recursos económicos optan por vender el ganado para satisfacer sus necesidades.

La agricultura y ganadería siempre ha supuesto un impacto ambiental fuerte. Las actividades agropecuarias han multiplicado los impactos negativos sobre el ambiente. La destrucción y salinización del suelo, la contaminación por plaguicidas y fertilizantes, la deforestación o la pérdida de biodiversidad genética, son problemas muy importantes a los que hay que hacer frente a los efectos que traen estas actividades. El cambio de cobertura y uso de la tierra del cantón Bolívar, se determina a través del análisis multitemporal realizado con Sistemas de Información Geográfica el mismo que permitió verificar que superficie en el territorio con respecto al uso de suelo ha cambiado de 1990 a un uso diferente para el año 2010.

4.2.4. Actividad cultural.

Tabla 7. *Actividad cultural de la parroquia.*

Actividad Cultural	Género		Total	%
	Mujer	Hombre		
Carnaval	97	88	185	68,0%
Misas dominicales	95	111	206	75,7%
Misas de honras	98	94	192	70,6%
Semana Santa	123	133	256	94,1%
Fiestas patronales	118	131	249	91,5%
Bailes populares	114	121	235	86,4%
Quiebre de ollas	114	123	237	87,1%
Castillo	107	120	227	83,5%
Toros de pueblo	93	120	213	78,3%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Dentro de la actividad cultural se genera lazos de unión entre los habitantes de la localidad los cuales transmiten creencias, costumbres, tradiciones y conocimientos ancestrales que permiten que la parroquia sea más conocida no solo por sus recursos naturales sino también con la calidad de humildad en la que se une como grandes seres humanos respetando los valores ancestrales.

Hoy en día debido a la emergencia sanitaria COVID-19 se ha privado a la gente de realizar las actividades culturales para evitar que atenten con su salud por la conglomeración de personas.

Según el PDOT (2015) menciona que la riqueza cultural existente no es reconocida en el resto de las parroquias debido a que la actividad cultural no permite la propagación de grupos involucrados en la cultura local y no existe organización por parte de los habitantes para poder impulsar el reconocimiento de la localidad.

4.2.5. Nivel Económico de los moradores.

Tabla 8. *Nivel Económico de los encuestados.*

Ingresos	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Menos de 400	123	122	245	90,1%
400 - 800	5	22	27	9,9%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según la tabla 8, se afirma que la mayoría de personas trabajadoras dentro de la parroquia obtienen ingresos menores a 400 dólares ya que su única fuente de ingreso es la actividad agrícola y por falta de capacitaciones no tienen el respectivo manejo de sus cultivos, por otro lado, 1 de cada 10 familias ganan más de 400 dólares ya que además de poseer sus ingresos debido a la agricultura también conservan otro tipo de trabajo como en la ganadería, textilera, entre otros.

Por otro lado, se menciona que el nivel económico de los productores ha disminuido debido a la emergencia sanitaria COVID-19 ya que no se les permite trabajar fuera de casa para arriesgar su salud.

De acuerdo con el PDOT (2015) deduce que, a través de estudios, ciertas actividades agrícolas son las que sustentan a la mayoría de los habitantes de la parroquia. Como uno de los principales problemas es la variación de precios limita la producción, debido a que genera grandes pérdidas a los productores, es por tal motivo que la mayoría de los habitantes poseen un ingreso menor a 400 dólares al mes, por la demora al sacar productos a la venta

4.2.6. Características de la oferta.

Tabla 9. *Principales productos de la parroquia*

Principales Productos	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Aguacate	128	142	270	99,3%
Arveja seca	30	28	58	21,3%
Arveja tierna	30	62	92	33,8%
Cebada	9	4	13	4,8%
Cebolla blanca	114	131	245	90,1%
Fréjol seco	13	16	29	10,7%
Fréjol tierno	23	39	62	22,8%
Haba seca	7	20	27	9,9%

Haba tierna	30	57	87	32,0%
Maíz suave	8	7	15	5,5%
Maíz suave seco	3	41	44	16,2%
Naranja	19	28	47	17,3%
Orito	25	14	39	14,3%
Papa	40	40	80	29,4%
Plátano	19	10	29	10,7%
Quinua	49	31	80	29,4%
Tomate de árbol	64	75	139	51,1%
Tomate riñón	50	72	122	44,9%
Trigo	12	6	18	6,6%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según el PDOT (2015) indica que la producción agrícola ha sido una de las potencialidades más importantes de la parroquia como: el tomate de árbol, la granadilla y el aguacate. Este éxito es debido a que el cultivo de aguacate ha incrementado, y las expectativas de exportación también incentivaron la producción en el año 2016. El cultivo del tomate de árbol está más presente ya que la demanda del cultivo ha incrementado ya que las condiciones climáticas y los suelos para la producción son apropiados. Así como también la granadilla en el mercado ha ido aumentando sus ventas debido a sus precios estables.

También se menciona que en Monte Olivo cuenta con diferentes categorías de cobertura vegetal y el uso de la tierra teniendo en cuenta su extensión y ubicación geográfica por lo que permite que la actividad agrícola sea sustentable para los habitantes.

Cultivo de aguacate ha duplicado estos últimos años. Se considera en promedio, en las zonas aguacateras, que hay media hectáreas de aguacates por finca. Las expectativas de exportación incentivaron también la producción. No obstante, fue solo cierto para Colombia. La entrega de plantas de variedad Fuerte por parte del municipio a partir de 2006 incentivó también la producción de aguacates.

4.2.7. Factores que afectan a la oferta.

4.2.7.1. Precios.

Dentro de la producción agrícola la variación de precios en la actualidad ha provocado que reduzca o incremente la producción del producto, es decir que si disminuye el costo de las semillas la producción de productos agrícolas será menos costoso, lo que permite que los agricultores puedan ganar más dinero aun si venden al mismo precio.

Según el PDOT (2015) deduce que los precios de los cultivos se mantienen estables por lo que la actividad agrícola es una de las fuentes de ingreso de Monte Olivo y que la exportación de dichos cultivos incrementa aún más la producción.

En la actualidad se deduce que los precios han incrementado debido a la emergencia sanitaria ya que ha disminuido la producción agrícola para evitar que arriesguen su salud.

4.2.7.2. La tecnología.

En la actualidad la tecnología va de la mano de la agricultura facilitando el trabajo de los agricultores, aumentando el rendimiento de los cultivos y ahorrando insumos en la producción agrícola. La tecnología en la agricultura trae muchos beneficios uno de ellos es que mantiene el control de los cultivos y mejoran la calidad de los productos con respecto a su precio.

Desde mi punto de vista la tecnología en la parroquia es escasa debido a que los habitantes que trabajan no cuentan con un gran conocimiento sobre el manejo de los cultivos y esto atrae que disminuya ingresos que aporten con el desarrollo económico parroquial.

La tecnología agraria avanzada sería de gran ayuda, con los mecanismos y maquinaria tecnológica sería de gran beneficio para los agricultores ya que no tendrían la necesidad de arriesgar su salud, sino que ya se aseguran porque dicha tecnología mantendría el control de los cultivos.

4.2.7.2. Número de productores.

De acuerdo con el PDOT (2015) se deduce que, si en alguna ocasión aumenta el número de productores, incrementara la oferta del producto para que haya ingresos que aporten con el desarrollo económico de la parroquia y sea sustentable para los agricultores.

La disminución de las potencialidades productivas de los suelos producto de su explotación inapropiada, disminuye la calidad y cantidad de la alimentación de estos productores y sus familias. Esto a su vez conduce al deterioro de sus condiciones de vida. Otra de las consecuencias que trae consigo el deterioro del recurso suelo es la disminución en las opciones alimenticias destinadas a los pobladores de las zonas urbanas que dependen en gran medida de las producciones de productos de las diferentes zonas que presenta el cantón.

4.2.8. Características de la demanda.

La inexistencia de un mercado local en la parroquia de Monte Olivo provoca que los habitantes de la parroquia no generen sus propios ingresos, por lo que recurren a otras ciudades para adquirir de los productos agrícolas y aportar a las ciudades competentes a desarrollar su economía.

Los precios, la calidad y la cercanía de ciertos productos ayuda a que los habitantes de la parroquia opten por aportar económicamente adquiriendo sus propios productos y así también impulsar la venta a otras ciudades para que adquieran un producto de calidad.

4.2.9. Factores que afectan a la demanda.

El cambio climático posibilita el cultivo en las zonas más altas, pero a la vez puede haber escases de agua lo que no permitiría hidratar los cultivos.

La parroquia Monte Olivo tiene disponibilidad de recursos naturales los cuales se recurre para los diferentes cultivos a cosechar gracias a la riqueza de sustratos que posee la tierra y la presencia de minerales ricos en nutrientes

4.3. BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL

4.3.1. Nivel Educativo.

El nivel educativo de Monte Olivo se plasma en la siguiente tabla, según los habitantes tomados en cuenta para la respectiva encuesta se denota que la mayoría de personas no han culminado sus estudios debido a los bajos recursos de su parroquia y la imposibilidad de trasladarse a otros lugares para su educación, dentro de ello se refleja también un mínimo de personas que no han tenido la posibilidad de educarse por lo que se los considera como analfabetos.

Con respecto a años anteriores la tasa de analfabetos no ha incrementado ya que por lo menos han culminado la educación básica.

Tabla 10. Nivel Educativo de los habitantes encuestados.

Nivel Educativo	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Analfabeto	1	4	5	1,8%
E. Básica Completa	54	53	107	39,3%
E. Básica Incompleta	30	43	73	26,8%
Bachillerato Completo	10	12	22	8,1%
Bachillerato Incompleto	15	25	40	14,7%
Superior Completa	6	5	11	4,0%
Superior Incompleta	12	2	14	5,1%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según el PDOT (2015), el analfabetismo en Monte Olivo representa el 10,66%, esto es según la ficha metodológica del INEC, que señala se debe calcular en la población que saber leer y escribir sobre los 15 años de edad. De este total las mujeres representan el 6,09% y los hombres 4,57%. Estos valores están debajo de los promedios nacionales de analfabetismo que alcanza en 6,80%.

El analfabetismo hoy en día ha incrementado ya que debido a la emergencia sanitaria las personas que desean estudiar no pueden hacerlo porque se han cerrado las instituciones educativas y se ha privado a los ciudadanos de adquirir conocimiento básico necesarios para enfrentar al mundo laboral.

4.3.2. Patrimonio Cultural

La cultura señala lo que son las tradiciones que son un legado que le pertenece a un grupo de individuos, y a pesar del pasar de los años están permanecen en ellos. Y de acuerdo con Zabala (2016), la cultura forma parte de las fiestas o tradiciones que se realizan en una ciudad, pueblo o comunidad, emanadas por un grupo de personas, estas dan a conocer todo sobre el lugar, entre ellas su gastronomía, juegos típicos, identidad social y las fiestas religiosas en este caso que manifiestan las creencias de cada persona y el culto que les guardan a sus santos tanto que también sobresalen los grupos étnicos de personas que comparten ascendencia, características de vestimenta, costumbres, idioma, tradiciones, estas características diferencian de los demás grupos.

En el Ecuador se cuenta con una variedad de cultura milenaria que lo convierte en un país único y original. Las tradiciones culturales forman parte de la originalidad de nuestro país que otorga una identidad y potenciación de la memoria histórica de los ciudadanos.

Tabla 11. *Patrimonio cultural de la parroquia.*

Patrimonio Cultural	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Patrimonio	66	51	117	43,0%
Tradiciones	50	51	101	37,1%
Costumbres	2	14	16	5,9%
Flora	11	14	25	9,2%
Fauna	10	39	49	18,0%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según la tabla 11 lo que más sobresale de la parroquia es el patrimonio y las tradiciones de la parroquia lo cual quiere decir que no ha perdido la identidad cultural en varios años.

4.3.3. Potencialidades turísticas para dar a conocer.

Cabe mencionar que la parroquia cuenta con ríos, senderos de aventura, bosques y la laguna de Mainas como sus principales atractivos turísticos para la ejecución de transmisiones de proyectos razonables sobre el turismo patrimonial, localizados en el Manzanal, Miraflores y Palmar.

Con respecto a lo mencionado se muestra en la siguiente tabla los atractivos turísticos más conocidos por los encuestados y que son aún más atractivos que otros ya mencionados.

Tabla 12. Lugares Turísticos de la parroquia

Lugares Turísticos	Género		f	%
	Mujer	Hombre		
Laguna Mainas	53	60	113	41,5%
El Manzanal	42	47	89	32,7%
Bosque Nativo	33	37	70	25,7%
Total	128	144	272	100,0%

Nota: Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Encuestas, resultados SPSS

Elaborado por: Autoras

Según la tabla 12 se puede observar que los sitios más visitados son la Laguna Mainas, El manzanal y El bosque Nativo por lo que se considera que la parroquia tiene buenos recursos naturales como para recrear sus potenciales turísticos.

A demás de lo que ya se menciona, Monte Olivo cuenta con características de clima y potencial turístico natural por la diversidad de flora y fauna propias de la zona, permiten el desarrollo de actividades de ocio y recreación para los habitantes locales. Actualmente no se considera al turismo como una actividad económica productiva en el sector por la falta de capacitación, organización de la población, ni infraestructura para recibir a visitantes.

4.3.4. Imagen territorial.

La imagen territorial de la parroquia Monte Olivo da lugar al perfeccionamiento de marcas geográficas, pero al no contar con personas capacitadas para la organización de los destinos turísticos permite en buscar estrategias para que el lugar sea promocionado y aporte con el desarrollo económico local. Para una buena imagen territorial corresponde a la forma de organización de los habitantes.

El modelo examina características geográficas propias distanciadas de la interposición humana actual y que establece relaciones entre los diferentes sistemas o ámbitos del desarrollo social, económico y ambiental. El desarrollo local se debe a que idéntica las potencialidades más

importantes de la parroquia para hacer de ellas una ventaja competitiva y convertirse en el motor de desarrollo económico parroquial.

4.3.5. Eventos recreacionales.

Como parte del PDOT (2015) el Sistema Social y Cultural contempla la línea estratégica: Monte-Olivo, parroquia orgullosa de su identidad, promueve la revalorización y fortalecimiento de la vivacidad cultural y deportiva; por lo que, en la propuesta de intervención se plantean el programa de Gestión para la organización y fortalecimiento del tejido social; así como también, el programa denominado “Minga para el rescate, revalorización y fortalecimiento de los grupos con Identidad cultural”. Tomando en cuenta que, la intensidad de intervención sobre el territorio está condicionada por la idiosincrasia, nivel de educación, grado de organización y satisfacción social, de los diferentes grupos humanos.

Tomando en cuenta uno de estos proyectos se podrá dar a conocer ciertos eventos recreacionales como fuente de vida para la parroquia y que genere una buena imagen territorial generando así un gran desarrollo económico explotando sus recursos naturales.

4.4. CAPITAL TERRITORIAL

4.4.1. Riqueza de recursos naturales de la parroquia.

Extraoficialmente se conoce de la existencia en Monte Olivo de recursos minerales en el subsuelo, que ha despertado la codicia de varios actores externos al territorio, además como se explicará en el componente sociocultural, ha generado un ambiente de conmoción social tanto en la Parroquia de San Rafael, como en Monte Olivo, por la invasión de mineros ilegales. De esto dieron cuenta medios de prensa local y nacional. Sin embargo, de ello se desconoce la cantidad o calidad del material mineral, por cuanto hasta la fecha ninguna entidad ha elaborado estudio alguno.

4.4.2. Infraestructura Vial

La red de carreteras parroquiales esta descrita por tipo de vía y ha sido clasificada por carreteras asfaltadas, carreteras empedrada, carreteras lastradas o afirmadas, caminos de tierra o caminos no afirmados y los senderos o veredas que son las vías no vehiculares.

Tabla 13. *Tipo de rodadura de las vías de Monte Olivo en kilómetro*

Asfaltado	Empedrado	Lastrado	Tierra	Zona Urbana	Total
10	7,48	0	6,44	7,11	31,03

Fuente: GADM Bolívar, PDOT 2015

El cuadro muestra que la tercera parte de las vías en la parroquia están asfaltadas, caso de la vía que conduce desde Pueblo Nuevo a Monte Olivo. Sin embargo, es casi superior la longitud de las vías empedradas y de tierra.

El mayor porcentaje en vías lo cubren carreteras empedradas con el 56% pero estas no cuentan con un mantenimiento rutinario, lo que ha llevado a deteriorarlas y muchas de estas se encuentran en muy mal estado. Estas vías pueden ser accesibles durante en todo año por lo que requiere la atención y mantenimiento oportuno para la movilización.

4.4.3. Capital territorial como fuente de desarrollo.

El modelo territorial futuro de la parroquia Monte-Olivo, planteado en el PDOT, responde a la aspiración ciudadana de solucionar los problemas ambientales, económicos-productivos, sociales-culturales, asentamientos humanos, movilidad, energía y conectividad presentes en el territorio y que fueron identificados en los talleres participativos; que sólo se podrá lograr con la puesta en marcha de la propuesta de intervención que promueve el respeto de la capacidad de acogida del territorio como base fundamental para el desarrollo sostenibles; conjugando los principios de sostenibilidad ambiental, armonía espacial, equidad territorial y bienestar social en aras de alcanzar el buen vivir de la población.

Para la elaboración de la propuesta, los gobiernos autónomos descentralizados tomarán en cuenta la visión de mediano y largo plazo, los objetivos, políticas, estrategias, resultados y metas deseadas, y el modelo territorial que debe implementarse para viabilizar el logro de sus objetivos.

V. ESTRATEGIAS

La estrategia estará basada en las potencialidades con mayor puntuación de la matriz de jerarquización, por lo cual se toma en cuenta las capacidades de los habitantes de la parroquia Monte Olivo y el aprovechamiento de sus oportunidades identificadas a lo largo de la investigación con la idea de aplicar la teoría de desarrollo endógeno para la parroquia.

5.1. Resumen del problema para la elaboración de la estrategia.

Dentro de la parroquia Monte Olivo existen varias características que no han sido aprovechadas, dado a eso se genera un análisis donde se pueden identificar posibles potencialidades, interrogando en el análisis se permite realizar una matriz de jerarquización quien nos ayuda a generar un proceso de selección de una fuente teórica y segura. Constantemente se analiza los indicadores analizados y se concluye en 3 potencialidades que formaran parte de la estrategia para el desarrollo local y promoción económica de la parroquia.

5.2. Análisis de la estrategia.

Por medio de las potencialidades la estrategia será la participe para promover las mismas con formulaciones de movimientos estratégicos y planeación a futuro con el fin de incrementar el valor de la parroquia Monte Olivo y la participación de su población al generar movimiento económico y desarrollo cultural del propio capital territorial con la intención principal de mejorar su calidad de vida.

5.3. Objetivo General.

Diseñar una estrategia para la promoción de la producción agrícola, ganadero y el movimiento turístico de la parroquia Monte Olivo.

Objetivos Específicos:

- Crear un modelo de marca que represente al sector agrícola, ganadero y turístico de la parroquia Monte Olivo.
- Diseñar la planeación de un circuito turístico de la parroquia Monte Olivo.

5.4. Modelo de marca agrícola, ganadera y turística.

Este modelo de marca permitirá generar conexión de experiencia entre los habitantes y sus actividades al mostrarse al resto de población y mercados potenciales aledaños y nacionales.

Planificación Estratégica:

Esta planificación resalta los puntos más importantes partiendo del factor de la aplicación y publicación de una Misión, Visión y Valores que permitan identificar a la parroquia Monte Olivo cooperando con el desarrollo económico y social.

Misión:

Liderar y articular procesos de desarrollo a nivel Parroquial. Promover y ejecutar políticas públicas de desarrollo sustentable para cubrir las necesidades de hombres y mujeres de la circunscripción territorial, para conseguir una mejor calidad de vida con la participación de los actores internos y externos, equitativo e incluyente a través de aplicación de estrategias de desarrollo económico y social.

Visión:

Posesionar a Monte Olivo a nivel Nacional, como una Parroquia ganadera, agricultora, comerciante, productiva, sustentable, con hombres y mujeres de alma minguera, para el progreso continuo de la Parroquia con sus servicios de excelencia y cultura de hospitalidad, donde el buen vivir sea una realidad.

Valores:

Proactividad: Comportamiento anticipatorio, orientado al cambio y autoiniciado en diversas situaciones.

Solidaridad: Adhesión o apoyo incondicional a causas o intereses ajenos, especialmente en situaciones comprometidas o difíciles.

Responsabilidad: Cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo, o bien una forma de responder, que implica el claro conocimiento de que los resultados de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre uno mismo.

Identidad de marca:

Misión, Visión y Valores

Distintivo de la marca:

La idea de difundir la marca de parroquia parte por características de la misma y difusión como imagen representativa del territorio y sus potencialidades, por lo que se ha diseñado un imagotipo representativo y descriptivo del territorio local.

Figura 1. Marca



Nota: La figura representa la marca territorial

Para la creación del imagotipo se toman en cuenta las potencialidades de la parroquia y sus caracterizaciones representativas:

Fondo: Paisaje de tierra fértil de color verde representando a sus tierras productivas y los ríos de color azul representado por el agua pura que posee la parroquia.

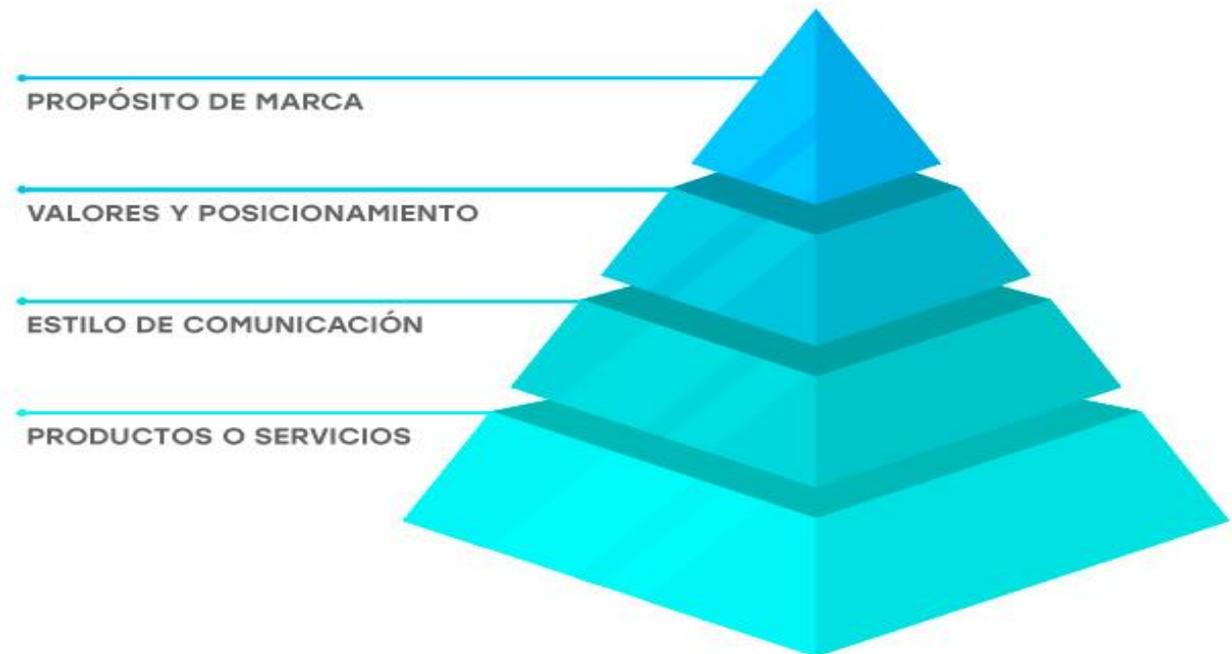
Figura: Paisaje en un círculo que engloba a la riqueza de recursos naturales con la productividad.

Slogan: “Tierra mágica y Productiva” dando razón a las potencialidades que cuenta la parroquia y su falta de aprovechamiento de dicho territorio.

Estructura de posicionamiento de la marca

Al hablar de posicionamiento de marca nos referimos al carácter que tienen las organizaciones y que influye en cómo las descubres. Hay unas que te caen mejor que otras, Como las personas. Este es un aspecto muy importante para el éxito o fracaso de la parroquia es el indicador que apunta y afecta directamente a su reputación. En las organizaciones se le da mucho valor al marketing, pero cuando hay que recortar, suele ser el gran afectado. A veces se olvida que los productos o servicios que vendemos van y vienen, pero el nombre, la marca, es lo que perdura.

Figura 2. Posicionamiento de marca



Nota: La estructura de posicionamiento seleccionado será el encargado de proporcionar canales para poder cubrir y ampliar posibles mercados potenciales.

Al aplicar la pirámide de posicionamiento de marca es importante mantener en claro cuál es el propósito, manteniendo ya establecido el concepto claro de todo lo que abarca la parroquia Monte Olivo y cuáles son sus potencialidades de promoción económica, contamos para esto con una misión y visión previamente planificada y el diseño de estilo de comunicación que al año que nos encontramos no se realizara por medios de comunicación tradicional, sino caso contrario se aplicara la nueva innovación en comunicación tecnológica que se encuentra al alcance de todos y que a lo largo de los tiempos se volverán canales convencionales y de fácil utilización para la población existente.

Al mencionar a los productos y servicios se tomará en cuenta al partir desde la potencialidad agrícola, ganadera y turística para su respectiva promoción y publicación de apertura a su compra o adquisición.

Potencialidad Turística

Al hablar de crear una ruta turística, mencionamos que se trata de una ruta circular o semicircular que comienza en el centro emisor o receptor y cuenta con rincones e instalaciones escénicas a lo largo de su recorrido. El tour de pasajeros también debe entenderse como la ruta del turista que regresa al mismo lugar sin pasar dos veces por el mismo lugar.

Los Circuitos turísticos pueden establecerse como:

- Local: la duración no supera un día. Solo la población interna está interesada y expresa las vistas de la misma zona.
- Regional: La duración más larga es de 3 días Durante el recorrido se pueden incluir lugares escénicos de diferentes regiones o regiones.
- Nacional: Tiene una duración mínima de 3 días, y su recorrido se realiza en múltiples regiones y / o localidades de un mismo país / región.

Para optar por cualquiera de las alternativas de circuitos turísticos, es importante analizar las alianzas entre provincias y países para llevar a cabo un circuito productivo y creciente.

Para el diseño de una ruta turística, se debe elegir los mejores elementos para crearla. El diseño no puede ser el resultado de un accidente. Al diseñar el boceto final, se deben considerar los siguientes factores: precio, costo, estado de las vías de comunicación, ubicación y calidad de residencia y alimentación, e información detallada sobre logística. Los horarios de salida y llegada de la pista, la elección de ubicaciones que conforman el itinerario, y otros detalles que ayudan a brindar a los visitantes planes diversos, dinámicos e interesantes.

Puntos claves para la elaboración de un circuito turístico

La actuación de los operadores turísticos o diseñadores en el diseño de rutas turísticas es una combinación de información teórica y práctica previamente adquirida, es decir, el diseño debe basarse en las observaciones y experiencias adquiridas en el proceso de traslado a diferentes puntos. Tour, pero también debes resumir estadísticas, el costo aproximado de cada ruta, paradas estratégicas, y otros elementos que se pueden mostrar con alta precisión.

Luego, el diseñador debe estudiar cuidadosamente toda la información para resaltar o seleccionar los aspectos más importantes del diseño involucrado. Se deben realizar investigaciones especiales e investigaciones especiales en cada etapa del diseño de la composición para combinarlas armoniosamente.

Estructura de elaboración de circuito turístico

FASE I

Definición de temática del circuito: Cultural, natural, combinada etc.

- Selección de punto de salida.
- Análisis de paradas estratégicas.
- Selección de paradas con atractivos turísticos.
- Determinación de llegada.
- Planeación de horarios.

- Análisis de cantidad de personas por circuito.
- Elaboración de actos de interés para puntos intermedios de la ruta.

FASE II

Determinación y clasificación de los servicios que incluye la ruta.

- Transporte
- Hospedaje
- Alimentación (Según lo que incluya el circuito y análisis de temática).
- Selección de Guías turísticas (Nativas del lugar para mayor atracción cultural)
- Implementación de actividades recreativas que destaquen al lugar turístico.

FASE III

Determinar costos y gastos operativos

- Costos Fijos
- Costos Variables
- Costos generales
- Imprevistos (emergencias o daños)
- Presupuesto total

FASE IV

- Análisis de precios y beneficios por operación ejecutada.
- Cálculo de precio individual
- Determinación del beneficio neto.

5.5. Promoción

Promoción digital

El Marketing Digital no es más que el conjunto de técnicas y herramientas para promover la comercialización de un producto y está basado en el uso de medios digitales y recursos tecnológicos. Este permite hacer promoción a la medida, de forma personalizada. Importa más el consumidor que el producto o servicio y la segmentación es más sencilla al identificar los perfiles de los grupos de consumidores y sus requerimientos.

Figura 3. Fuentes de promoción digital



Nota: Sistema de promoción económica por medios digitales.

Un plan de marketing digital o en línea orientado a resultados generalmente debe incluir al menos los siguientes puntos:

- Utilizar a menudo el análisis de compradores para determinar el perfil de las audiencias potenciales u objetivo.
- Establecer metas para cada perfil.
- Establecer estrategias para lograr estos objetivos.
- Determinar la estrategia específica para poner en práctica la estrategia.
- Asignar recursos y plazos.
- Definir cómo medimos el éxito o desempeño del plan: ventas, conversiones, etc.

En este sentido, el sitio web y los perfiles que se predestinen en las diferentes redes sociales deben ser coherentes con el marketing mix de la parroquia, y la inversión de tiempo, dinero y recursos necesarios para la creación y mantenimiento debe conducir a la creación de valor para los clientes y la generación de interés de la parroquia de Monte Olivo.

5.6. Cronograma estratégico

El cronograma de marketing contribuye a que las acciones de difusión sean eficientes, periódicas y atractivas, mejorando la comunicación con el público. Con un cronograma es posible definir la frecuencia de acciones, el contenido a compartir y tener un mayor control sobre los procesos para el desarrollo de la estrategia de marketing territorial de la parroquia Monte Olivo.

Tabla 14. Cronograma Estratégico

Mecanismo	Bases	Q1	Q2	Q3	Q4	Noviembre
		Enero	Abril	Julio	Octubre	- Diciembre
Marca	Definición de marca e identidades					
Estrategia	Plan Estratégico					
Planificación	Estructura Organizada					
	Plan de contenidos					
Atracción	Estructura de posicionamiento					
	Estructura Digital					
Promoción	Canales de Comunicación					
Fidelización	Estrategias de atracción					
Seguimiento	Aplicación de post venta					

Nota: Proyección de cronograma de aplicación a la estrategia de marketing de la parroquia Monte Olivo

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- Terminada la investigación se concluye que, las estrategias para la promoción económica de la parroquia Monte Olivo, son herramientas que deben ser gestionadas y planificadas a largo plazo.
- Analizando la infraestructura que posee la parroquia, dentro de lo que es vialidad, conectividad y educación, podemos concluir que estas contribuyen directamente en el desarrollo económico en la parroquia, debido a que las visas de acceso a la parroquia están en muy mal estado esto afecta a los productores para que puedan sacar sus productos de sus terrenos, otro aspecto es la conectividad. La parroquia no cuenta con señal de telefonía celular, por lo que las personas no pueden comunicarse por este medio.
- Otro de los temas que nos llamó la atención al momento de realizar la investigación es que la parroquia produce aguacate orgánico, esto con el apoyo de las instituciones pertinentes sería una gran ventaja para los productores, puesto que si dan a conocer este producto a otras ciudades y porque no a otros países sería de buena ayuda para que la parroquia sea reconocida.
- Analizar proyectos o planes de variación agrícola en los que además de enfocarse en un punto de vista económico, también ofrezcan mayores requerimientos de mano de obra. Es necesario tener en cuenta que, para ejecutar estos ideales, a fin de cambiar al agricultor de un operario en productor, es primordial cambiar su mentalidad, actitudes y hábitos de trabajo.
- El aprovechamiento de estos potenciales que posee la parroquia, generarían ventajas competitivas dentro de los sectores turístico y productivo, ya que la parroquia al ser conocida y visitada, tendría un mayor desarrollo económico.
- Finalmente concluimos que el GAD parroquial de monte Olivo, el GAD municipal de Bolívar y la Prefectura del Carchi, tienen la responsabilidad de gestionar, cada una de las necesidades que tiene la parroquia, también gestionar para que las estrategias planteadas dentro de este proyecto de investigación sean puestas en marcha, ya que serán de gran ayuda y benéfico para la parroquia.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi que realice un proyecto de vinculación con la sociedad para que estudiantes de las diferentes carreras puedan brindar capacitaciones a los habitantes de la parroquia.
- A los presidentes de cada comunidad de la parroquia propietarios de los terrenos en donde se encuentran los atractivos turísticos, dar mayor apertura a que les ayuden con capacitaciones las instituciones públicas para tener una mejor visión dentro del aspecto de administración de centros turísticos.
- Se recomienda a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi que se continúe con esta investigación para dar un seguimiento, iniciando de los datos obtenidos hasta hoy.
- Al GAD parroquial de monte Olivo, el GAD municipal de Bolívar y la Prefectura del Carchi que gestionen, dar solución a cada una de las necesidades que tiene la parroquia, también gestionar para que las estrategias planteadas dentro de este proyecto de investigación sean puestas en marcha, ya que serán de gran ayuda y benéfico para la parroquia.
- El GAD parroquial debería dar a conocer su producto estrella, que es el aguacate para que sea reconocido y pueda ser comercializado en otras ciudades, como también impulsar los destinos turísticos que posee para que la parroquia sea conocida y haya una movilidad turística permanente.
- Hacer las gestiones necesarias para que la parroquia cuente con señal de telefonía móvil, ya que en un servicio muy necesario para los habitantes.
- Realizar un análisis geográfico de las vías de acceso a la parroquia, y mediante gestiones con las instituciones pertinentes poder hacer una adecuamiento y la vía principal de ingreso este en buenas condiciones.²

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, F. (2008). Desarrollo local y empleo. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo
- Aguilar, I. (Agosto de 2017). *Principios de Desarrollo Económico*. Bogotá: Eco Ediciones. Recuperado de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/01/Principios-desarrollo-econ%C3%B3mico.pdf>
- Altamirano, A. L. (enero de 2018). Dimensiones del Emprendedor en las cadenas productivas en tunguragua. *Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27245/1/445%20o.e..pdf>.
- Álvarez, E., & Pérez, M. V. (2011). CONFIGURACIONES DE IDENTIDAD EN TERRITORIOS DEL TURISMO. *Cuadernos Turismo*, 259-272. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39820898015.pdf>
- Antunez, S., & Ferrer, M. (2016). El enfoque de cadenas productivas y la planificación estratégica como herramienta para el desarrollo sostenible en cuba. *Investigaciones políticas y sociológicas*, 99-130. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?/>
- Camacaro, P. (2010). APROXIMACIÓN A LA CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO EN LA ORGANIZACIÓN CASTRENSE VENEZOLANA. (CASO: AVIACIÓN MILITAR VENEZOLANA). Venezuela. <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2010/prc/Bienestar%20Social.htm>
- Durkheim, É. (1999). *Educación y Sociología*. Mexico: Ed. Diálogo, tercera edición .
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera*, 35.54. Recuperado de <https://comunalia.org.mx/que-es-la-filantropia-comunitaria/>
- Garcés, M. F., & Vásquez, J. M. (2012). *Introducción al Patrimonio Cultural*. Quito: AMEcuador.
- Laín, P. (1986). Antropología Medica. *Barcelona: Salvat Editores*.
- León, A. (2007). Educación. *Educere*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35603903.pdf>
- Luna, R. B. (2013). Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales. *Revista de Claseshistoria*, 10 - 13. Recuperado de <http://www.claseshistoria.com/revista/>
- Martínez, R., Trucco, D., & Palma, A. (mayo de 2014). *Repositorio Cepal*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36781/1/S2014179_es.pdf

- Mastellari, M. D. (2015). Conceptos salud. *mednat*. Recuperado de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/mednat/salud1_1.pdf
- Medina, A., Ochoa, J. S., & Molina, C. (2012). Una Mirada Econométrica, Macroeconómica y Financiera. *Perfil de Coyuntura Económica*, 1-18. Recuperado de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/coyuntura/citationstylelanguage/get/acm-sig-proceedings?submissionId=18189>
- Monferrer, D. (2013). Fundamentos de marketing. España: UNE. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf;sequence=3>
- Morales, G. (2016). La apropiación de la naturaleza como recurso. *Gestión y ambiente*. p.141-154. recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1694/169446378009.pdf>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración . p. 335-357.
- Ottoo, E. (2007). Cohesión Social. *Santiago de Chile: Repositorio Cepal*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2834/S2006932_es.pdf
- PDOT. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Monte Olivo*. Monte Olivo: Ingeniería y Servicios. Recuperado de <https://gpmonteolivo.gob.ec/carchi/wp-content/uploads/2016/02/PDOT.pdf>
- Pérez, J., & Merino, M. (2008). Manual de funciones administrativo financiero para la Cooperativa agrícola la germania en la provincia del Guayas. *Trabajo de titulación*. Universidad de Guayaquil. Recuperado de <https://definicion.de/telecomunicacion/>
- Ramirez, R., & López, L. (2015). *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar*. Trabajo de titulación. Mexico: UNAM.
- Reyes, E. d., Ruiz, E., & Zamarreño, G. (2017). Marca territorio, Marca ciudad, Utilidad en el ámbito del turismo. *Ecociencia*, p. 18-20. Recuperado de <http://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/322>
- Saavedra, Ó. C., & Espinoza, G. A. (2009). Social capital today. *Revista Latinoamericana POLIS*, p. 2- 20. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/339/33913147006.pdf>
- Saiz, I., & Ferrer, M. (2016). Enfoques de cadenas productivas y planificación estrategica como herramienta para el desarrollo sostenible en cuba. *Investigaciones Políticas y Sociológicas*, p. 30-90. Recuperado de [https://scholar.google.com.ec/scholar?q=Saiz,+I.,+%26+Ferrer,+M.+\(2016\)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.ec/scholar?q=Saiz,+I.,+%26+Ferrer,+M.+(2016)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)
- Salvador, G. (2016). ECONOMIA Y MERCADOS. *Unirioja*. Recuperado de https://inta.gob.ar/sites/default/files/agregado_de_valor._compartiendo_conceptos.pdf

Zabala, L. L. (2016). Las Festividades Religiosas:"Manifestaciones representativas del patrimonio cultural inmaterial". *RIIPAC*, 15 -85. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5753445.pdf>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Formulario - Entrevista al presidente del GAD Parroquial de Monte Olivo



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

FORMULARIO 1: ENTREVISTA

Entrevista dirigida al presidente de la junta parroquial de la parroquia "Monte Olivo" cantón Bolívar provincia del Carchi.

Objetivo:

Recolectar información detallada por medio de la aplicación de una entrevista al presidente del GAD parroquial de la parroquia Monte Olivo, que contribuya al desarrollo de una estrategia que mejore la economía de esta.

DESARROLLO ECONÓMICO

1. ¿Cuál cree usted que es la actividad económica que se ejerce con mayor frecuencia dentro de la parroquia?
2. ¿Cuál cree usted que es uno de los proyectos parroquiales que tendrá un mayor impacto a corto plazo en beneficio de la parroquia?
3. ¿Cuál es el número aproximado de emprendimientos que existen dentro de la parroquia?
4. ¿Cuáles son los principales cambios que se han realizado en la nueva administración parroquial?

BIENESTAR Y COHESIÓN SOCIAL

1. ¿Cuántas instituciones educativas existen dentro de la parroquia?
2. ¿Hasta qué tipo de nivel educativo cuentan dentro de la parroquia?
3. ¿Qué aportes ha brindado la municipalidad para el mejoramiento socioeconómico de la parroquia?
4. ¿Considera usted que las actividades culturales se deben mantener para que la parroquia pueda mejorar su economía?

CAPITAL TERRITORIAL

1. ¿Existe en su parroquia sitios que puedan utilizarse como centros de hospedaje?
2. ¿Existe en su parroquia lugares que puedan utilizarse como restaurantes?

● Av. Universitaria y Antisana ● Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
● www.upec.edu.ec ● e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

3. ¿Cómo considera usted la señalización de las vías que dirigen a los lugares turísticos de la parroquia?
4. ¿Con respecto a la belleza de la parroquia ¿Cuál es su grado de satisfacción? y en que cree usted que se deberá trabajar paulatinamente para una mejor atracción?
5. ¿Cuál es el número aproximado o exacto de lugares recreativos que existen dentro de la parroquia?
6. ¿Qué lugares públicos y privados posee la parroquia?



Tutor

Msc. Jairo Chávez

● Av. Universitaria y Antisana ● Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
● www.upec.edu.ec ● e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC

DATOS SOCIOECONÓMICOS

1. ¿En dónde se abastecen de productos para el consumo del hogar?

- Mercado de la localidad
- Mercado de otra ciudad
- Tiendas de abastos
- Otros _____

2. ¿Cuál es su actividad económica? (Marque hasta 3 opciones)

Manufactura (Elaboración de productos)	
Construcción	
Actividades profesionales e inmobiliarias (compra venta de terrenos)	
Industrias de productos lácteos	
Comercio	
Agricultura (cultivo de la tierra)	
Ganadería	
Pesca	
Transporte	
Información y comunicación	
Administración pública	
Administración privada	
Enseñanza	
Salud	
Carpintería	
Textil	
Artesanías	
Silvicultura (cuidado- cultivo o explotación de bosques)	
Peluquería	
Restaurante	
Hoteles	
Panadería	
Tienda	
Ferretería	
Almacén agropecuario	
Centro de cómputo	
Ninguna	
Otros (especifique)	

3. ¿Cuáles son las actividades agrícolas de mayor importancia? (Puede marcar varias opciones)

Cultivo de granos	
Cultivo de cereales (maíz, trigo)	
Cultivo de hortalizas (verduras)	
Cultivo de frutas	
Cultivo de flores	
Cultivo de tubérculos (bajo suelo)	
Cultivos en invernaderos	
Otros (especifique)	

4. Indique los principales productos de la parroquia. (Puede marcar varias opciones)

Aguacate	
Arveja seca	
Arveja tierna	
Banano	
Cacao	
Café	
Caña de azúcar para azúcar	
Caña de azúcar para otros usos	
Cebada	
Cebolla blanca	
Fréjol seco	
Fréjol tierno	
Haba seca	
Haba tierna	
Maíz suave	
Maíz suave seco	
Mango	
Naranja	
Orito	
Papa	
Plátano	
Quinua	
Tomate de árbol	
Tomate riñón	
Trigo	
Yuca	
Otros (especifique)	

5. ¿Dónde comercializan sus productos?

- Lugar de producción
- Venta intermediarios
- Mercado de la localidad
- Mercado mayorista Ibarra
- Mercado mayorista Bolívar
- Otros _____

6. ¿Cuáles son las actividades ganaderas de mayor importancia en el sector? (Puede marcar varias opciones)

Ganadería porcina	
Ganadería bovina	
Ganadería avícola	
Ganadería ovina	
Ganadería caprina	
Ganadería equina (caballos)	
Ganadería de cunicultura (Crianza de conejos)	
Animales menores (Crianza de cuyes)	
Otros (especifique)	

7. ¿Qué empresas prestadoras de servicios existen en la parroquia? (Puede seleccionar varias respuestas)

Agua potable	
Alcantarillado	
Bancos o cooperativas	
Camal	
Centro Administrativo Cantonal	
Centro Administrativo Provincial	
Centro comercial	
Centro de procesamiento de materias primas (recolección y limpieza de alimentos para ser procesados)	
Centros infantiles	
Cetro de acopio y comercialización de productos	
Energía eléctrica	
Feria de Animales	
Feria de automóviles	
Infocentro	
Mercados	
Restaurante	
Servicio de cable	
Servicio de educación tecnológica	
Servicio de internet	
Servicios de salud médico	
Servicios educativos	
Telefonía celular	
Telefonía fija	
Tiendas de Abarrotes	
Transporte	
Otras (especifique)	

8. ¿Qué servicios básicos tiene la parroquia? (Seleccione varias respuestas)

Agua potable	
Alcantarillado	
Desechos sólidos (recolección de basura)	
Energía eléctrica	
Internet	
Telefonía	
Televisión por cable	
Transporte público	
Otros (especifique)	

9. En una escala de 1 a 5 ¿cómo calificaría usted la atención que brindan las empresas prestadoras de servicio de la parroquia? Siendo 1 muy malo, 2 malo, 3 regular, 4 bueno y 5 muy bueno.

Servicios	1	2	3	4	5
Agua potable					
Alcantarillado					
Bancos o cooperativas					
Camal					
Centro Administrativo Cantonal					
Centro Administrativo Provincial					
Centro comercial					

Centro de procesamiento de materias primas (recolección y limpieza de alimentos para ser procesados)					
Centros infantiles					
Cetro de acopio y comercialización de productos					
Energía eléctrica					
Feria de Animales					
Feria de automóviles					
Infocentros					
Mercados					
Restaurante					
Servicio de cable					
Servicio de educación tecnológica					
Servicio de internet					
Servicios de salud médica					
Servicios educativos					
Telefonía					
Tiendas de Abarrotes					
Transporte					
Otras (especifique)					

10. ¿El agua que consume es? (Seleccione varias respuestas)

Agua potable	
De Red de agua natural	
De Río	
De Vertiente	
Embotellada	
Otra (especifique)	

11. ¿Qué medios de comunicación dispone en su vivienda? (Seleccione varias respuestas)

Medios de comunicación	
Radio	
Televisión	
Televisión por cable	
Periódico	
Teléfono Línea fija	
Celular	
Internet	
Otros (especifique)	

12. ¿Qué locales comerciales encontramos en la parroquia? (seleccione varias respuestas)

Tiendas	
Mercados	
Almacén de ropa	
Almacén de calzado	
Cyber o centro de cómputo	
No existe	
Otros (Especifique)	

13. ¿Existen lugares turísticos en su localidad, SI – NO? Escriba el lugar más representativo.
Indique los lugares turísticos de la parroquia

SI	
NO	
Lugar	

14. Seleccione la acción por la cual cree que más se identifica su parroquia. (Seleccione una sola respuesta)

Patrimonio	
Tradiciones	
Costumbres	
Gastronomía	
Artesanías	
Vestimentas	
Deporte	
Flora	
Fauna	
Otras (especifique)	

15. ¿Cuáles son las tradiciones y costumbres que tiene la parroquia? (Seleccione varias respuestas)

Carnaval	
Misas dominicales	
Misas de honras	
Semana Santa	
Fiestas patronales	
Bailes populares	
Quiebre de ollas	
Castillo	
Toros de pueblo	
Otras (cuales)	

16. ¿En qué estado se encuentran las vías de acceso a la parroquia?

Buen estado	
Mal estado	
En mantenimiento	
En construcción	

17. ¿Qué instituciones se encuentran en la parroquia? (Seleccione varias opciones)

Destacamento de bomberos	
Destacamento militar	
Estación o destacamento de policía	
Iglesia	
Junta parroquial	
Subcentro de Salud	
Otras (especifique)	

18. ¿Qué lugares públicos y privados posee la parroquia? (Seleccione varias opciones)

Agrupación parroquial	
Canchas de básquet	
Casa comunal	
Coliseo	
De entretenimiento	
Estadio	
Lugares para eventos públicos	
Mercado	
Parques recreativos	
Piscina	
Otros (especifique)	



Escuela Superior Politécnica del Litoral
JAIRO RICHARDO
CHAVEZ RICHARDO -
1401914492

Tutor

Msc. Jairo Chávez

Anexo 3. Cuestionario Entrevista



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

FORMULARIO 1: ENTREVISTA

Entrevista dirigida al presidente de la junta parroquial de la parroquia "Monte Olivo" cantón Bolívar provincia del Carchi.

Objetivo:

Recolectar información detallada por medio de la aplicación de una entrevista al presidente del GAD parroquial de la parroquia Monte Olivo, que contribuya al desarrollo de una estrategia que mejore la economía de esta.

DESARROLLO ECONÓMICO

1. ¿Cuál cree usted que es la actividad económica que se ejerce con mayor frecuencia dentro de la parroquia?

La actividad económica que más se ha ejercido en estos últimos años ha sido la agricultura ya que la mayoría de los habitantes de la parroquia se dedican a esta actividad para abastecerse del alimento en tiempos de crisis económica.

2. ¿Cuál cree usted que es uno de los proyectos parroquiales que tendrá un mayor impacto a corto plazo en beneficio de la parroquia?

Uno de los proyectos de mayor impacto es el sistema de riego el cual ayudara a evitar inundaciones y cualquier tipo de accidente que se pueda presentar debido a las fuertes lluvias.

3. ¿Cuál es el número aproximado de emprendimientos que existen dentro de la parroquia?

Dentro de la parroquia se han implementado 2 emprendimientos los cuales se enfocan a mejorar la atracción de los sitios turísticos con el apoyo de la prefectura y el municipio para poder impulsar actividades que llamen la atención de visitantes.

4. ¿Cuáles son los principales cambios que se han realizado en la nueva administración parroquial?

Uno de los cambios más destacados es que se ha puesto en marcha actividades que se ha olvidado y que ahora han logrado desarrollar la economía de la localidad

BIENESTAR Y COHESIÓN SOCIAL

1. ¿Cuántas instituciones educativas existen dentro de la parroquia?

La parroquia cuenta con una sola institución educativa ya que se tiene una población baja con respecto a las personas que desean estudiar.

2. ¿Hasta qué tipo de nivel educativo cuentan dentro de la parroquia?

La única institución educativa que tiene la parroquia cuenta hasta el nivel educativo secundario ya que al terminar el ultimo nivel, los estudiantes deciden desplazarse a otra ciudad para ejercer sus estudios.

● Av. Universitaria y Antisana ● Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
● www.upec.edu.ec ● e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

3. **¿Qué aportes ha brindado la municipalidad para el mejoramiento socioeconómico de la parroquia?**
Debido a la emergencia sanitaria el municipio no ha implementado ninguna estrategia ya que se presentó grandes pérdidas económicas.
4. **¿Considera usted que las actividades culturales se deben mantener para que la parroquia pueda mejorar su economía?**
La parroquia se reconoce gracias a las actividades culturales que se realizan ya que ha generado un impacto admirador de la cultura y la calidad de gente que habita.

CAPITAL TERRITORIAL

1. **¿Existe en su parroquia sitios que puedan utilizarse como centros de hospedaje?**
Dentro de la parroquia los lugares de hospedaje son un punto de debilidad ya que existe un solo lugar para hospedarse, pero ya no se da funcionamiento debido a que no hay visitantes y no hay apoyo comunitario por parte del gobierno para poder implementar nuevos sitios de hospedaje.
2. **¿Existe en su parroquia lugares que puedan utilizarse como restaurantes?**
En la parroquia si existen lugares de acoplamiento para que puedan ser utilizados para restaurantes y otros negocios, pero como punto de debilidad es que no existe apoyo de parte del gobierno para poder implementar dichos restaurantes.
3. **¿Cómo considera usted la señalización de las vías que dirigen a los lugares turísticos de la parroquia?**
La señalización en Monte Olivo se encuentra en la entrada principal, pero para dirigirse a lugares que se encuentren dentro de la parroquia, es decir, sus lugares turísticos no se encuentran disponibles ya que es otro punto débil debido a que no existe una economía estable ni apoyo económico por parte de las autoridades.
4. **¿Con respecto a la belleza de la parroquia ¿Cuál es su grado de satisfacción? y en que cree usted que se deberá trabajar paulatinamente para una mejor atracción?**
Como presidente de la junta parroquial considero que mi grado de satisfacción es excelente ya que la parroquia es un lugar de agrado y de mucha tranquilidad por lo cual considero que para mejorar la atracción de este lugar es revivir las costumbres y tradiciones que se posee.
5. **¿Cuál es el número aproximado o exacto de lugares recreativos que existen dentro de la parroquia?**
Los lugares recreativos que existen dentro de la parroquia son 2 ya que permite que los niños y jóvenes salgan para distraerse.
6. **¿Qué lugares públicos y privados posee la parroquia?**
La parroquia cuenta con varios algunos lugares públicos y privados que permiten la distracción de la población en general como para hacer deportes y reuniones familiares como comunales y dentro de estos parámetros existen las canchas de fútbol y básquet, agrupación parroquial, casa comunal, coliseo, estadio, y parques recreativos.

Anexo 4. Aplicación de encuestas y entrevista en la parroquia Monte Olivo

Figura 4. Realización de encuestas a la comunidad de Monte Olivo



Figura 5. Realización de encuestas a la comunidad de Monte Olivo



Figura 6. Entrevista al presidente de la junta parroquial



Figura 7. Entrevista al presidente de la junta parroquial



Anexo 5. Abstract validado por coordinador CIDEN.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Lady Karolina Castillo Ipial y Lisseth Estefanía Martínez Imbaquingo				
DATE: 18 de abril de 2021				
TOPIC: " ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DEL TERRITORIO, PARROQUIA MONTE OLIVO, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. <input checked="" type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text <input checked="" type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input checked="" type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement. <input checked="" type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement. <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Lady Karolina Castillo Ipial y Lisseth Estefanía Martínez Imbaquingo

Fecha de recepción del abstract: 18 de abril de 2021

Fecha de entrega del informe: 18 de abril de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOANERGES
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 6. Acta de sustentación de pre defensa



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CASTILLO IPIAL LADY CAROLINA
NIVEL/PARALELO: 0

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0402032205-
PERIODO ACADÉMICO: Jun 2021-Sep 2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN: ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DE LA PARROQUIA MONTEOLIVO, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI

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

PRESIDENTE: MSC. VILLARREAL SALAZAR FERNANDO JAVIER
LECTOR: MSC. BASTIDAS GUERRON JEANETH LUCIA
ASESOR: MSC. CHÁVEZ ROSERO JAIRO RICARDO

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

EDIFICIO DE AULAS: VIRTUAL **AULA:** VIRTUAL
FECHA: lunes, 7 de junio de 2021
HORA: 14H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 4.90
2) Trabajo escrito 2.25
Nota final de PRE DEFENSA 7.15

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **lunes, 7 de junio de 2021**

FERNANDO JAVIER
VILLARREAL
SALAZAR

Firmado digitalmente por FERNANDO JAVIER
VILLARREAL SALAZAR
DN: cn=FERNANDO JAVIER VILLARREAL
SALAZAR c=EC o=BANCO CENTRAL
DEL ECUADOR ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE INFORMACION ECIBCE
Motivo: Soy el autor de este documento
Ubicación:
Fecha: 2021.06.07 15:45:05.00

MSC. VILLARREAL SALAZAR FERNANDO JAVIER

PRESIDENTE



Firmado electrónicamente por:
JAIRO RICARDO
CHAVEZ ROSERO -
0400916482

MSC. CHAVEZ ROSERO JAIRO RICARDO

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
JEANETH LUCIA
BASTIDAS
GUERRON

MSC. BASTIDAS GUERRON JEANETH LUCIA

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

