

# 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 San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi”

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

AUTORAS: Maldonado Tuquerres Jeniffer Aracely

Ramírez Maigua Yadira Mishell

TUTOR: Msc. Pérez Quiroz Roberth Patricio

Tulcán, 2021

## **CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR**

Certificamos que las estudiante Maldonado Tuquerres Jeniffer Aracely con el número de cédula 1726113721 , y Ramirez Maigua Yadira Mishell con el número de cedula 0401924956 han elaborado el trabajo de titulación: “Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, 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.

**f**

Msc. Pérez Quiroz Roberth Patricio

**TUTOR**

**f**

Msc. Quinde Sari Freddy Richard

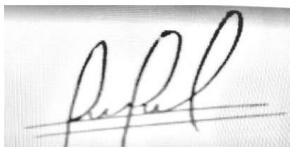
**LECTOR**

Tulcán, Septiembre del 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

Yo, Maldonado Tuquerres Jeniffer Aracely con cédula de identidad número 1726113721 y Ramírez Maigua Yadira Mishell con cedula de identidad número 0401924956 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Maldonado Tuquerres Jeniffer Aracely  
AUTORA

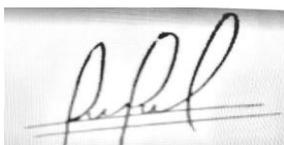


Ramírez Maigua Yadira Mishell  
AUTORA

Tulcán, Septiembre del 2021

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Maldonado Tuquerres Jeniffer Aracely y Ramírez Maigua Yadira Mishell declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, 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.



Maldonado Tuquerres Jeniffer Aracely

AUTORA



Ramírez Maigua Yadira Mishell

AUTORA

Tulcán, Septiembre del 2021

## **AGRADECIMIENTO**

En el presente informe de tesis, primeramente, agradezco a Dios por bendecirme cada momento en mi trayectoria Universitaria, gracias por hacer este sueño anhelado.

A mis padres por su amor, paciencia y sobre todo apoyo incondicional que nunca decayó, mil gracias a ustedes que con su soporte moral he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Son los mejores padres.

Agradezco a los docentes, que cada semestre fueron los principales promotores por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación profesional, de manera especial al MSc. Roberth Pérez tutor de nuestro presente informe de tesis que ha puesto el interés, paciencia y sobretodo profesionalismo a la hora de la elaboración de este trabajo

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por brindarme tantas oportunidades y de conocimiento.

**Maldonado Jeniffer**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios, por la vida a mi familia , en especial a mis padres Rosa Maigua y José Ramírez quienes me llenaron de amor y cariño cuando más lo necesite , a la universidad Politécnica Estatal del Carchi por haberme abierto sus puertas , agradezco infinitamente a los docentes y compañeros por los conocimientos que me otorgaron durante todo el tiempo en el que se convirtieron en mi segundo hogar, este proceso no ha sido sencillo pero gracias a las ganas de salir adelante y ser el orgullo de mis padres y ejemplo de mis hijos he logrado este objetivo importante de culminar mi trabajo de grado con éxito y tener mi titulación profesional.

Agradezco enormemente a los docentes que estuvieron como guías de este trabajo al MSc. Roberth Pérez como tutor gracias por compartir sus valiosos conocimientos en este trabajo.

**Ramírez Yadira**

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por los tiempos difíciles, que me han instruido a ser mejor persona y valorar las cosas que tengo.

Dedico a mis padres Wilson y Mariana que, con su paciencia, amor y apoyo incondicional, me han permitido cumplir un sueño más, por inculcarme esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades, quienes han velado por mí durante este arduo camino para convertirme en una profesional.

A mi hijo Cristiancito por ser paciente, durante todo el tiempo que estuve alejada de él, por compartir conmigo su amor y sobre todo entender que todo lo que hago es por nuestro futuro.

A toda mi familia por su cariño, durante todo este proceso, por estar pendientes de mí, por los consejos que día a día me ayudan a mejorar hicieron de mí una persona responsable y sobre todo llena de valores.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis hermanos, por siempre extender su mano cuando más lo necesito y por el amor brindado, mil gracias.

## **DEDICATORIA**

En primer lugar dedico este trabajo a Dios por haberme dado salud, vida y permitirme haber llegado a culminar este proceso en la vida profesional. A mis padres por forjarme como la persona que soy actualmente, muchos de mis logros se los debo a ustedes, quienes me han apoyado incondicionalmente en la parte moral y en la parte económica para hacer realidad este sueño de ser profesional. A mis hijos quienes han sido la fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y luchar por un futuro mejor.

A mis hermanos y demás familia quienes con sus palabras de aliento no permitieron que decaiga para seguir adelante siempre con perseverancia para que logre cumplir con mis objetivos. A mi esposo a quien amo y le agradezco por estar a mi lado en todo momento y por darme su amor cada día lo cual me motiva para cumplir con todo lo que me proponga.

A mis compañeros, a los docentes quienes me compartieron su conocimiento sin esperar nada a cambio, dedico este trabajo a todas estas personas quienes estuvieron a mi lado durante todo este tiempo compartiendo alegrías, tristezas y brindándome apoyo para lograr que este sueño se haga realidad.

## ÍNDICE

I. PROBLEMA .....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	18
1.4.1. Objetivo General.....	18
1.4.2. Objetivos Específicos .....	19
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	20
2.1. El capital territorial y desarrollo económico local.....	20
2.2. La ubicación geográfica y el capital territorial .....	21
2.3. Posicionamiento del territorio y marketing territorial .....	21
2.4. Caracterización del territorio .....	23
2.5. La riqueza de los recursos naturales como parte del capital territorial .....	24
2.6. Infraestructura y capital territorial .....	25
2.7. El marketing territorial como estrategia de promoción del desarrollo económico.....	26
III. METODOLOGÍA.....	28
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	28
3.1.1. Enfoque.....	28
3.1.2. Tipo de Investigación .....	28
3.2. IDEA A DEFENDER.....	29
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	29
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	30
3.4.1. Análisis Estadístico.....	30
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32

4.1. RESULTADOS.....	32
4.1.1. Ubicación geográfica.....	32
4.1.2. Posicionamiento del territorio .....	33
4.1.3. Imagen Territorial.....	37
4.1.4. Caracterización del territorio .....	40
4.1.5. Riqueza de los recursos naturales.....	44
4.1.5. Infraestructura.....	51
4.2. DISCUSIÓN .....	55
4.2.1. COMPORTAMIENTO DEL CAPITAL TERRITORIAL EN LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR .....	55
4.2.1.1. La importancia de la ubicación geográfica de la parroquia San Vicente de Pusir para el desarrollo económico de la misma .....	55
4.2.1.2. El posicionamiento como parte esencial del capital territorial de San Vicente de Pusir .....	56
4.2.1.3. Caracterización del territorio de la parroquia San Vicente de Pusir.....	57
4.2.1.4. La riqueza de los recursos naturales y el capital territorial .....	58
4.2.1.4. Infraestructura de la parroquia San Vicente de Pusir .....	58
V. ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DEL TERRITORIO DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI.....	60
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	65
5.1. ....	65
5.2. RECOMENDACIONES.....	66
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
VIII. ANEXOS .....	70

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	26
Tabla 2: Matriz análisis FODA.....	56
Tabla 3: Matriz de marco lógico.....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Vías de fácil acceso.....	29
Figura 2: Predominan las áreas de cultivadas.....	30
Figura 3: Reconocimiento de la parroquia por sus tradiciones y costumbres.....	31
Figura 4: Reconocimiento de la parroquia por la gentileza de su gente.....	32
Figura 5: Representatividad de la gastronomía.....	33
Figura 6: Representatividad de los lugares turísticos.....	33
Figura 7: Nivel de aceptación de la parroquia.....	34
Figura 8: Afluencia de visitantes.....	35
Figura 9: Visitas de los turistas.....	36
Figura 10: Reconocimiento de la parroquia.....	36
Figura 11: Territorio apropiado para la producción agrícola.....	37
Figura 12: Disponibilidad de tierra para la producción agrícola.....	38
Figura 13: Territorio apropiado para la ganadería.....	39
Figura 14: Disponibilidad de tierra para el desarrollo de la ganadería.....	39
Figura 15: Territorio apropiado para el desarrollo de otras actividades.....	40
Figura 16: Disponibilidad de recursos para el desarrollo de otras actividades.....	41
Figura 17: Biodiversidad de flora de la parroquia.....	42
Figura 18: Biodiversidad de fauna de la parroquia.....	43
Figura 19: Interacción entre el hombre y la naturaleza.....	43
Figura 20: El suelo posee características positivas para la región.....	44
Figura 21: Clima de la parroquia.....	45
Figura 22: Interés por el medio ambiente.....	45

Figura 23: Lugares turísticos de la parroquia.....	46
Figura 24: Facilidad de transporte.....	47
Figura 25: Facilidad de transporte dentro de la parroquia.....	48
Figura 26: Estado de las calles y carreteras.....	49
Figura 27: Disponibilidad de internet.....	50
Figura 28: Disponibilidad de telefonía móvil.....	50

### **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación.....	70
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas .....	72
Anexo 3: ... ..	74

## RESUMEN

La presente investigación denominada “Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi” tiene como finalidad realizar un diagnóstico situacional de las características que tiene el sector en base al capital territorial, a fin de establecer una estrategia de promoción económica; para ello se llevó a cabo un estudio bibliográfico, exploratorio y descriptivo, recopilando información tanto de fuentes primarias como secundarias, a los habitantes de la parroquia a quienes se les aplicó técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista. Estos resultados se muestran en gráficos estadísticos con su respectivo análisis; Se destaca hallazgos significativos en base a dimensiones establecidas para el factor capital territorial como ubicación geográfica, posicionamiento y caracterización del territorio, riqueza de los recursos naturales e infraestructura. La investigación permitió además conocer productos como el aguacate y mango que se constituyen en importantes y determinantes al momento de ser parte en la formulación de estrategias de promoción económica de la parroquia, el aporte de una matriz FODA permitió realizar un análisis de todos los elementos involucrados a fin de establecer indicadores necesarios que lleva a desarrollar la estrategia planteada.

**Palabras clave:** Capital territorial, estrategia, promoción económica.

## **ABSTRACT**

The present investigation called "Strategy for the promotion of the economy of the territory, of the San Vicente de Pusir parish, Bolívar Canton, Carchi Province" aims to carry out a situational diagnosis of the characteristics of the sector based on territorial capital , in order to establish an economic promotion strategy; For this, a bibliographic, exploratory and descriptive study was carried out, collecting information from both primary and secondary sources, to the inhabitants of the parish to whom research techniques such as the survey and the interview were applied. These results are shown in statistical graphs with their respective analysis; Significant findings are highlighted based on the dimensions established for the territorial capital factor such as Geographic Location, Positioning and Characterization of the territory, Wealth of natural resources and Infrastructure. The research also allowed us to know products such as avocado and mango that are important and decisive at the time of being part of the formulation of economic promotion strategies of the parish, the contribution of a SWOT matrix allowed to carry out an analysis of all the elements involved in order to of establishing necessary indicators that leads to developing the proposed strategy

**Keywords:** Territorial capital, strategy, economic promotion.

## INTRODUCCIÓN

La parroquia San Vicente de Pusir perteneciente al cantón Bolívar, provincia del Carchi es reconocida por ser una zona agrícola, en especial existe producción de aguacate y mango; debido a las escasas estrategias que permitan el aprovechamiento de las potencialidades que tiene la parroquia. existen muchas problemáticas económicas que dificultan su crecimiento económico – productivo

“Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi” es una investigación que tiene como finalidad mostrar resultados que permita reconocer la situación actual de la parroquia basándose en las dimensiones del capital territorial; con el propósito de que se puedan establecer estrategias para resolver las dificultades encontradas; además la investigación aporta un diagnóstico que colabora con la toma de decisiones.

Es así que el presente trabajo cuenta con una estructura general que consta de 8 capítulos, en el capítulo I se describen las principales problemáticas encontradas en el desarrollo económico enfocándose en el capital territorial de San Vicente de Pusir; en base a ello se explican las razones por las cuales llevar a cabo esta investigación, así como su importancia; de la misma manera se establecen los objetivos y las preguntas de investigación en las que se enfoca este trabajo.

El capítulo II da a conocer la fundamentación teórica que se usó como base para el desarrollo de la investigación; el capítulo III muestra la metodología aplicada, se consideró un enfoque cualitativo debido a que fue de utilidad para conocer las percepciones de la población de la parroquia; además, se hizo uso de la investigación bibliográfica, exploratoria y descriptiva para la búsqueda e interpretación de información tanto primaria como secundaria; la operacionalización de variables se basa en el capital territorial el mismo que es analizado desde la perspectiva de dimensiones e indicadores con los cuales se diseñaron instrumentos que se aplicaron a 30 habitantes de San Vicente de Pusir que fueron seleccionados como muestra por conveniencia a efecto de las dificultades que generó la pandemia COVID – 19.

En el capítulo IV se presentan los resultados a través de gráficos estadísticos con su respectivo análisis, de esta manera se pudo establecer una discusión en contraste con los antecedentes planteados tomando en cuenta los principales hallazgos; el capítulo V presenta

la estrategia propuesta en este trabajo, principalmente basándose en los resultados de una matriz FODA obtenida del análisis diagnóstico de la parroquia además de los elementos establecidos en la matriz de marco lógico.

En el capítulo VI se presenta las conclusiones y las recomendaciones a las que se pudo llegar a través del desarrollo de este trabajo; finalmente en los capítulos VII y VIII se detalla la bibliografía que sustenta todo el trabajo realizado y los anexos necesarios para apoyar la información presentada en este documento.

## I. PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador desde años anteriores se ha tomado en consideración al desarrollo económico local como estrategia para el alcance de metas como la calidad y el aumento del nivel de vida de los habitantes, por supuesto, “este proceso tiene un extenso camino por recorrer, debido a la presencia de indicadores socioeconómicos en cifras negativas en diversos cantones del territorio nacional” (Proaño, Quiñonez, Molina y Mejía, 2019, p.82). Estos aspectos negativos se ven reflejados por las inadecuadas políticas económicas implementadas por los gobiernos de turno. Para Fraga y Moreno (2015, como se citó en Alvarado, Ullauri y Benítez, 2020) “el comportamiento del crecimiento económico y el saldo de la balanza comercial es el resultado del dinamismo y movimiento que se le da a las exportaciones”; este dinamismo económico es consecuencia además de las estrategias aplicadas en el territorio, las cuales se basan en el crecimiento dado en producción de calidad y el aprovechamiento de las potencialidades que tiene la región o país; en el caso de Ecuador muchas de estas potencialidades no han sido aprovechadas adecuadamente.

Además, para lograr un desarrollo económico a nivel del país, se necesita de un esfuerzo conjunto de las provincias, cantones y por supuesto de las parroquias, de acuerdo con Cuervo (2015), el desarrollo económico se logra a través de una estrategia que se debe adoptar para promocionar los territorios como tal, esta es el uso del marketing territorial, al adoptarla permite a los territorios vender una imagen en base a las principales potencialidades. Tal es el caso de San Vicente de Pusir, parroquia perteneciente al cantón Bolívar – provincia del Carchi; la actividad económica productiva de este sector se basa principalmente en lo relacionado a la producción de aguacate, pimiento, cítricos, ají, ganadería, entre otros (PDOT, 2015); es decir que tiene muchas potencialidades en el sector económico – productivo, además se destaca como un lugar turístico con una gran variedad de flora y fauna.

No obstante, sus habitantes no han podido explotar el potencial que tiene la parroquia para el crecimiento económico sustentable, esto debido a las escasas estrategias de promoción económica que no han aprovechado las potencialidades que tiene la parroquia, y que por consecuencia se ha limitado el desarrollo del capital territorial de San Vicente de Pusir. la presente investigación tiene la finalidad de sacar provecho a las potencialidades que presenta la

parroquia, además, de poder establecer estrategias que permitan implementar un desarrollo sostenible y promoción económica de la zona de estudio.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Las inadecuadas estrategias de promoción económica de la parroquia San Vicente de Pusir impiden el desarrollo sostenible del territorio?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La importancia de implementar estrategias para la promoción del desarrollo económico radica en el crecimiento sustentable aprovechando las potencialidades de la zona; el desarrollo económico “ha encontrado espacios para la adecuación y reproducción de sus capacidades y prácticas productivas y distributivas, al mismo tiempo que una serie de amenazas y limitantes en función de las transformaciones productivas, institucionales y de explotación de los territorios” (Hernández y Julián, 2016, p.10). Para lograr el planteamiento y ejecución de dichas estrategias se debe comprender la situación actual del sector.

El trabajo de investigación permite tener un panorama más completo sobre el contexto de la parroquia San Vicente de Pusir con respecto a las diferentes actividades económico – productivas que llevan a cabo sus habitantes, de esta manera reconocer las falencias y potencialidades que tienen para poder plantearse metas a corto y largo plazo en cuanto a la promoción económica.

Por supuesto, este trabajo proporciona un diagnóstico que contribuye al objetivo 5 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, con el que se pretende “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”. Para que se puedan tomar medidas correctivas por parte de las entidades gubernamentales, de esta manera enfocar a la parroquia al desarrollo económico que permita un mayor nivel de vida y una promoción de este crecimiento.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Diseñar una estrategia para la promoción de la economía de la Parroquia de San Vicente de Pusir- Cantón Bolívar.

#### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente al capital territorial como variable de estudio para dar sustento a la investigación.
- Identificar las potencialidades en relación al capital territorial de la parroquia San Vicente de Pusir.
- Construir la estrategia que permita la promoción económica de la parroquia San Vicente de Pusir.

#### 1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las principales teorías que sustentan la investigación?
- ¿Cuáles las potencialidades en relación al capital territorial de la parroquia San Vicente de Pusir?
- ¿Cuál es la estrategia de marketing territorial que permitirá la promoción económica de la parroquia San Vicente de Pusir?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. El capital territorial y desarrollo económico local

En América Latina el desarrollo económico local (DEL), “es un enfoque que ha surgido acorde a los problemas coyunturales económicos y sociales que se han presentado recientemente en los diferentes países; pues, estas dificultades se han incrementado de acuerdo a diversos factores” (Proaño et al., 2019, p.85); estos elementos negativos pueden darse por los cambios en el mercado laboral, las escasas ventajas competitivas, el incremento de la economía informal y las inadecuadas políticas descentralizadas por parte de los gobiernos de turno; “estas características han hecho como consecuencia la necesidad de fomentar un nuevo tipo de desarrollo económico enfocado en el crecimiento endógeno” (Quispe, Ayaviri y Maldonado, 2018, como se citó en Proaño et al., 2019); es decir, que se está desarrollando una generación de competitividad y un cambio estructural enfocado al ámbito territorial encaminado al bienestar de la sociedad local.

Por otro lado, el enfoque territorial “se configura a partir de la articulación de debates en la economía (desarrollo endógeno, economía local, neoinstitucionalismo) y en la sociología (papel de los actores sociales, las relaciones entre ellos y las características del medio social e institucional en que interactúan)” (Pérez, 2016, como se citó en Fernández, Fernández y Soloaga, 2019, p.15); estas discusiones con sus aciertos y desaciertos conducen a un desarrollo territorial definido como un proceso de transformación de las instituciones y de la producción de un espacio, con el fin de generar estabilidad social y una economía sustentable. En base a esto se puede evaluar al desarrollo territorial con conceptos metodológicos como la sostenibilidad socio-económica y el capital territorial; para Requejo (2007, como se citó en Trujillo, Eraso y Loaiza, 2018)

El capital territorial se entiende como el patrimonio físico e inmaterial que posee un territorio, el cual une habitantes, empresas, medio ambiente y sociedad local; se encuentra constituido por una subdivisión de capitales conjuntos que generan redes de interconexión que fortalecen las condiciones bajo las cuales se desarrolla un territorio, y posee un funcionamiento dinámico e interdependiente al interior de su variables, recursos y actores (p.52).

Adicionalmente dentro de este enfoque, se incorpora dentro de la compleja esfera económica elementos tangibles e intangibles denominado capital territorial; dentro de estos se incluyen factores como: “productivos físicos y de infraestructura, y los que consideran la dimensión humana, el conocimiento local y especializado, la conducta social, la tendencia cooperativa, la formación de redes de intercambio, la capacidad de innovación, el manejo de la información y del conocimiento” (Camagni, Caragliu y Perucca, 2011, como se citó en Trujillo et al., 2018); acorde a esto, se toma en cuenta a componentes como: la ubicación geográfica, posicionamiento del territorio, caracterización del territorio, riqueza de los recursos naturales e infraestructura.

## **2.2. La ubicación geográfica y el capital territorial**

El capital territorial es un concepto asociado a la idea del territorio, por ello, “la ubicación geográfica se convierte en el principal elemento a considerar en la generación de un proceso de desarrollo” (Estrada y Olivares, 2017, p.32); el Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial (CEDET, 2011) planea que el territorio no es solo un lugar físico donde se ubica una población, sino el espacio geográfico en el cual se construyen las dinámicas sociales a través de redes, instituciones y capital social. Este espacio geográfico es vital para crecimiento del capital territorial, por ello se analiza factores clave como la accesibilidad geográfica, la disponibilidad de tierras cultivables y la red vial del sector.

Para Escobar, Montoya y Moncada (2018) “es posible establecer la accesibilidad como un indicador del nivel de desarrollo de un sector, dentro del cual se pueden desprender diferentes factores de afectación como factor de uso del suelo, asequibilidad, demanda del transporte, actividad, movilidad y opciones de transporte” (p.2); por ello, se considera a la accesibilidad geográfica como uno de los aportes necesarios para el desarrollo del capital territorial. Por otra parte, el PDOT (2015) de la parroquia San Vicente de Pusir menciona que este sector tiene una disponibilidad de áreas cultivables considerable, además de contar con una red vial en un estado regular, pero que le permite desplazarse a las diferentes comunidades de la parroquia.

## **2.3. Posicionamiento del territorio y marketing territorial**

La necesidad de potenciar la economía local a través del turismo ha llevado a tomar decisiones sobre el desarrollo de estrategias de marketing de los territorios; “esto es consecuencia directa de los efectos de la globalización y tiene como resultado la mejora de la

imagen, incidiendo en el posicionamiento de países, ciudades y regiones en un contexto de absoluta competitividad a escala global” (Cruz, Ruiz y Zamarreño, 2017, p.158); en la actualidad la necesidad de diferenciación, así como la adquisición de una identidad propia, representativa y singular se han convertido en uno de los objetivos de cada región y localidad; en el caso de las parroquias que conforman el Carchi se consideran tres aspectos fundamentales dentro del posicionamiento como la identidad propia, las ventajas competitivas y la imagen territorial.

Fernández (2011, como se citó en Cruz et al., 2017) señala acertadamente que “el turismo consume identidad y patrimonio. Por ello, las transformaciones urbanas encaminadas a ofrecer mayores atractivos a los visitantes, deben tener como objetivo satisfacer primero las necesidades de los propios habitantes” (p.163), en otras palabras, la identidad de un territorio empieza por los habitantes del sector, todo cambio se genera con la intención de las personas tanto en lo social, como en lo cultural y en todos los componentes que son reconocibles por el turismo y que está netamente ligado a la esencia del sector en este caso de la parroquia San Vicente de Pusir.

Además, el crecimiento económico y su visibilidad dependen de elementos diferenciadores que permitan identificar al territorio; para Rojas y Segura (2016) indica que:

La construcción de un territorio competitivo requiere de la intervención e integración de diversos actores que inciden en el crecimiento económico de una determinada región con las costumbres, la cultura y otros elementos de orden topográfico propios del territorio, que lleva a mostrar un constructo de imagen que conduce a percepciones de valor por parte de públicos interesados en productos/servicios, marcas y en la misma región que se promociona por medio de ellos (p.34).

Para potenciar las ventajas competitivas de un territorio se requieren varios aspectos; “uno de ellos es el marketing territorial, centrado en la identidad que éste proyecta, vinculado con el grado de desarrollo de la infraestructura y logística” (Murgueitio y González, 2015, p.64); por otro lado, dentro del desarrollo local muchas de las ventajas competitivas que tienen las parroquias del Carchi enfocadas en el marketing territorial se encuentran los lugares turísticos, que son clave para generar diferenciación de los demás sectores.

En este caso el marketing territorial ha de incorporarse como uno de los rasgos de la población a modo de una imagen definida; para Cruz et al. (2017) “la planificación de marketing

debe incluir una imagen fuerte, diferente, reconocible, coherente, que posea una narrativa consistente y una idea de fuerza. Esta es la forma de implantarse en el mapa mental y emocional de las personas, del público objetivo” (p.157); por ello, es imperante conocer el nivel de aceptación que tiene esta imagen territorial, que está impregnada en aquellos turistas que visitan a la parroquia en cuestión.

#### **2.4. Caracterización del territorio**

La descripción del territorio constituye uno de los aspectos más importantes dentro del capital territorial, debido a que es un factor clave para el planeamiento estratégico en las diferentes situaciones en las que contribuye a conocer las principales dinámicas existentes en el territorio; además, este enfoque territorial permite entender que alguien o algo ejerce un control sobre el mismo basándose en un sentido de pertenencia; para Buitrago (2014, como se citó en CEPLAN, 2019) “esta apropiación, dominio o gestión de un espacio no es solo política o jurídico-administrativa, también puede ser económica, cultural o natural” (p.7); por ello y en base al PDOT (2015) se toma en consideración al sector primario como el más representativo en la parroquia San Vicente de Pusir con componentes como la agricultura, ganadería y actividades no tradicionales.

“La producción agropecuaria puede aportar de diferentes maneras al desarrollo económico sostenible; en lo social, si se producen alimentos nutritivos e inocuos a precios razonables, se generan empleos, se reducen los riesgos en la salud y la pobreza” (Rizo, Vuelta, Lorenzo, 2017, p.111); esta actividad humana tiende a combinar diferentes procedimientos para el tratamiento de la tierra con la intención de obtener productos para el consumo; de esta manera al paso de los años esta actividad se ha convertido en uno de los factores primordiales para el desarrollo económico.

En cuanto a la ganadería García (2018) menciona que “es una unidad económica de producción que combina los factores (tierra, mano de obra, etc.), mediante una determinada técnica, con el fin de producir bienes (leche, carne, huevos, etc.) que son destinados al mercado” (p.3). por esta razón, esta actividad económica es una de las bases dentro de las unidades de producción; en el caso de las parroquias pertenecientes al Carchi estas cuentan con esta actividad como una de las primordiales para su desarrollo.

## **2.5. La riqueza de los recursos naturales como parte del capital territorial**

Actualmente, los recursos naturales “son aprovechados por el ser humano para satisfacer sus necesidades de subsistencia, tales como alimentación, salud, económicas y de ocio; éstos se han convertido en una fuente de vida y desarrollo para la comunidad que habita en este lugar” (Orellana y Lalvay, 2018, p.66); por otro lado, “el concepto de desarrollo territorial es aquel enfoque multidimensional busca integrar a la mayor parte de los actores económicos, productivos, sociales, entre otros con el fin de elevar el bienestar de vida de los productores” (Retes et al., 2016, p.241); es decir, que los recursos que puede ofrecer la naturaleza es uno de los factores primordiales para el desarrollo económico – productivo, esto se debe a que las empresas, negocios o trabajos que se generen en los asentamientos humanos han dependido en su mayoría de la materia prima obtenida del medio ambiente.

“La biodiversidad constituye la base del capital natural del país para satisfacer las necesidades humanas de consumo y producción y garantizar el sustento de la vida” (Mattioli y Nozica, 2017, p.30); es así que este factor va más allá de ser manejada como una variable netamente económica, sino también como un punto intrínseco que se refiere a garantizar la existencia de los seres vivos; no obstante, sus elementos como la flora y la fauna han sido explotados para el crecimiento productivo; en cuanto al medio ambiente Rizo et al. (2017) menciona que.

Un ambiente sano y conservado suministra espacio y recursos para el sustento, es una condición básica para la salud y bienestar e incluso para generar riqueza; por el contrario, un ambiente degradado restringe las posibilidades de subsistencia, es causa de enfermedades, hace vulnerables a las personas que lo ocupan y conduce necesariamente a la pobreza (p.110).

De ahí la importancia que tiene el medio ambiente para la generación de riqueza y desarrollo económico productivo, el interés de las personas por el cuidado de éste en la actualidad ha ido aumentando por esta razón; las oportunidades que brinda la naturaleza pueden ser aprovechadas de diferentes maneras con la intención de brindar estabilidad no solo económica a la población, sino también pensando en el bienestar de los mismos.

## 2.6. Infraestructura y capital territorial

La infraestructura puede definirse como el conjunto de servicios, medios e instalaciones que permiten el desarrollo de diferentes actividades, es así, que la construcción de nuevas redes de infraestructura “agudiza las diferencias espaciales; crea directrices de colonización del territorio, confiriendo un alto valor expectante a lo que es nuevo, y, paradójicamente, hace perder valor a espacios urbanizados que han quedado en posiciones relativas de menor accesibilidad o servicio respecto al resto” (Herce, 2013, p.30); de aquí se pueden destacar las redes viales, redes hidráulicas y las telecomunicaciones como factores principales de la infraestructura.

Al estudiar al capital territorial “permite salir de la mirada sectorial y evidenciar el papel estratégico de los proyectos de infraestructura vial, así como su capacidad para estructurar el territorio y establecer un primer nivel de ordenamiento” (Rincón, 2016, p.72); la red vial es de vital importancia para cualquier sector debido a que permite el intercambio de bienes, la movilidad además del intercambio cultural; por ello, es necesario conocer el estado de este elemento para determinar la situación actual del sector de estudio.

Otro de los factores a estudiar para determinar la caracterización de cualquier población son las redes hidráulicas, para Guillén y Leyva (2015) “desde el surgimiento de la humanidad, esta se ha preocupado por encontrar agua de buena calidad y abundante para sus viviendas y tenerla a su disposición” (p.2); en una situación anterior se hacía con un traslado desde los ríos, quebradas o pozos más cercanos para obtener el líquido vital, pero con el paso de los años esto se ha ido desarrollando en redes de tuberías que se distribuyen a cada hogar; muchas de estas redes se manejan con una planta de agua potable, no obstante muchas de las comunidades no cuentan con estas plantas.

Finalmente, se toma en consideración a la disponibilidad y acceso a las telecomunicaciones, las redes de telecomunicaciones independientemente de su naturaleza han sido de vital importancia en las últimas décadas, por ello, han tenido un crecimiento sustancial en cuanto al transporte de información; “este crecimiento trajo aparejado la utilización de velocidades muy elevadas, grandes anchos de banda y una variedad importante de medios físicos de transmisión” (Valdez et al., 2018, p.278); por esta razón se considera un factor a necesario en cualquier población; es así que dentro de esta investigación se toma en cuenta a la disponibilidad al internet, telefonía móvil y fija, los medios televisivos y radiales.

## **2.7. El marketing territorial como estrategia de promoción del desarrollo económico**

Para alcanzar un desarrollo económico existen múltiples estrategias, una de estas es la estrategia de promoción; por ello, es necesario abordar este tema empezando por el marketing territorial. Para Restrepo, Rosker y Echeverry (2008) “factores como la globalización, el progreso de los mercados, las nuevas ofertas y competidores, han jugado un papel importante en el marketing territorial y en lo que se refiere a marca país, no solo en su creación sino también en su propagación” (p.15).

Son estos factores los que han generado a través de los años condiciones favorables para poder interpretar un territorio y sus características como un producto que puede promocionarse en los mercados internacionales. “El marketing territorial, se asocia con el fomento y progreso que las regiones buscan para incentivar y promocionar lo característico propio de su región, implementándose como una estrategia de desarrollo local” (Cuervo, 2015, p.17).

La promoción del desarrollo económico de un sector está relacionada con la identificación de las características económicas positivas; haciendo difusión de las marcas y/o productos o la divulgación de los acontecimientos de dicho sector que puedan influir favorablemente la opinión pública de otros sectores o países (Restrepo et al., 2008); si cualquier población no utiliza esta estrategia de marketing territorial como medio de diferenciación está perdiendo una oportunidad clave para contribuir con el crecimiento económico, productivo y social de sus habitantes. Finalmente, Cuervo (2015) menciona que “el marketing territorial debe entenderse como una estrategia de desarrollo local que se efectúa a través de un plan orientado a plasmar las acciones para la promoción económica del territorio” (p.20).

## **2.8. Promocionar el territorio desde el desarrollo de productos agrícolas**

La agricultura es una de las bases económicas de San Vicente de Pusir la cual se caracteriza por “contar con una producción agrícola diversa, debido a la variedad de pisos climáticos que posee; los principales productos que se dan en la zona son: arveja, maíz, cebada, trigo, anís, tomate y aguacates” (Rosero, 2015, p.21); siendo estos últimos los más representativos del sector; no obstante, Rosero (2015) menciona que “esta parroquia se dedica al cultivo de varias frutas en especial el mango en grandes cantidades en temporadas del año, teniendo así su mayor producción en el mes de octubre a enero” (p.4).

Para Rizo et al. (2017) “la producción agropecuaria puede aportar de diferentes maneras al desarrollo económico sostenible; en lo social, si se producen alimentos nutritivos e inocuos a precios razonables, se generan empleos, se reducen los riesgos en la salud y la pobreza” (p.111). Esto se da frente al gran potencial que tiene la fruta en mercados extranjeros como España, además, la demanda de este fruto se ve por la necesidad de consumir pulpa de mango y siendo San Vicente de Pusir un sector perfecto en cuanto a clima y tierra para la producción de un mango de calidad; esto ayudará a contribuir a la economía de los pequeños y medianos productores de mango en la parroquia; dinamizando así la economía de estas familias de igual manera con el plan de buen vivir, que se trata de mejorar los niveles de vida los ciudadanos (Rosero, 2015). Es decir, la idea de promocionar nace desde el aprovechamiento de la características y el aprovechamiento del mango.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque**

Dentro de esta investigación se manejó un enfoque cualitativo; para Hernández (2014) este permite el soporte teórico y el manejo de información general; se lo utilizó para la recopilación de datos como las percepciones de los habitantes de la parroquia San Vicente de Pusir y la fundamentación teórica de los diferentes componentes que sirvieron como base para el desarrollo del trabajo investigativo; además, se hizo uso de un enfoque cuantitativo el cual permitió establecer la estrategia de promoción económica con las potencialidades del sector.

##### **3.1.2. Tipo de Investigación**

Se consideró la investigación bibliográfica; este tipo de investigación “depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos a los que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar” (Cazares, 2000, como se citó en Palles, 2020); esto permitió dar sustento teórico a los componentes y dimensiones del capital territorial, además, con la información recolectada a través de diferentes documentos, libros y artículos científicos se pudo dar un acompañamiento al desarrollo de la investigación.

Se hizo uso de la investigación exploratoria, para Hernández (2014) esta “sirve para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados” (p.91); en este caso, este tipo de investigación sirvió para recopilar información general sobre los aspectos clave del trabajo investigativo, como identificar la problemática y las características con las cuales generar una estrategia de promoción económica.

También, se consideró a la investigación descriptiva, según Hernández (2014) “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92); y se utilizó para describir los componentes y dimensiones del capital

territorial, así como encontrar las fortalezas en las cuales cimentar una estrategia de promoción económica.

### 3.2. IDEA A DEFENDER

El diseño de una estrategia de promoción permite dinamizar la economía de la parroquia San Vicente de Pusir en base a las potencialidades del capital territorial.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Para Requejo (2007, como se citó en Trujillo et al., 2018) “el capital territorial se entiende como el patrimonio físico e inmaterial que posee un territorio, el cual une habitantes, empresas, medio ambiente y sociedad local” (p.52)

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

Variables	Dimensiones		Indicador	Fuente	
	Definición	Componentes			
<b>Capital territorial</b>	Ubicación geográfica	Accesibilidad geográfica	Vías de fácil acceso	PDOT y Encuesta	
		Tierras	Áreas cultivadas		PDOT y Encuesta
		Red vial	Articulación vial		
	Posicionamiento del territorio	Identidad propia	Identidad		
		Ventajas competitivas	Lugares turísticos		
		Imagen territorial	Nivel de aceptación		
	Caracterización del territorio	Agricultura	Producción	PDOT y Encuesta	
			Disponibilidad de Tierra		
			Destino de producción		
		Ganadería	Producción		
			Disponibilidad de Tierra		
			Destino de producción		
	Riqueza de los recursos naturales	Biodiversidad	No tradicionales	Cuantificación según características	
			Flora		
				Fauna	
Interacción Hombre – Naturaleza					
Factor medio ambiental		Cobertura Vegetal			
		Clima			
		Muestra de interés por el medio ambiente			
	Características del medio ambiente				
Infraestructura	Transporte	Lugares Turísticos			
		Calles	PDOT y Encuesta		
Carreteras					

Hidráulicas	Redes de Agua
Telecomunicaciones	Disponibilidad de conectividad

*Nota.* Esta tabla presenta las dimensiones del capital territorial enfocadas en la parroquia San Vicente de Pusir.

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Se hizo uso del método inductivo, este consiste en la generalización de hechos, prácticas, situaciones y costumbres observadas a partir de casos particulares. Tiene la ventaja de impulsar al investigador y ponerlo en contacto con el sujeto investigado u objeto de investigación; el camino va de la pluralidad de objetos a la unidad de conceptos (Tena y Rivas, 1995); es decir que se hizo un análisis que va de lo particular a lo general; la información recolectada por medio de fuentes primarias y secundarias sobre las características potenciales que tiene la parroquia San Vicente de Pusir en base al capital territorial contribuyeron para el establecimiento de estrategias de promoción económica.

Además, se hizo uso del método analítico – sintético; el análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación; mientras que la síntesis es un proceso de desarticulación práctica o mental del todo en sus partes y de reunificación del todo (Hernández, 2014); en el caso del presente trabajo investigativo se realizó un estudio de los componentes y dimensiones que posee el capital territorial en relación a las características de la parroquia San Vicente de Pusir para luego establecer las fortalezas que permitan el desarrollo de las estrategias para la promoción de la económica del sector de estudio.

#### 3.4.1. Análisis Estadístico

##### **Población y muestra**

La población de la parroquia San Vicente de Pusir es aproximadamente de 2.208 personas económicamente activas; además, existen 8 servidores públicos y un total de 15 personas emprendedoras que tienen negocios propios, para efectos de tomar la muestra se consideró un muestreo por conveniencia tomando en cuenta a personas líderes de la parroquia San Vicente de Pusir dando una muestra total de 30, cabe recalcar que esta opción fue considerada debido a la compleja situación que se originó por la Pandemia a nivel mundial del COVID-19.

## **Técnicas e instrumentos**

### **Encuesta**

Este instrumento de investigación permitirá la recopilación de datos e información por medio de la aplicación de un cuestionario diseñado para los investigadores a la muestra considerada para el estudio, de los datos obtenidos de la aplicación de este instrumento se pudo analizar las necesidades, deseos y características de los individuos o pobladores.

### **Entrevista**

Esta técnica nos permitió entablar un dialogo con los actores sociales de la parroquia sobre el caso de estudio con lo que se obtuvo información importante a través de sus respuestas. Se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas.

### **Procesamiento y análisis de datos**

Se inició con el levantamiento de información a través de los instrumentos aplicados a la muestra determinada para efectos de este estudio en la parroquia San Vicente de Pusir, con el fin de recabar información relevante acerca de las características del sector en base al capital territorial con la intención de establecer una estrategia de promoción económica.

Una vez obtenida la información, se procedió a tabular los datos en el software estadístico SPSS con lo que se obtuvo gráficos estadísticos con información representativa de acuerdo al criterio de los investigadores su posterior análisis, se utilizó además Microsoft Excel y Microsoft Word. De los datos encontrados se procedió a la construcción de la matriz FODA donde se destaca información relevante sobre la cual se cimienta el planteamiento y construcción de la estrategia de promoción.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

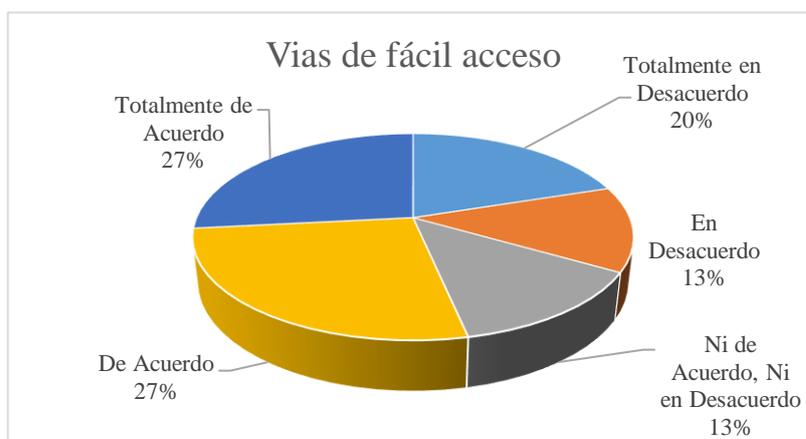
En este apartado se detallan los principales resultados obtenidos para el capital territorial en base a la información proporcionada por la población de estudio. Esta información se encuentra organizada desde las cinco dimensiones planteadas con anterioridad que son: ubicación geográfica, posicionamiento del territorio, caracterización del territorio, riqueza de los recursos naturales e infraestructura.

#### 4.1.1. Ubicación geográfica

La ubicación de la parroquia San Vicente de Pusir es valiosa y estratégica debido a su cercanía a la vía Panamericana conectándola con ciudades clave como Ibarra y Tulcán; por ello, esta particularidad conforma una situación positiva en cuanto al capital territorial debido a que se puede afirmar que la parroquia cuenta con vías de fácil acceso.

**Figura 1**

*Vías de fácil acceso*



*Nota.* En este gráfico se muestran las opiniones de los habitantes de la parroquia en cuanto a las vías de acceso

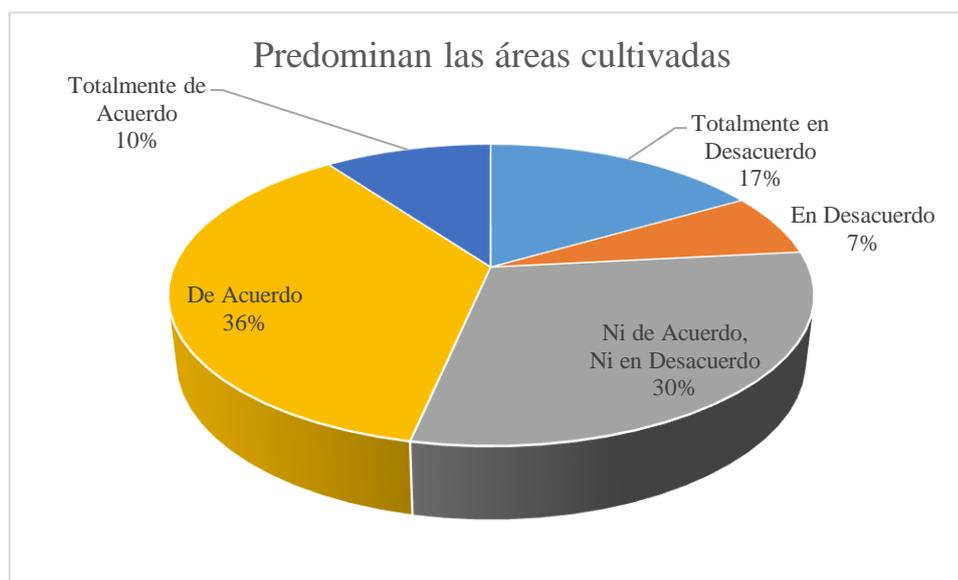
#### **Análisis:**

En base a los resultados de la figura 1, la población de estudio considera que San Vicente de Pusir tiene vías de fácil acceso, esto concuerda con la información existente en el PDOT que indica la presencia de la Panamericana como principal vía de conexión con las ciudades de Tulcán e Ibarra.

En cuanto a la red vial, la cabecera parroquial tiene una articulación adecuada con conexión a la vía Panamericana, internamente “dentro de las vías principales están: Chota –San Vicente; Chota - Tumbatu, San Vicente – Tumbatu, Tumbatu-Pusir; Pusir – Piquiucho, Puente peatonal Pusir- Carpuela, Tumbatu - El Tambo y San Vicente – Yascón”. Cabe recalcar que muchas de las vías internas son provisionales debido a las épocas de lluvia que impiden que las carreteras no asfaltadas muchos daños.

**Figura 2**

*Predominan las áreas cultivadas*



*Nota.* Aquí se muestra la opinión de los habitantes de la parroquia acerca de las áreas cultivadas.

### **Análisis:**

La figura 2 muestra que en San Vicente de Pusir predominan las áreas cultivadas, de acuerdo con el PDOT, la parroquia cuenta con una superficie cultivada de 4313,54 Ha, que corresponden a los principales productos agropecuarios. De forma detallada se conoce que existen 36 Ha de aguacate, 1638 Ha de frejol y 117Ha de caña de azúcar.

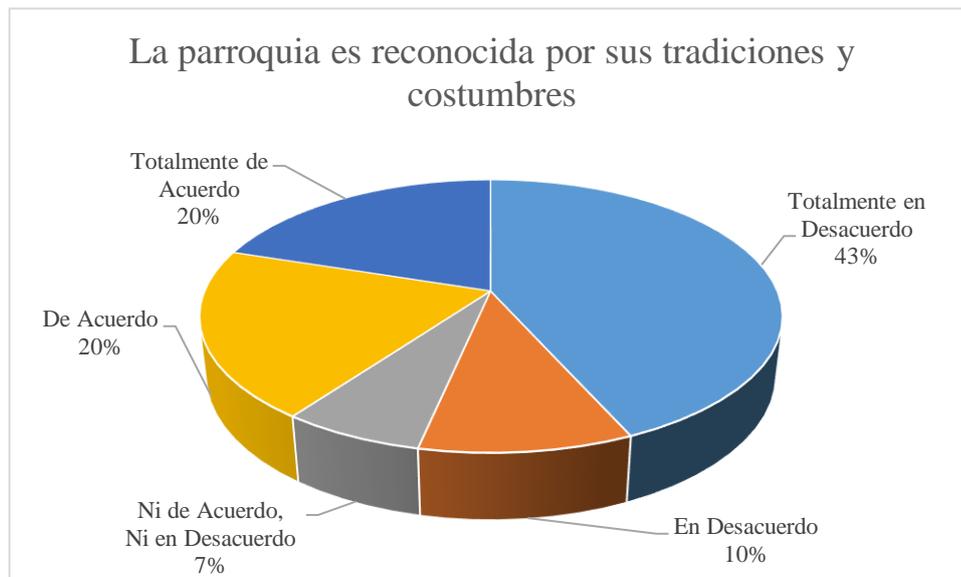
#### **4.1.2. Posicionamiento del territorio**

La dimensión de posicionamiento del territorio contiene información de los siguientes componentes: identidad propia, ventajas competitivas e imagen territorial. En este aspecto se habla de que se posiciona un territorio, tanto la tangible como lo intangible por sus atributos, riqueza cultural y natural (Cuervo, 2015). Es decir que la intención es competir con otros

territorios; en ese sentido se analiza la identidad propia como el contenido social, como protagonista de la vida y la cotidianidad, e involucrado en el espacio, el paisaje y la cultura, buscando en los espacios elementos de identidad que le signifiquen y tejan los lazos de apropiación y pertenencia (Reyes, 2020). Con el fin de conservar y generar reconocimiento a través de las prácticas tradicionales y el turismo.

**Figura 3**

*Reconocimiento de la parroquia por sus tradiciones y costumbres*



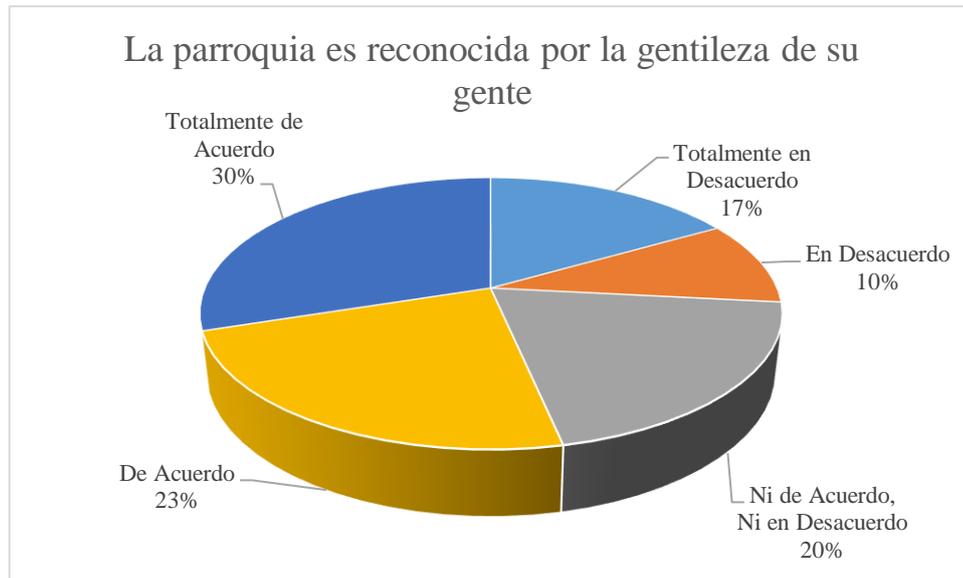
*Nota.* La figura muestra la opinión de los habitantes de la parroquia sobre el reconocimiento de sus tradiciones y costumbres por parte de los visitantes.

### **Análisis:**

En la figura 3 se muestra que San Vicente de Pusir tiene múltiples tradiciones y costumbres, entre ellas destacan las fiestas religiosas y las de parroquialización. Sin embargo, la mayoría de la población considera que la parroquia no es reconocida por sus tradiciones y costumbres, lo que resulta negativo para el posicionamiento del territorio. De acuerdo con el PDOT la identidad cultural de la parroquia se está perdiendo por lo que resulta necesaria la adopción de medidas que permitan fortalecer este importante componente.

**Figura 4**

*Reconocimiento de la parroquia por la gentileza de su gente*



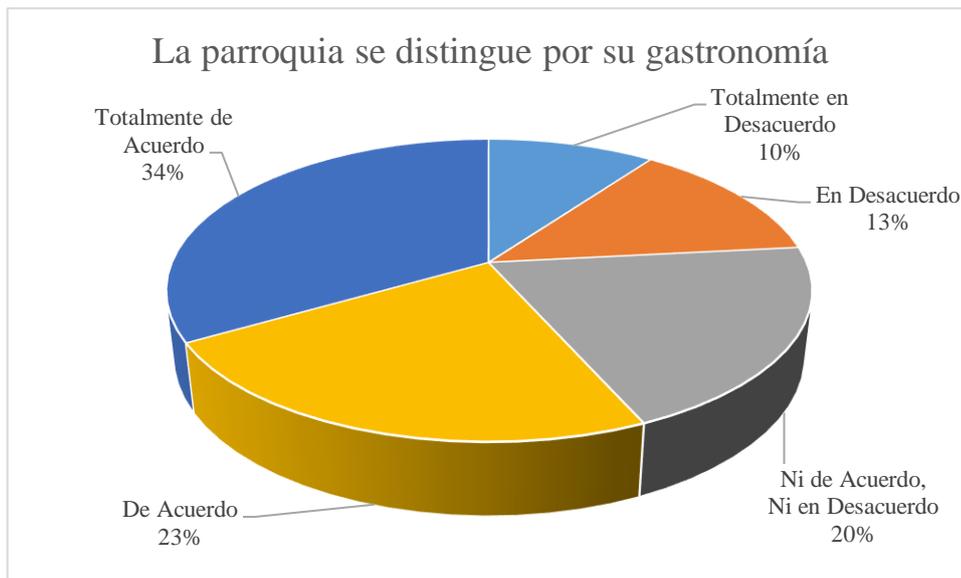
*Nota.* La figura muestra la opinión de los habitantes de la parroquia sobre el reconocimiento por la gentileza de su gente por parte de los visitantes.

**Análisis:**

La figura 4 muestra un aspecto positivo que fortalece la identidad propia es el reconocimiento de la parroquia por la gentileza de su gente, lo cual permite generar un ambiente de confianza para quienes la visitan. En base al PDOT, este resultado parte de la existencia de los valores como parte esencial de la identidad de las personas que habitan en la parroquia, entre los que destaca la amabilidad (Andrade y Lloré, 2018).

**Figura 5**

*Representatividad de la gastronomía*



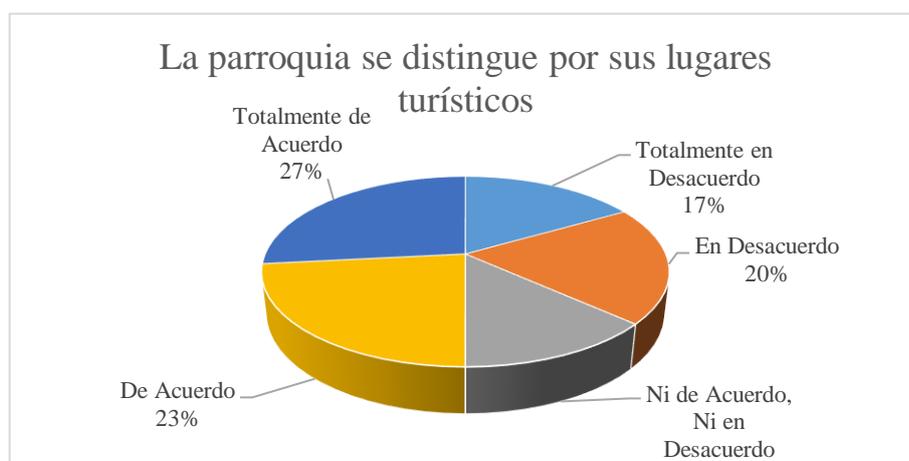
*Nota.* Esta figura presenta la opinión de los habitantes de la parroquia sobre la representatividad que tiene su gastronomía frente a otros sectores.

**Análisis:**

En primera instancia se puede apreciar en la figura 5 que la parroquia se distingue por su gastronomía, se presenta diversidad de platos exquisitos elaborados con frejol y aguacate los cuales representan un potencial futuro para este sector (Andrade y Lloré, 2018).

**Figura 6**

*Representatividad de los lugares turísticos*



*Nota.* Esta figura presenta la opinión de los habitantes de la parroquia sobre la representatividad que tiene sus lugares turísticos frente a otros sectores.

## Análisis:

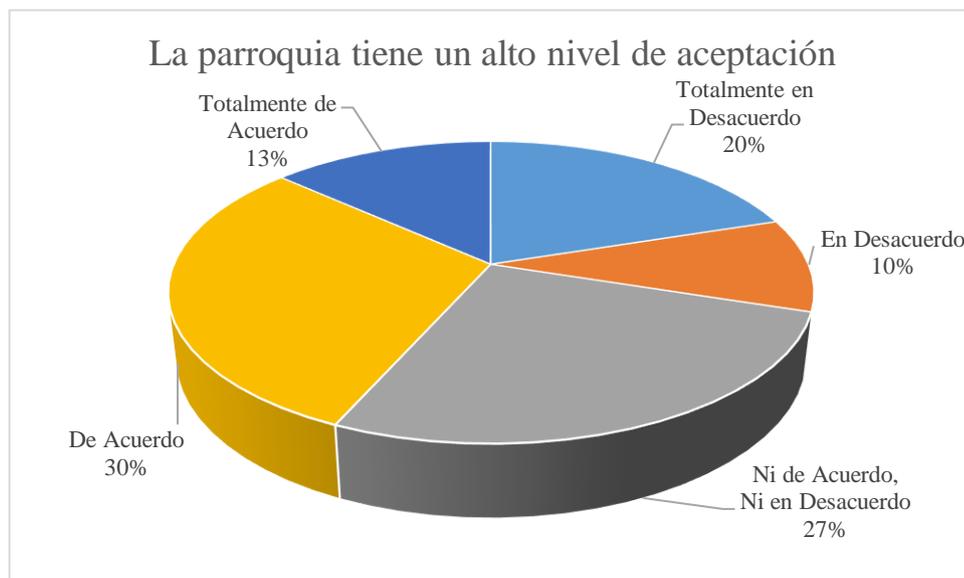
San Vicente de Pusir tiene ventajas competitivas en comparación con otras parroquias a nivel de sitios turísticos que no han sido aprovechados como tales, la figura 6 muestra que la población posee ejes culturales tanto en su cabecera parroquial como en sus distintas comunidades; en este caso se encuentran senderos, el río Chota y un sin número de cultura gastronómica y tradición, todo esto bajo una construcción turística diferenciadora con el slogan “El turismo lo pones tú”. De acuerdo con Andrade y Lloré (2018), en San Vicente de Pusir existen, “múltiples lugares turísticos en su cabecera cantonal y también en sus comunidades aledañas”, que a pesar de no ser grandes franquicias permiten a sus visitantes tener una experiencia única.

### 4.1.3. Imagen Territorial

Finalmente, se toma en cuenta a la imagen territorial como un componente esencial del posicionamiento del territorio, en cuanto a la parroquia objeto de estudio se considera aspectos como el nivel de aceptación, la afluencia de visitantes y el reconocimiento; la propia cultura moldea la imagen y reputación territorios, así como su historia y su localización geográfica (Hart y Stachow, 2010). Sobre estos aspectos se puede apreciar que la parroquia tiene un nivel de aceptación elevado debido a sus factores turísticos, gastronómicos y culturales.

**Figura 7**

*Nivel de aceptación de la parroquia*



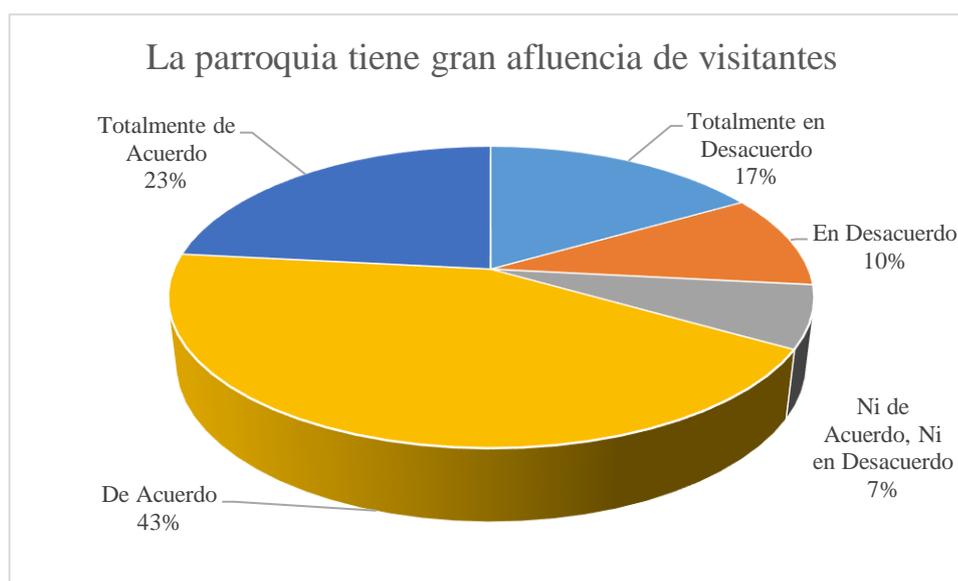
*Nota.* Esta figura muestra la opinión de los habitantes de la parroquia sobre el nivel de aceptación que tiene la misma.

### **Análisis:**

Para comprender la imagen territorial de la parroquia se comienza por conocer su nivel de aceptación, en base a la figura 7 se puede apreciar que un porcentaje considerable indica que existen un alto nivel de aceptación, esto debido en gran parte a la gentileza y amabilidad que caracteriza a los pobladores de la zona (Andrade y Lloré, 2018).

### **Figura 8**

*Afluencia de visitantes*



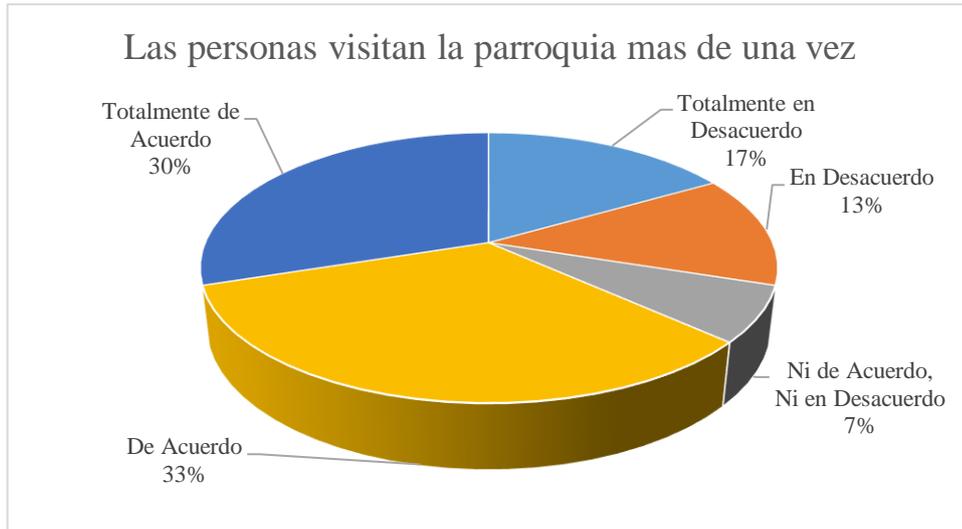
*Nota.* Esta figura muestra la opinión de los habitantes de la parroquia sobre la afluencia de visitantes.

### **Análisis:**

Un elemento clave para comprender la imagen territorial es conocer la afluencia de visitantes, en ese sentido como se indica en la figura 8 la población de estudio está de acuerdo en que la parroquia tiene gran afluencia de visitantes, “esta afluencia se da por diversas razones entre las que destacan el turismo y la gastronomía” (Andrade y Lloré, 2018).

**Figura 9**

*Visitas de los turistas*



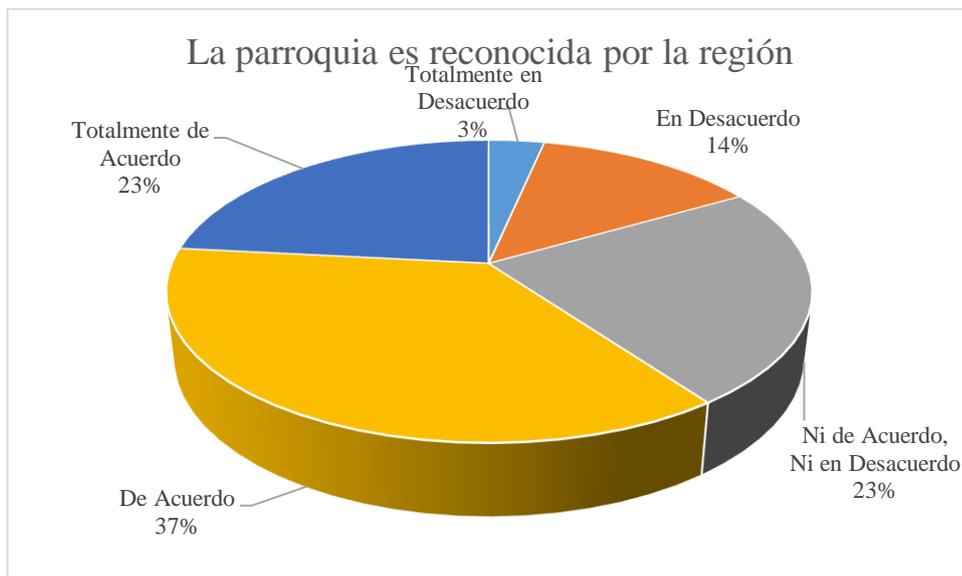
*Nota.* La figura muestra si las personas visitan a la parroquia más de una vez.

**Análisis:**

Según los resultados que se muestran en la figura 9, las personas visitan la parroquia más de una vez porque “San Vicente se presenta como lo que es, un poblado sin delincuencia, que permite caminar libremente por sus calles y que brinda la oportunidad de entender la perspectiva de tranquilidad que todos necesitan vivir” (Andrade y Lloré, 2018).

**Figura 10**

*Reconocimiento de la parroquia*



*Nota.* Esta figura muestra el nivel de reconocimiento de la parroquia por la región.

### **Análisis:**

La figura 10 muestra que un factor positivo con respecto a la imagen territorial es el reconocimiento de la parroquia, esto debido a la infraestructura en general de la ciudad, la gentileza de su gente, pero sobre todo por el aguacate que “en los últimos años ha convertido a San Vicente en la capital del aguacate del Ecuador” (Andrade y Lloré, 2018).

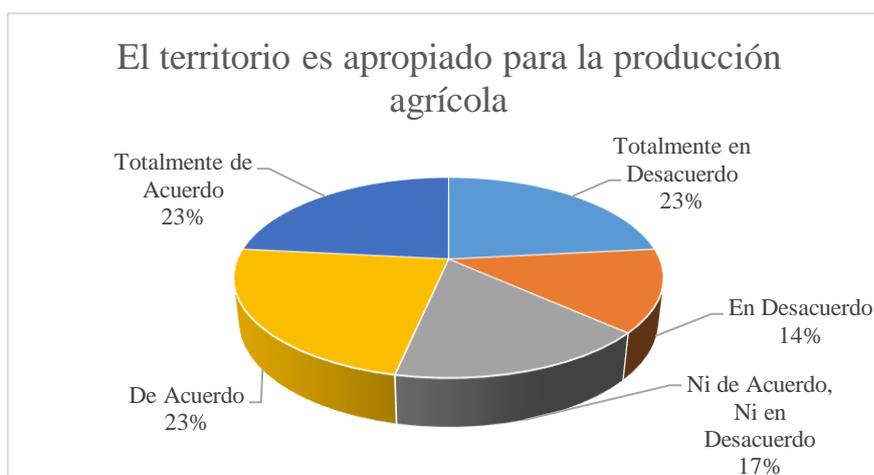
#### **4.1.4. Caracterización del territorio**

La parroquia San Vicente de Pusir tiene características propias para el desarrollo de varias actividades principalmente relacionadas con la producción frutas y verduras, ganadería, entre otros. La producción de estas actividades está relacionada principalmente a la venta y en segundo lugar al autoconsumo de los pobladores del sector.

La agricultura es una de las bases económicas de San Vicente de Pusir la cual se caracteriza por “contar con una producción agrícola diversa, debido a la variedad de pisos climáticos que posee; los principales productos que se dan en la zona son: arveja, maíz, cebada, trigo, anís, tomate y aguacates” (Rosero, 2015, p.21). Es así que los habitantes de esta parroquia le sacan provecho a las particularidades geográficas que les permite desarrollar una variedad de productos de calidad, por lo que actualmente se desarrollan proyectos para aprovechar al máximo la disponibilidad de tierras para el cultivo como se muestra en el siguiente gráfico.

**Figura 11**

*Territorio apropiado para la producción agrícola*



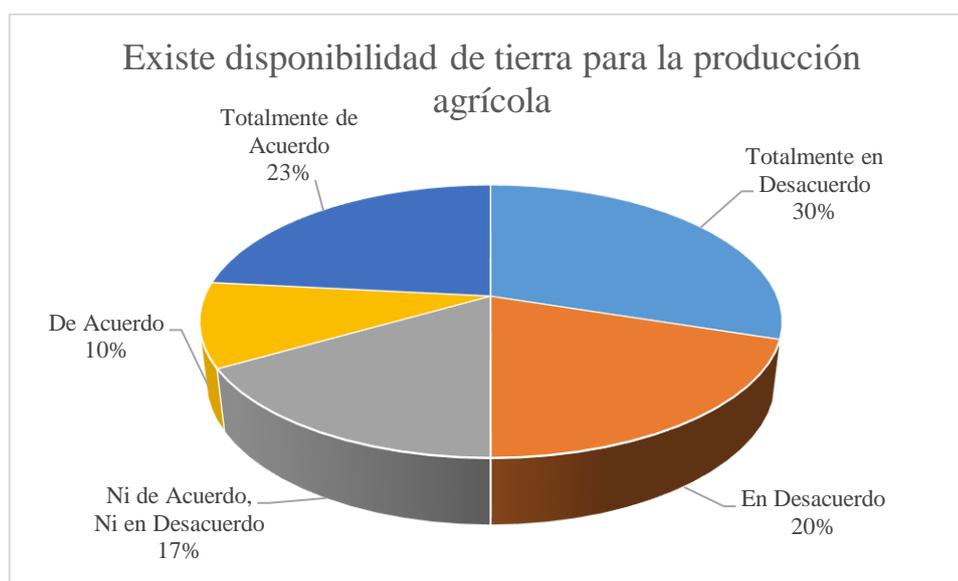
*Nota.* La figura muestra la opinión de los habitantes de la parroquia sobre si el territorio es apropiado para la producción agrícola.

### **Análisis:**

La agricultura y la ganadería se presentan como uno de los principales pilares de la economía de la parroquia pues el 66.90% de la población económicamente activa se dedica a estas actividades. En base a los resultados de la figura 11 la población muestra una tendencia y concuerda en que el territorio de la parroquia es apropiado para la producción agrícola, según información presentada por el PDOT existen 3.32 km<sup>2</sup> de extensión territorial adecuada para desarrollar agricultura y ganadería, además, indica que los principales productos desarrollados por extensión en la parroquia son: frejol, aguacate y caña de azúcar.

**Figura 12**

*Disponibilidad de tierra para la producción agrícola*



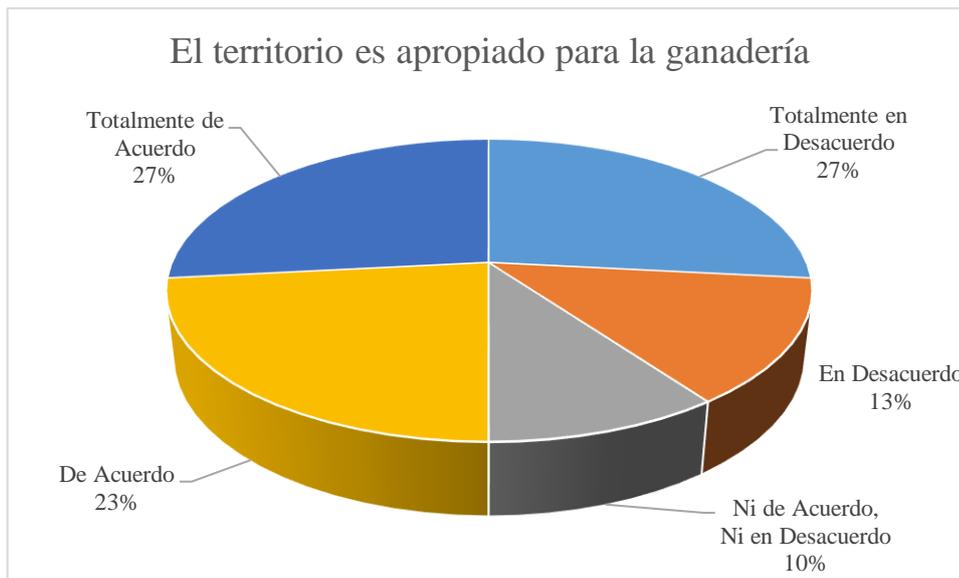
*Nota.* La figura presenta la opinión de los habitantes de la parroquia sobre la disponibilidad de tierra para la producción agrícola.

### **Análisis:**

Pese a que existe una extensión territorial adecuada para la agricultura esta representa apenas 7,77%, además se presenta otra extensión susceptible que representa 20.14 % del total de la extensión territorial, motivo por el cual la población considera que no existe disponibilidad de tierra para la producción agrícola, ya que la mayor parte del territorio no es apto para el desarrollo de esta actividad tal y como se indica en la figura 12.

**Figura 13**

*Territorio apropiado para la ganadería*



*Nota.* La figura presenta la opinión de los habitantes de la parroquia acerca del si el territorio es apropiado para la ganadería

**Análisis:**

La figura 13 muestra que la extensión de territorio adecuado para desarrollar la ganadería no es representativa pues corresponde al 7,71% de la extensión total, sin embargo, pese a su pequeña extensión los siguientes resultados indican que este territorio es apropiado para la ganadería, donde destacan ovinos, porcinos y vacunos.

**Figura 14**

*Disponibilidad de tierra para el desarrollo de la ganadería*



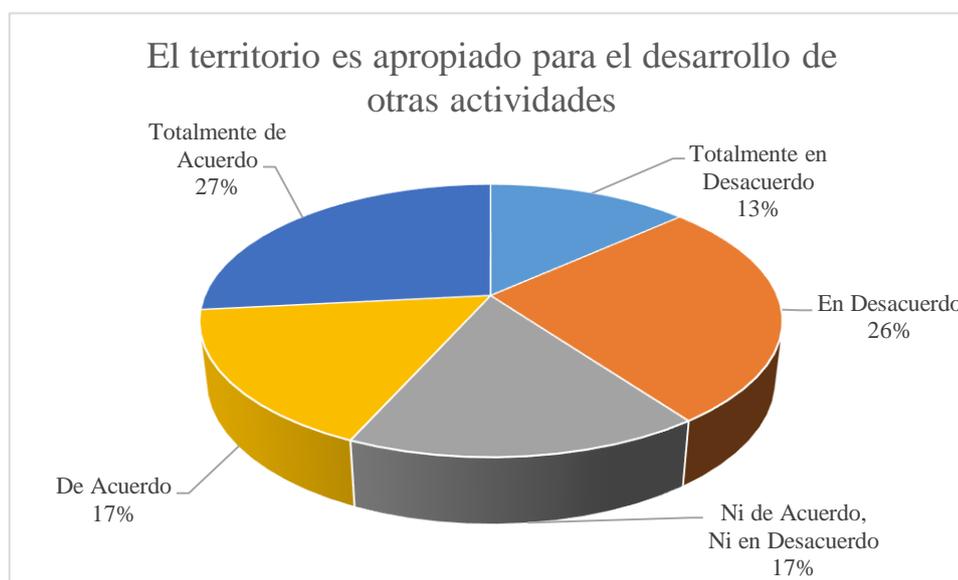
*Nota.* La figura presenta la opinión de los habitantes de la parroquia sobre la disponibilidad de tierra para el desarrollo de la ganadería.

**Análisis:**

La población considera que la extensión del territorio apta para el desarrollo ganadero y es suficiente para llevar a cabo esta importante actividad como se indica en la figura 14. Según la información proporcionada por el PDOT la extensión asciende a 3.32Km<sup>2</sup>, donde se mantiene un aproximado de 437 cabezas de ganado ovino, 1797 de ganado porcino y 20 de ganado vacuno.

**Figura 15**

*Territorio apropiado para el desarrollo de otras actividades*



*Nota.* La figura muestra la opinión de los pobladores acerca de, si es apropiado el territorio para el desarrollo de otras actividades

**Análisis:**

Como se muestra en la figura 15, aunque la agricultura y la ganadería son las actividades económicas que predominan en la parroquia, también existen otras actividades como la pesca y la silvicultura, razón por la cual la siguiente figura indica que el territorio es apropiado para desarrollar otras actividades.

**Figura 16**

*Disponibilidad de recursos para el desarrollo de otras actividades*



Nota. La figura muestra la disponibilidad de desarrollar otras actividades según la opinión de los habitantes de la parroquia

#### **Análisis:**

Muchos de los habitantes de la parroquia se dedican al cultivo y cuidado de árboles con la intención de producir maderas, aunque esta actividad se la lleva a cabo de manera empírica poco a poco está tomando importancia en el sector; por otro lado, la pesca también se ha convertido en una de las más importantes de San Vicente de Pusir, sin embargo, lo resultante de esta actividad en un gran porcentaje es para el consumo propio. Se puede mencionar entonces según la figura 16, que este sector posee características que le permiten el desarrollo de actividades que son diferentes a la ganadería y la agricultura; aunque, la población de estudio considera que no existe la disponibilidad de recursos para desarrollar otras actividades a gran escala.

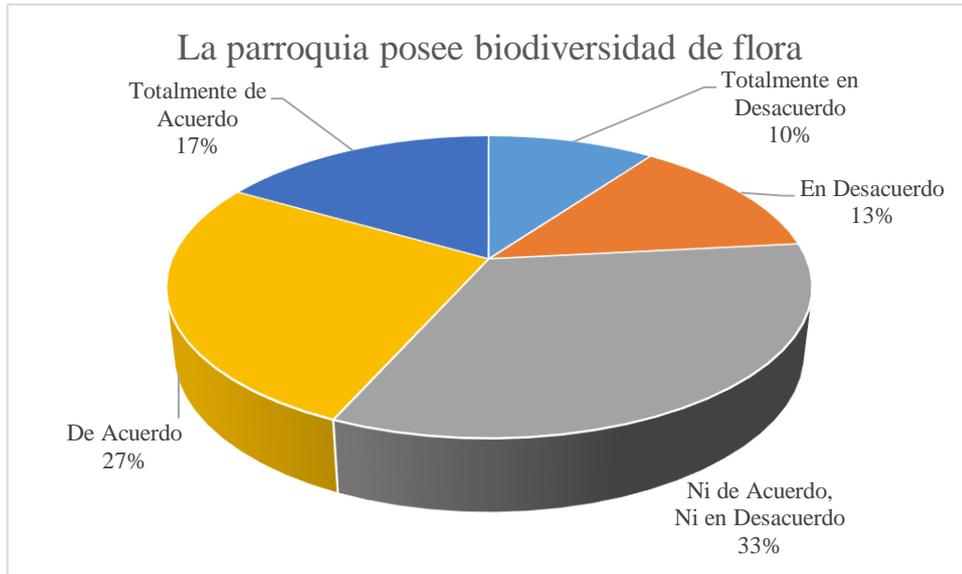
#### **4.1.5. Riqueza de los recursos naturales**

Como se puede observar en la siguiente figura se puede asegurar que existe mucha biodiversidad de especies, según el PDOT (2015) la parroquia San Vicente de Pusir cuenta con 934 especies de flora y 401 de fauna; las especies forestales más representativas son el eucalipto, el ciprés, la casuarina y el sauce que se lo encuentra plantado formando parte de linderos, mientras el guabo y el guarango se encuentra formando cercas vivas. Por otro lado, el

aguacate se lo encuentra en plantaciones y se cultiva las variedades fuerte y nacional; y el faique o espino que se encuentra creciendo en las laderas erosionadas, franjas rivereñas y alrededor de los ojos de agua.

**Figura 17**

*Biodiversidad de flora de la parroquia*



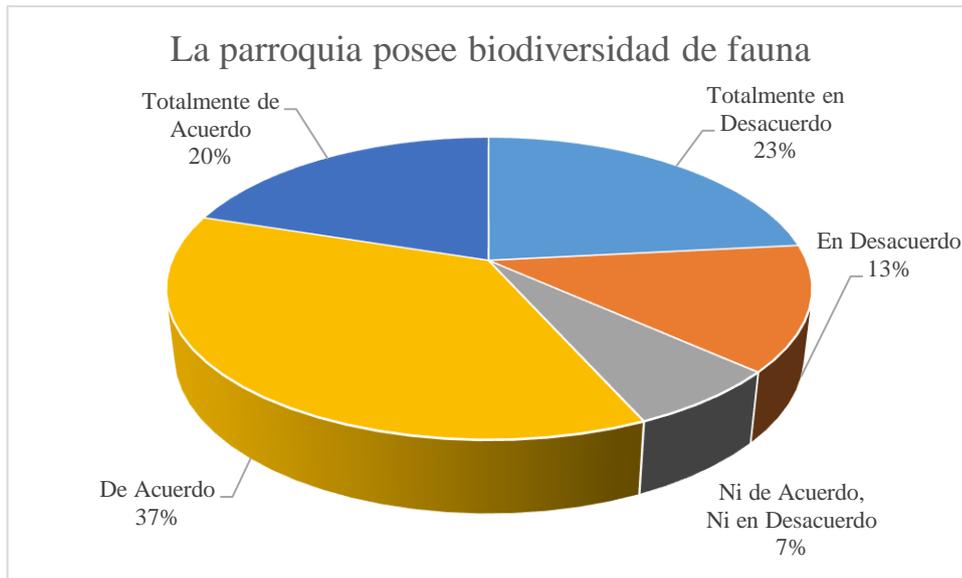
Nota. La figura presenta si la parroquia posee biodiversidad de flora en cuanto a la opinión de los habitantes.

### **Análisis:**

Los recursos naturales representan una dimensión importante como parte del capital territorial, con respecto a la parroquia San Vicente de Pusir, la población de estudio considera que posee biodiversidad de flora, resultado que tiene soporte en el PDOT, donde se resalta la existencia de 1305 especies de flora entre las que destacan las orquídeas.

**Figura 18**

*Biodiversidad de fauna de la parroquia*



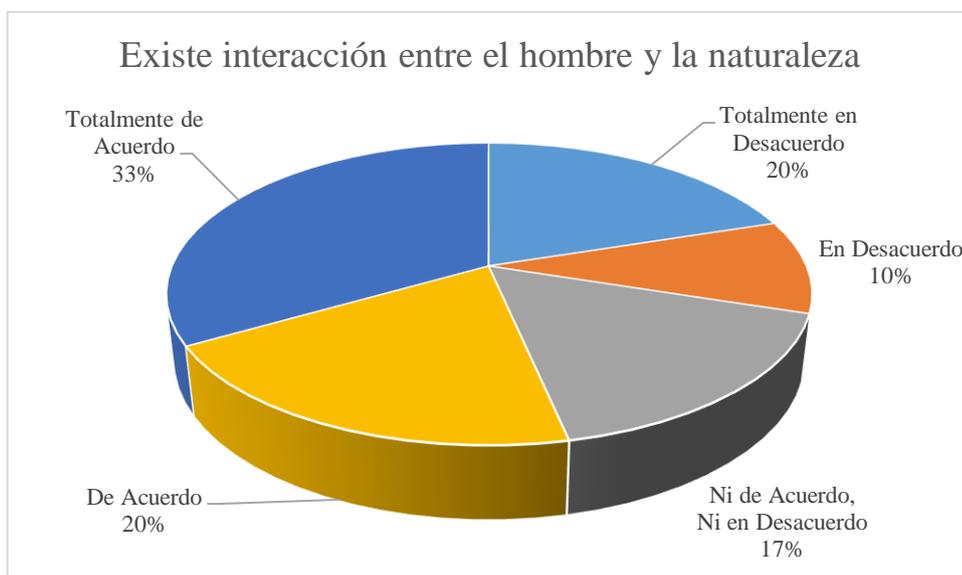
*Nota.* Esta figura muestra si la parroquia posee biodiversidad de fauna

**Análisis:**

En la parroquia existe biodiversidad de fauna que permite en conjunto con la flora crear ecosistemas únicos de avistamiento. A pesar que se desconoce el número exacto de especies existentes en la parroquia, éstas al igual que la fauna provienen principalmente del Bosque Protector Golondrina y dos de áreas aledañas al Bosque de la Parroquia Maldonado y Chical.

**Figura 19**

*Interacción entre el hombre y la naturaleza*



Nota. La figura muestra la existencia de la interacción entre los habitantes de la parroquia y la naturaleza.

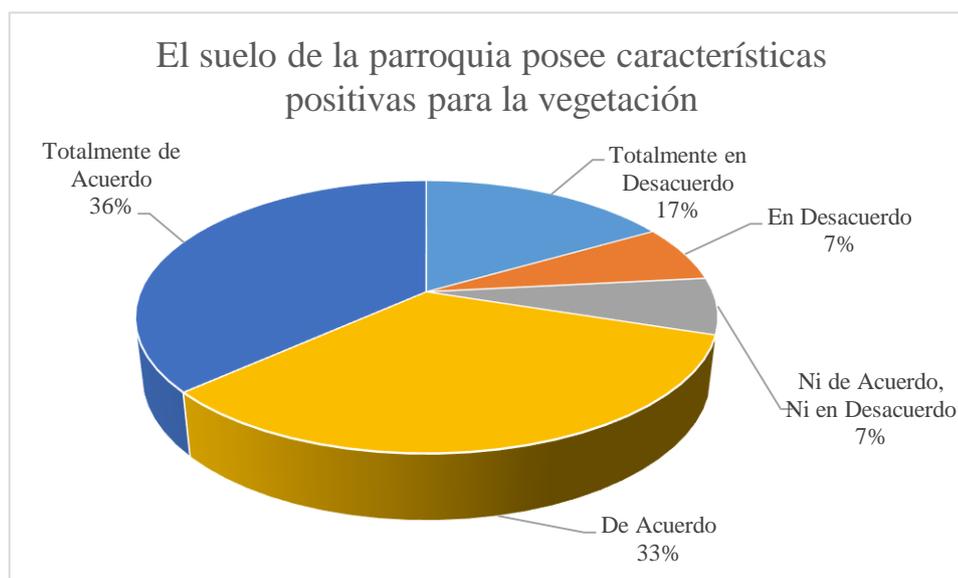
### **Análisis:**

En la parroquia existe interacción entre el hombre y la naturaleza, debido a que se desarrollan las actividades de agricultura y ganadería, la mayoría de la población está en constante contacto con la naturaleza, lo mismo sucede con las actividades de silvicultura y pesca pues permiten un acercamiento especialmente con los bosques y ríos.

Sobre el factor medio ambiental se encuentra que uno de sus aspectos fuertes es que el suelo de la parroquia cuenta con características positivas para el desarrollo de una vegetación variada, por ello se pueden encontrar muchas especies de flora; además, el interés de las personas sobre el cuidado del medio ambiente, aunque no suficiente, está en proceso de crecimiento debido a que poco a poco los jóvenes empiezan a preocuparse por la situación de las especies vulnerables.

**Figura 20**

*El suelo posee características positivas para la región*



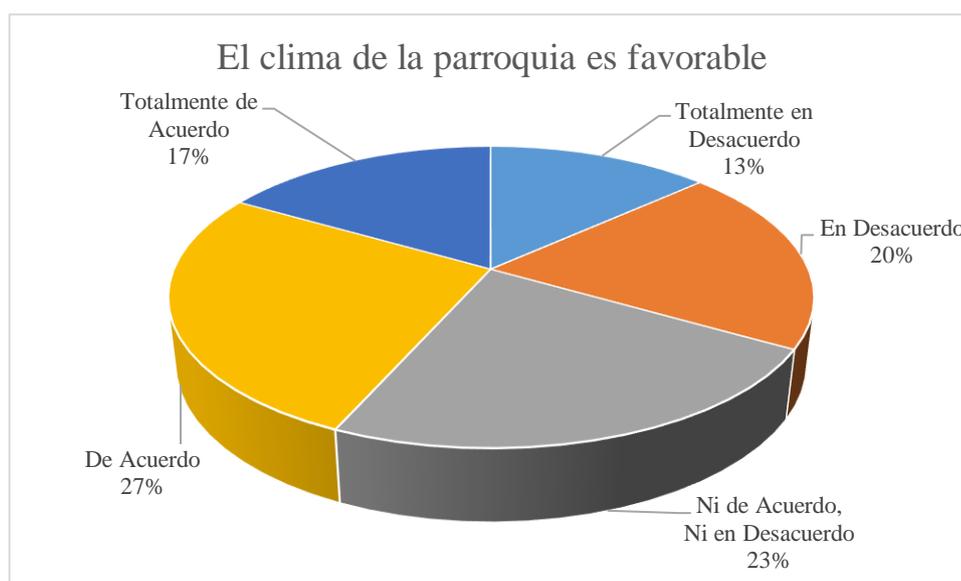
Nota. La figura indica la opinión de los habitantes de la parroquia acerca de las características positivas del suelo para la vegetación.

### **Análisis:**

En base a la figura 20 se puede afirmar que la parroquia posee características positivas para la vegetación, gracias a los diferentes tipos de suelo que posee se pueden encontrar: pastizales, cultivos permanentes y semipermanentes, vegetación arbustiva, mosaicos agropecuarios y bosques.

**Figura 21**

*Clima de la parroquia*



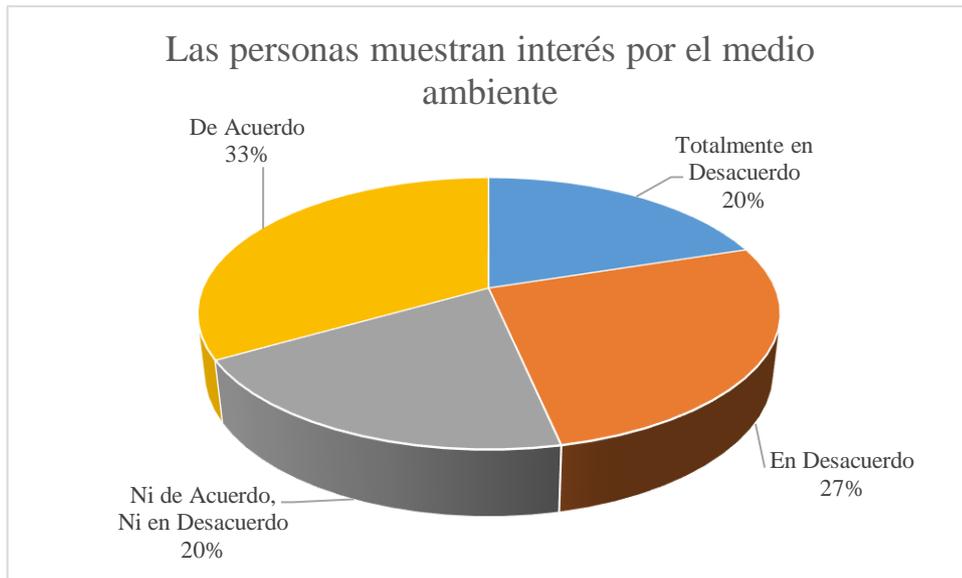
*Nota.* La figura indica la opinión de los pobladores acerca del clima que tiene la parroquia.

### **Análisis:**

Con respecto al clima de la parroquia este resulta favorable, de acuerdo con el PDOT, a pesar de que existen temporadas de sequía, el clima resulta agradable y permite el desarrollo de los diferentes productos que mueven la economía de la parroquia. Por otra parte, se debe mencionar que para contrarrestar las sequías a causa del verano se implementó un sistema de riego para 470 hectáreas de cultivos (Insuasti, 2019).

**Figura 22**

*Interés por el medio ambiente*



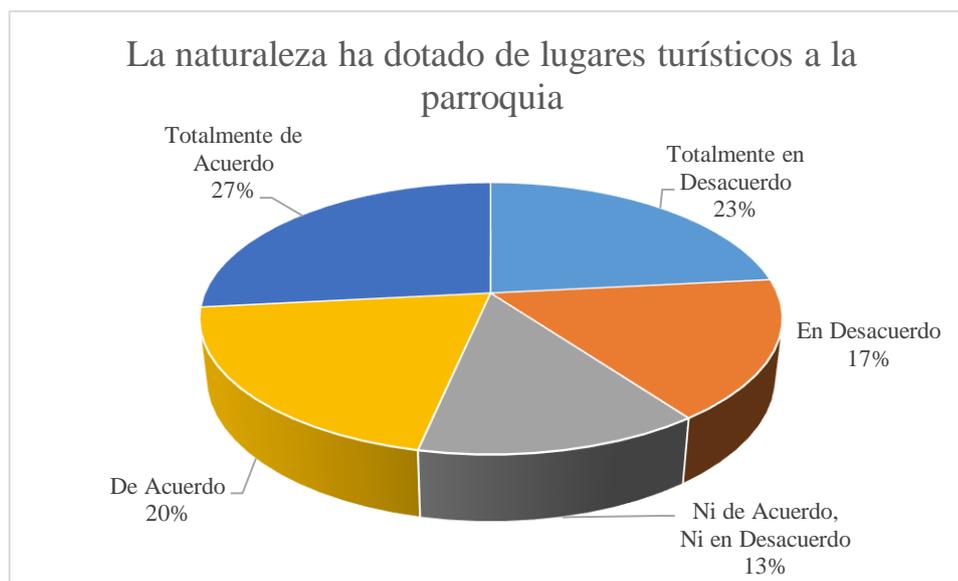
*Nota.* La figura muestra el interés que tienen los pobladores por el cuidado del medio ambiente.

**Análisis:**

Se puede apreciar que las personas muestran interés por el medio ambiente. En los últimos años el GAD Parroquial en conjunto con la Dirección Ambiental del Cantón Bolívar, vienen desarrollando proyectos que procuran el cuidado ambiental, de forma especial el mantenimiento del agua y el cuidado de los espacios pues debido a que es una zona agro-productiva el uso de químicos es constante y se convierte en un factor de amenaza.

**Figura 23**

*Lugares turísticos de la parroquia*



*Nota.* Esta figura muestra que la naturaleza ha dotado de lugares turísticos a la parroquia.

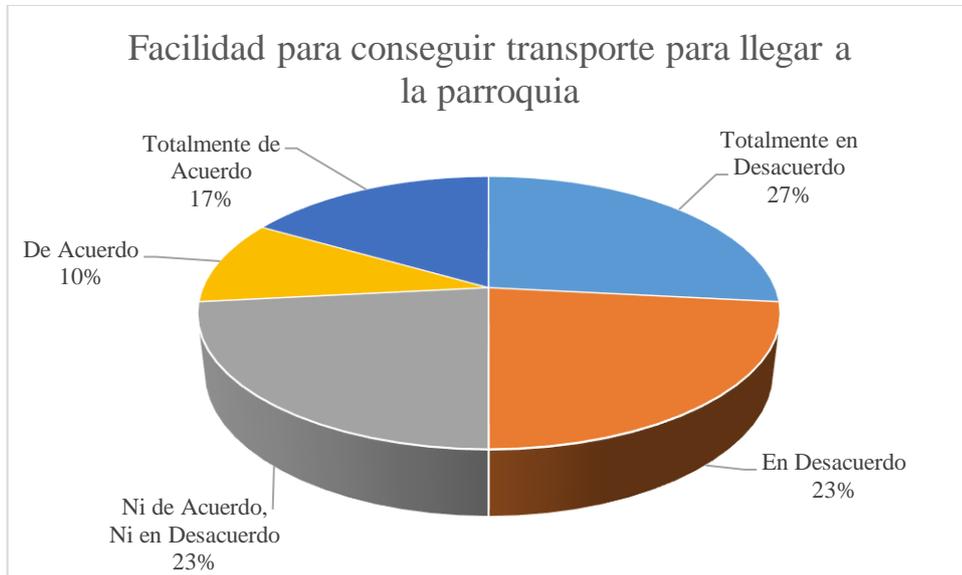
**Análisis:**

La naturaleza ha dotado de lugares turísticos para la parroquia, entre ellos se encuentran los ecosistemas dotados de flora y fauna que han permitido desarrollar el turismo comunitario, Las huertas también resultan atractivas, sin embargo, estos lugares aún no han sido explotados y se consideran como un potencial de crecimiento futuro.

#### 4.1.5. Infraestructura

**Figura 24**

*Facilidad de transporte*



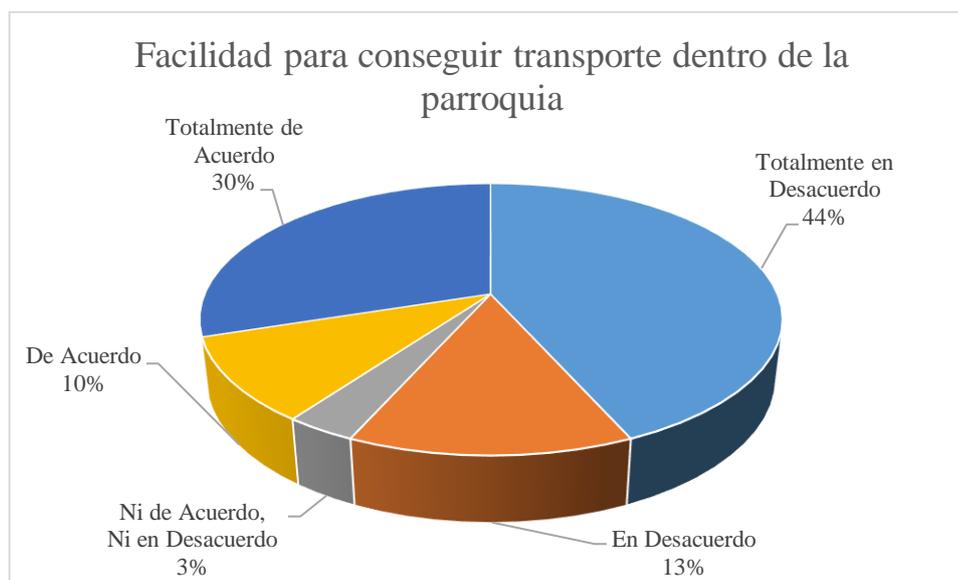
*Nota.* La figura muestra el nivel de facilidad para conseguir transporte para llegar a la parroquia.

#### **Análisis:**

La infraestructura de la parroquia San Vicente de Pusir se analiza empezando por el transporte, en este caso el resultado es negativo porque no existe facilidad a la hora de conseguir este servicio para llegar a la parroquia. Este resultado se debe a que existe transporte para la cabecera parroquial y las comunidades, pero no resulta adecuado; según el presidente de la junta parroquial este transporte proviene de la Cooperativa del Valle del Chota.

**Figura 25**

*Facilidad de transporte dentro de la parroquia*



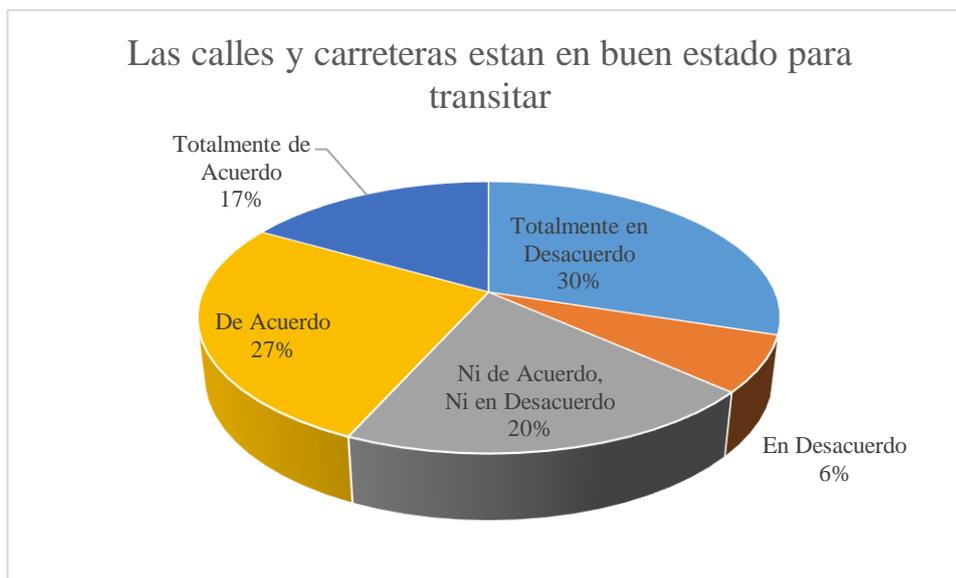
Nota. La figura indica la opinión de los habitantes acerca de la facilidad de conseguir transporte dentro de la parroquia

### **Análisis:**

Dentro de la parroquia, existen poblados en los cuales existen cooperativas de camionetas que brindan servicio, por lo menos 1 o 2 cooperativas que brindan el servicio, su costo es de 0,50 ctvs. y laboran desde las 6am. Sin embargo, la población considera que no existe facilidad para conseguir transporte dentro de la parroquia. en este caso cabe resaltar que existe transporte para la cabecera parroquial y las comunidades, pero este transporte no es precisamente adecuado; según el presidente de la junta parroquial el transporte existente proviene de la Cooperativa del Valle del Chota, pero los horarios que manejan son en la tarde y en la noche; cabe recalcar que una de las problemáticas en cuanto a este aspecto es que el 60% de las vías son temporales habiendo problemas en épocas lluviosas que dificultan la movilidad.

**Figura 26**

*Estado de las calles y carreteras*



*Nota.* La figura muestra la opinión de los pobladores de la parroquia acerca del buen estado de las calles y carreteras.

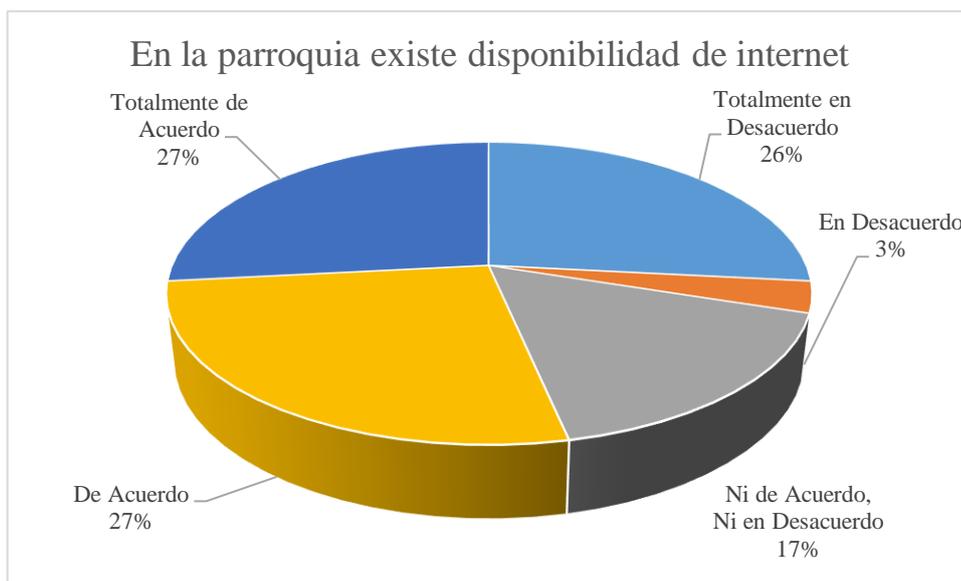
### **Análisis:**

Según la información que se encuentra en el PDOT de la parroquia la Cabecera parroquial presenta una articulación directa inter parroquial a través de la Panamericana que se encuentra asfaltada, por otra parte, “al tratarse de una parroquia rural, las vías de acceso con mayor cobertura son las secundarias, cubiertas de tierra”. Sin embargo, la población considera que tanto las calles como carreteras se encuentran en buen estado para transitar.

En cuanto a las redes de agua, el presidente de la junta parroquia ha mencionado que cuentan con redes de acueducto y no redes de agua potable como tal debido a la falta de una planta de tratamiento; como último punto, se encuentran las telecomunicaciones, donde destacan la disponibilidad de internet, telefonía fija y móvil, sin embargo, es preciso puntualizar que la telefonía móvil y el internet no tienen un nivel elevado de disponibilidad en las comunidades de la parroquia, primando por lo tanto la telefonía móvil. En este caso las comunidades aún tienen un nivel que se va aumentando en cuanto a la disponibilidad de internet y sobre la telefonía fija

**Figura 27**

*Disponibilidad de internet*



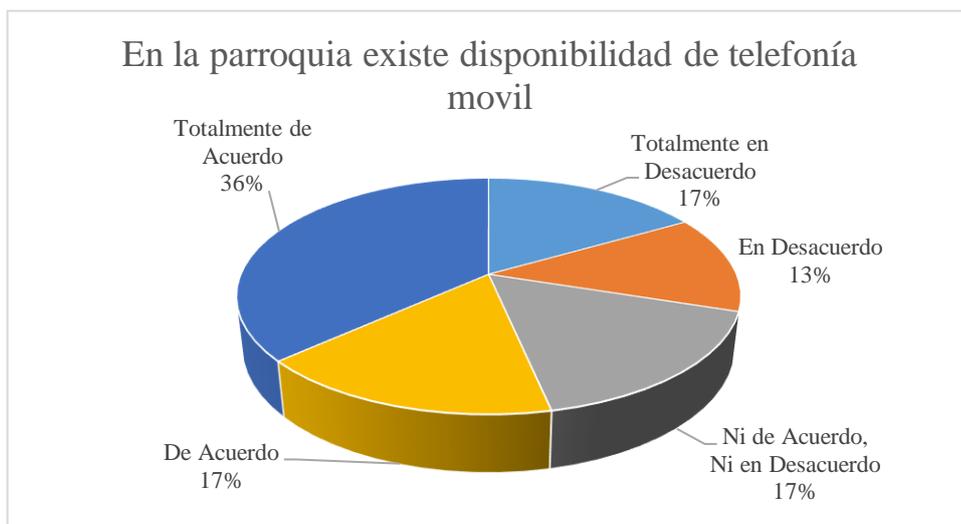
*Nota.* La figura muestra la opinión de los habitantes de la parroquia acerca de la disponibilidad de internet.

**Análisis:**

La parroquia tiene disponibilidad de internet, sin embargo, este resultado corresponde a la zona céntrica de la parroquia porque existe un Infocentro, sin embargo, se presenta falta de cobertura de internet hacia las comunidades, lo que limita la comunicación.

**Figura 28**

*Disponibilidad de telefonía móvil*



*Nota.* La figura muestra la disponibilidad de telefonía móvil según la opinión de los pobladores de la parroquia.

## **Análisis:**

La parroquia dispone de telefonía móvil como principal medio de comunicación, de acuerdo a la información presentada por el PDOT de la parroquia existe una cobertura espacial de 68,19% del total del territorio, debido a que en la actualidad existe una fuerte tendencia al uso del teléfono celular.

## **4.2. DISCUSIÓN**

### **4.2.1. COMPORTAMIENTO DEL CAPITAL TERRITORIAL EN LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR**

En este apartado se analiza al comportamiento del capital territorial como “la dotación ampliada del conjunto de recursos, bienes, conocimientos, capacidades, valores intangibles y capacidad de adaptación social” (Trujillo, Erazo y Loaiza, 2018, p.58). Por ello, se consideran aspectos como la ubicación geográfica, posicionamiento, caracterización del territorio, riqueza de los recursos naturales e infraestructura de la parroquia San Vicente de Pusir, con la intención de que se puedan conocer los factores clave que permitan generar estrategias para la promoción del desarrollo económico del sector.

#### **4.2.1.1. La importancia de la ubicación geográfica de la parroquia San Vicente de Pusir para el desarrollo económico de la misma**

Para empezar, el capital territorial de un lugar se genera en base a la concepción de territorio y su progreso en cuanto a lo económico social; es así que “la ubicación geográfica se convierte en el principal elemento a considerar en la generación de un proceso de desarrollo” (Estrada y Olivares, 2017, p.32). En el caso de la parroquia se considera que tiene una ubicación geográfica que permite el desarrollo económico y social por diferentes factores como la cercanía a la vía panamericana que la conecta con ciudades clave como Quito, Ibarra y Tulcán; facilitándole la comercialización de los productos que en esta se cultivan; cabe recalcar que internamente la red vial se encuentra conformada por “Chota –San Vicente; Chota - Tumbatu, San Vicente – Tumbatu, Tumbatu-Pusir; Pusir – Piquiucho, Puente peatonal Pusir- Carpuela, Tumbatu - El Tambo y San Vicente – Yascón” (PDOT, 2015), teniendo problemas con la calidad de estas siendo que en la mayoría del año no se encuentran en buen estado y se opta por recorrer diferentes pasos y caminos provisionales tal y como lo menciona el presidente de la junta parroquial.

Por otro lado, abordando un tema igual de importante dentro de la ubicación geográfica, se encuentra el uso del suelo dividido en áreas cultivables y no cultivables; para Trujillo, Eraso y Loaiza (2018) “la interacción que se debe dar en términos de planeación del desarrollo, nos muestra la necesidad de revisar como se está dando el uso del suelo” (p.53). que en el caso de San Vicente de Pusir los habitantes han sabido aprovechar las áreas cultivables que según el PDOT (2015) solo el 27,13% de la totalidad de los suelos de esta parroquia es adecuado para generar cultivos de calidad.

#### **4.2.1.2. El posicionamiento como parte esencial del capital territorial de San Vicente de Pusir**

El termino posicionamiento corresponde al nivel de interés que un consumidor muestra por un producto o marca, siendo al caso del territorio la generación de una imagen integral desarrollada por factores diferenciadores y generadores de valor (Gómez, 2015). En este caso se toma en cuenta a la identidad propia, las ventajas competitivas y a la imagen territorial como aspectos clave para conocer el posicionamiento territorial de la parroquia San Vicente de Pusir.

La identidad propia de la parroquia aporta de manera significativa al posicionamiento debido a características como la calidez y la gentileza de sus habitantes, así como su gastronomía, tradiciones y costumbres. Para Cruz, Ruiz y Zamarreño (2017) la necesidad de la diferenciación y la adquisición de una identidad propia y singular, lo conforma el espacio donde se desenvuelven las personas, que se ha convertido en uno de los más grandes laboratorios de ensayo y de proyección de las herramientas del marketing (p.158). Es decir, que las cualidades de la identidad propia de San Vicente de Pusir son de suma importancia para la generación de posibles estrategias de promoción para dar a conocer las particularidades positivas que tiene la parroquia.

Por otro lado, el posicionamiento territorial dentro de las estrategias del marketing se entiende como un conjunto de procesos para “crear y comunicar de forma eficaz y eficiente las potencialidades de un territorio a través de los empresarios, gremios y entes gubernamentales, con el fin de mantener a través del tiempo una identidad propia que sirva para generar ventajas competitivas” (Gómez, 2017, p.20). Es así que San Vicente de Pusir a través de su identidad propia ha generado diferentes ventajas competitivas como sitios turísticos que aún no han sido explotados como tales, pero esta parroquia maneja un estilo diferente de hacer turismo como lo indica el presidente de la junta parroquial; “El turismo lo pones tu” es el slogan diferenciador

de los distintos factores como senderos, el río Chota y un sin número de cultura gastronómica y tradición.

#### **4.2.1.3. Caracterización del territorio de la parroquia San Vicente de Pusir**

La caracterización del territorio de la parroquia San Vicente de Pusir está dado por factores como la agricultura, ganadería y las actividades no tradicionales; la agricultura es una de las bases económicas de San Vicente de Pusir la cual se caracteriza por “contar con una producción agrícola diversa, debido a la variedad de pisos climáticos que posee; los principales productos que se dan en la zona son: arveja, maíz, cebada, trigo, anís, tomate y aguacates” (Rosero, 2015, p.21); siendo estos últimos los más representativos del sector; no obstante, existen emprendimientos que se basan en el cultivo y producción de mango tal y como lo menciona el presidente de la junta parroquial; además, Rosero (2015) menciona que “esta parroquia se dedica al cultivo de varias frutas en especial el mango en grandes cantidades en temporadas del año, teniendo así su mayor producción en el mes de octubre a enero” (p.4).

Para Rizo et al. (2017) “la producción agropecuaria puede aportar de diferentes maneras al desarrollo económico sostenible; en lo social, si se producen alimentos nutritivos e inoocuos a precios razonables, se generan empleos, se reducen los riesgos en la salud y la pobreza” (p.111); por lo que se considera no solo un aporte necesario al capital territorial sino también al desarrollo económico local; por ello, la parroquia San Vicente de Pusir está buscando nuevas formas de desarrollar este sector; es por ello que se ha creado una asociación que se dedica a la producción de mango, los mismos que realizan de tres a cuatro cosechas al año (Rosero, 2015).

Esto se dio frente al gran potencial que tiene la fruta en mercados extranjeros como España, además, la demanda de este fruto se ve por la necesidad de consumir pulpa de mango y siendo San Vicente de Pusir un sector perfecto en cuanto a clima y tierra para la producción de un mango de calidad; esto ayudará a contribuir a la economía de los pequeños y medianos productores de mango en la parroquia; dinamizando así la economía de estas familias de igual manera con el plan de buen vivir, que se trata de mejorar los niveles de vida los ciudadanos (Rosero, 2015).

#### **4.2.1.4. La riqueza de los recursos naturales y el capital territorial**

Para empezar Mattioli y Nozica (2017) mencionan que “la biodiversidad constituye la base del capital natural del país para satisfacer las necesidades humanas de consumo y producción y garantizar el sustento de la vida” (p.30); en base a esto la parroquia San Vicente de Pusir cuenta con 934 especies de flora y 401 de fauna (PDOT, 2015).

Se considera por estas razones que este sector tiene muchas fortalezas en cuanto a los recursos naturales, además, si se considera los paisajes generados por las especies que aquí se desarrollan se considera un potencial turístico; sumado a esto el sector cuenta con un clima favorable, es decir que el clima resulta agradable y permite el desarrollo de los diferentes productos que mueven la economía de la parroquia. Por otro lado, cabe resaltar que dentro de la parroquia existe una gran interacción entre la naturaleza y los habitantes debido a que la mayoría de la población está en constante contacto con la naturaleza, lo mismo sucede con las actividades de silvicultura y pesca pues permiten un acercamiento especialmente con los bosques y ríos.

Finalmente se toma en consideración que la naturaleza ha brindado lugares turísticos para la parroquia, “entre ellos se encuentran los ecosistemas dotados de flora y fauna” (PDOT, 2015) que han permitido desarrollar el turismo comunitario bajo el slogan de “el turismo lo haces tú” la cual es una iniciativa por parte de GAD parroquial que se maneja bajo el hecho de hacer que los visitantes conozcan el sector básicamente como lo deseen y esto ha funcionado gracias a que los habitantes cuentan con una cualidad propia que es la amabilidad y gentileza para con los turistas; esto ha generado por supuesto que los visitantes deseen regresar para disfrutar de la naturaleza que tiene la parroquia.

#### **4.2.1.4. Infraestructura de la parroquia San Vicente de Pusir**

La infraestructura de la parroquia San Vicente de Pusir se analiza empezando por el transporte, en este caso cabe resaltar que existe transporte para la cabecera parroquial y las comunidades, pero este transporte no es precisamente adecuado; según el presidente de la junta parroquial el transporte existente proviene de la Cooperativa del Valle del Chota, pero los horarios que manejan son en la tarde y en la noche; cabe recalcar que una de las problemáticas en cuanto a este aspecto es que “el 60% de las vías son temporales habiendo problemas en épocas lluviosas que dificultan la movilidad” (PDOT, 2015, p.167).

Por otro lado, se destaca que las redes de agua son de acueducto, más no de agua potable como tal, es decir que no se cuenta con una planta de tratamiento de agua potable como lo indica el presidente de la junta parroquial; finalmente, se encuentran las telecomunicaciones, donde destacan la disponibilidad de internet, telefonía fija y móvil, sin embargo, es preciso puntualizar que la telefonía móvil y el internet no tienen un nivel elevado de disponibilidad en las comunidades de la parroquia, primando por lo tanto la telefonía móvil. En este caso las comunidades aún tienen un nivel que se va aumentando en cuanto a la disponibilidad de internet y sobre la telefonía fija “cabe recalcar que estas líneas de teléfono en su gran mayoría están ubicadas en la cabecera parroquial” (PDOT, 2015). Esto quiere decir que la infraestructura en general de la parroquia San Vicente de Pusir se encuentra en un nivel promedio, es decir que cuentan con la infraestructura, pero esta no es la adecuada. Finalmente; cabe resaltar que no existen lugares de estadia por lo que dificulta el turismo como lo indica el GAD parroquial.

## V. ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DEL TERRITORIO DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI

Para diseñar la estrategia para la promoción se debe comenzar con la construcción de la matriz de análisis FODA, compuesta por fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Para conocer los diferentes aspectos que esta contiene con respecto a la parroquia se presenta la siguiente información que fue obtenida en base al apartado de los resultados:

**Tabla 2**

*Matriz de Análisis FODA*

	<b>Análisis Interno</b>	<b>Análisis Externo</b>
	<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>Aspectos Positivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación geográfica</li> <li>• Predominan las áreas cultivadas.</li> <li>• Gentileza de su gente.</li> <li>• Gastronomía.</li> <li>• Alto nivel de aceptación.</li> <li>• Afluencia de visitantes.</li> <li>• Parroquia reconocida en la región.</li> <li>• Desarrollo de la Agricultura (productos como: mango y aguacate).</li> <li>• Territorio apropiado para desarrollar otras actividades.</li> <li>• Posee biodiversidad de flora y fauna.</li> <li>• Existe interacción entre el hombre y la naturaleza.</li> <li>• Posee características positivas para la vegetación.</li> <li>• Tiene un clima favorable.</li> <li>• Existe interés por el medio ambiente.</li> <li>• Existen lugares turísticos dotados por la naturaleza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el turismo en base a la ubicación geográfica, la gentileza de la gente, los lugares dotados por la naturaleza, la flora y fauna, y el clima favorable.</li> <li>• Promocionar el territorio desde el desarrollo de los productos agrícolas (mango y aguacate).</li> </ul>
	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Aspectos Negativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red vial en malas condiciones.</li> <li>• Falta de reconocimiento por tradiciones y costumbres.</li> <li>• Extensión del territorio insuficiente para la agricultura.</li> <li>• Dificultad para conseguir transporte y llegar a la parroquia.</li> <li>• Dificultad para conseguir transporte dentro de la parroquia.</li> <li>• No hay acceso a internet en las parroquias.</li> <li>• No hay disponibilidad de telefonía fija.</li> <li>• Lugares turísticos no aprovechados.</li> <li>• No existen lugares de estadía como hoteles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminuir la afluencia de visitantes.</li> <li>• Pérdida de la identidad cultural.</li> <li>• No poder maximizar la producción.</li> <li>• Disminuir la actividad económica.</li> <li>• Debilitar el acceso a la información y educación.</li> <li>• Limitar la comunicación.</li> <li>• Disminuir la actividad turística externa.</li> </ul>

Una vez que se conoce de forma detallada cada uno de los elementos de la matriz FODA, se diseña la estrategia de promoción en base a las oportunidades, para ello se utiliza la metodología del marco lógico (MML). Se debe resaltar que en base a cada oportunidad se puede establecer una estrategia, sin embargo, en el presente estudio se enfatiza en: Promocionar el territorio desde el desarrollo de los productos agrícolas, de forma específica el mango.

En base a lo expuesto en el apartado metodológico se debe hacer un análisis de involucrados y posteriormente la matriz.

### **5.1. Análisis de involucrados**

Los principales involucrados provienen de tres partes que son: sociedad civil, sector gubernamental y sector privado. Para el caso de la parroquia San Vicente de Pusir, los involucrados son:

- Dueños de cultivos de mango.
- GAD Parroquial San Vicente de Pusir
- GAD Municipal del cantón Bolívar
- Prefectura del Carchi
- Ministerio de Turismo

### **5.2. Matriz del marco lógico**

Para empezar, la estrategia de promoción económica del territorio está basada en el mango como una de las potencialidades de la parroquia San Vicente de Pusir; enfocándose en el desarrollo y la ejecución de campañas promocionales teniendo en cuenta a tres componentes clave como son: El proceso de producción y comercialización de mango, las áreas cultivadas, y las propiedades y derivados de mango. En los cuales intervienen actividades que se deben llevar a cabo para el cumplimiento de los indicadores de la estrategia planteada.

El objetivo principal de esta estrategia de promoción es dar a conocer la economía de la parroquia San Vicente de Pusir a través de los productos agrícolas en específico el mango que se está convirtiendo en uno de los principales emprendimientos dentro del sector.

De acuerdo con Ortega, Pacheco y Prieto (2015, p.115), la matriz del marco lógico debe contener el resumen narrativo, indicadores, medios de verificación y supuestos. Por tanto, la MML de esta investigación es la siguiente:

**Tabla 3**

*Matriz del Marco lógico - Promoción del mango*

<b>Resumen Narrativo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<b>Fin del Proyecto</b>			
Promocionar la economía del territorio de la parroquia San Vicente de Pusir.	<b>F1.</b> Al finalizar el proyecto se mejorará el desarrollo económico de la parroquia en un 30%	Informe final del proyecto	Existen normativas a nivel nacional que permiten implementar proyectos en mejora del desarrollo económico local.
<b>Propósito del proyecto</b>			
Promocionar el territorio desde el desarrollo del producto agrícola: mango.	<b>P1.</b> Al finalizar el proyecto el nivel de aporte de la promoción de mango será de 30%.	Informe final de la promoción del mango.	Existe participación de todos los involucrados para promocionar la economía del territorio.
<b>Componentes</b>			
<b>C1.</b> Ejecución de una campaña promocional sobre el proceso de producción y comercialización de mango.	<b>C1.</b> Al finalizar el proyecto se habrá promocionado el 100% del proceso de producción y comercialización de mango.	Informe de la campaña	Los involucrados gestionan el proyecto de forma articulada.
<b>C2.</b> Ejecución de una campaña promocional sobre las áreas cultivadas con mango.	<b>C2.</b> Al finalizar el proyecto se habrá promocionado el 50% de las áreas cultivadas de mango.	Informe de la campaña	Los involucrados gestionan el proyecto de forma articulada.
<b>C3.</b> Ejecución de una campaña promocional de las propiedades y los derivados de mango.	<b>C3.</b> Al finalizar el proyecto se habrá promocionado 50% de los productos derivados.	Informe de la campaña	Los involucrados gestionan el proyecto de forma articulada.
<b>Actividades C1.</b>			
<b>A1.</b> Identificar todas las fases del proceso de producción y comercialización del mango.	<b>A1.</b> Se ha identificado todas las fases del proceso de producción y comercialización.	Ficha de descripción	
<b>A2.</b> Determinar los materiales y recursos necesarios para el diseño y la implementación de la campaña.	<b>A2.</b> Se ha determinado cantidad y presupuesto para diseñar y ejecutar el 100% de la campaña.	Informe presupuestario	Todos los involucrados participan de forma activa para ejecutar las actividades de acuerdo a lo planificado.
<b>A3.</b> Diseñar la campaña de promoción.	<b>A3.</b> Se ha diseñado 100% de la campaña de promoción.	Informe de propuesta de campaña	
<b>A4.</b> Ejecutar la campaña de promoción.	<b>A4.</b> La campaña de promoción ha llegado al: - 100% de la población parroquial.	Informe de personas de la parroquia que conocen la campaña.	

	- 80% de la población cantonal.		
	- 50% de la población provincial.		
	- 30 de la población nacional.		
<b>Actividades C2.</b>			
<b>A1.</b> Identificar todas las áreas cultivadas con mango.	<b>A1.</b> Se ha identificado todas las áreas cultivadas con mango.	Lista de áreas cultivadas	
<b>A2.</b> Determinar los materiales y recursos necesarios para el diseño y la implementación de la campaña.	<b>A2.</b> Se ha determinado cantidad y presupuesto para diseñar y ejecutar el 100% de la campaña.	Informe presupuestario	
<b>A3.</b> Diseñar la campaña de promoción.	<b>A3.</b> Se ha diseñado 100% de la campaña de promoción.	Informe de propuesta de campaña	Todos los involucrados participan de forma activa para ejecutar las actividades de acuerdo a lo planificado.
<b>A4.</b> Ejecutar la campaña de promoción.	<b>A4.</b> La campaña de promoción ha llegado al: - 100% de la población parroquial. - 80% de la población cantonal. - 50% de la población provincial. - 30 de la población nacional.	Informe de personas de la parroquia que conocen la campaña.	
<b>Actividades C3.</b>			
<b>A1.</b> Identificar todas las propiedades del mango y los derivados de este producto.	<b>A1.</b> Se ha identificado todas las propiedades del mango y también sus derivados.	- Ficha de propiedades - Ficha de derivados	
<b>A2.</b> Determinar los materiales y recursos necesarios para el diseño y la implementación de la campaña.	<b>A2.</b> Se ha determinado cantidad y presupuesto para diseñar y ejecutar el 100% de la campaña.	Informe presupuestario	Todos los involucrados participan de forma activa para ejecutar las actividades de acuerdo a lo planificado.
<b>A3.</b> Diseñar la campaña de promoción.	<b>A3.</b> Se ha diseñado 100% de la campaña de promoción.	Informe de propuesta de campaña	
<b>A4.</b> Ejecutar la campaña de promoción.	<b>A4.</b> La campaña de promoción ha llegado al: - 100% de la población parroquial. - 80% de la población cantonal.	Informe de personas de la parroquia que conocen la campaña.	

- 
- 50% de la población provincial.
  - 30 de la población nacional.
-

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. CONCLUSIONES

- La parroquia San Vicente de Pusir posee múltiples fortalezas como el turismo y la producción agrícola que aún no se han aprovechado al máximo, motivo por el cual la población no incrementa el nivel de ingresos por el desaprovechamiento de las oportunidades; en base a esto se consideró al mango como una de las principales fortalezas que permiten el desarrollo de la comunidad.
- Por otra parte, existen debilidades como la red vial y el transporte que disminuyen el dinamismo de la economía parroquial, pues imposibilita la movilidad de los pobladores y también de las personas que desean conocer a profundidad diferentes aspectos de la parroquia. Además, evita la comercialización adecuada de los productos agrícolas del sector.
- Actualmente la parroquia produce importantes productos como el aguacate y el mango, que han permitido que esta sea reconocida en la región y también se han consolidado como principales fuentes de ingresos para los propietarios de los cultivos y la población empleada en los procesos de producción y comercialización. Por esta razón, se considera al mango como un factor importante para el desarrollo de estrategias de promoción económica.
- Uno de los principales elementos que permiten que la parroquia gane reconocimiento es la gentileza de la gente, esta genera un ambiente de seguridad y confianza para los visitantes. Sin embargo, resulta preocupante que las tradiciones y costumbres de la localidad no son reconocidas en su gran mayoría por personas externas a la población local; por esta razón, se considera que la promoción económica basada en el mango también permite explotar dichos elementos diferenciadores de la población.
- A pesar de que la parroquia tiene afluencia de visitantes, esta no posee lugares como hoteles para que estos puedan permanecer por más tiempo dentro de la misma, perjudicando en gran medida los ingresos para otros sectores como el turismo, la gastronomía, el transporte y el comercio.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

- Se debe aprovechar las fortalezas que posee la parroquia, como la explotación de los lugares turísticos que han sido dotados por la naturaleza como base para fomentar el turismo. Así mismo, se debe promocionar la producción agrícola de la parroquia explotando los productos potencialmente comerciales como el mango, para fomentar el comercio por supuesto con la intención de mejorar la calidad de vida de los pobladores de la misma.
- El gobierno provincial debe gestionar recursos económicos para mejorar la red vial, de manera específica las calles y carreteras internas de la parroquia, para que los habitantes puedan transportar sus productos con menores costos, además, de esta forma mejorar la oferta de transporte para pobladores y visitantes; dicha gestión debe ser implementada en el Plan Operativo Anual 2022.
- Los habitantes del sector deben implementar estrategias para promocionar los principales productos agrícolas de la parroquia que son el mango y el aguacate, como la propuesta en esta investigación, de esta manera se puede mejorar los niveles de comercialización y los ingresos para quienes participan en los procesos de producción y comercialización. Así como las diferentes fortalezas que tiene la parroquia San Vicente de Pusir.
- Es importante que la Junta Parroquia promueva las costumbres y tradiciones de la parroquia para que sean consideradas como elemento de promoción parroquial, con ello se puede atraer un número mayor de visitantes en fechas específicas para que San Vicente de Pusir pueda incrementar el nivel de reconocimiento.
- Los habitantes deben considerar implementar hoteles como parte de la infraestructura parroquial, que permitan incrementar el tiempo de estadía de los visitantes de la parroquia, de esta forma se puede elevar los ingresos de sectores importantes como el turismo, la gastronomía, comercio y transporte.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, B., & Lloré, G. (2018). *Gastronomía*. Obtenido de Gad Parroquial San Vicente de Pusir: <https://gadsanvicentedeputsir.gob.ec/carchi/gastronomia/>
- Andrés, L. F. (2019). *América Latina y los objetivos de desarrollo sostenible: Análisis de su viabilidad*. Revista de Ciencias Sociales (RCS).
- Avellaneda, M. P. (2016). *Conflictos territoriales y proyectos de infraestructura vial*. Bogotá : Bitacora .
- Cabo, M. M. (2015). *El territorio y su relación con las ventajas comparativas y competitivas en el municipio de La Unión, Valle del Cauca, Colombia*. Cali : Entramado.
- Catalina Trujillo Osorio, F. W. (2018). *La sostenibilidad del capital territorial: propuesta metodológica para su análisis y valoración*. Universidad Libre - Cali, Colombia.
- CEDET. (2011). *Qué es el desarrollo económico territorial*. Quito: Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial.
- CEPLAN. (2019). *El Perú en el que vivimos: Caracterización del territorio*. Perú: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- Cruz, Y. G. (2015). *Caracterización de redes hidráulicas en un circuito hidrométrico en una zona urbana*. Cuba: Ciencias Holguín.
- Diego Escobar, J. M. (2018). *Características de accesibilidad geográfica de un área de patrimonio arquitectónico en Manizales - Colombia*. Espacios .
- Elena de los Reyes Cruz Ruiz, E. R. (2017). *Marca territorio y marca ciudad, utilidad en el ámbito del turismo. El caso de Málaga*. International Journal of Scientific Management and Tourism.
- García, E. A. (2015). *Marketing territorial, similitudes y diferencias con el marketing empresarial*. Tunja : Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia .
- González, O. H. (2017). *Implicaciones del desarrollo territorial en los territorios dependientes: Evaluación del caso de Puerto Rico*. Bogotá: Bitácora 27.
- Hart, C. &. (2010). *Exploring place image: Formation and measurement*. Place Branding and Public Diplomacy.
- Insuasti, C. (17 de Julio de 2019). Cultivos de la parroquia San Vicente de Pusir contarán con riego tecnificado. *La Nación*. Obtenido de <https://www.lanaciontv.ec/index.php/carchi/bolivar/item/1937-cultivos-de-la-parroquia-san-vicente-de-pusir-contaran-con-riego-tecnificado>

- Juan Fernández, M. I. (2019). *Enfoque territorial y análisis dinámico de la ruralidad: alcances y límites para el diseño de políticas de desarrollo rural innovadoras en América Latina y el Caribe*. México: Naciones Unidas .
- Julián, J. H. (2016). *Desarrollo económico local en América Latina*. CUHSO. CULTURA-HOMBRE-SOCIEDAD.
- M., H. (2013). *El negocio del territorio, evolución y perspectivas de la ciudad moderna*. Madrid: Alianza .
- Martha Lucía Restrepo, E. R. (2008). *El país como una marca. Estudio de caso: Colombia es pasión* . Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA.
- Martínez, A. G. (2018). *Teoría económica de la producción ganadera* . Universidad de Córdoba .
- Miriela Rizo Mustelier, D. R. (2017). *Agricultura, desarrollo sostenible, medioambiente, saber campesino y universidad*. Santiago de Cuba: Universidad de Oriente.
- Miriela Rizo Mustelier, D. R. (2017). *Agricultura, desarrollo sostenible, medioambiente, saber campesino y universidad* . Santiago de Cuba : Ciencia en su PC.
- Moya, L. A. (2016). *Diseño de un modelo que interpreta el concepto de marketing territorial aplicado al departamento de Santander y su área metropolitana*. Villavicencio : Gestión - Organizaciones - Negocios .
- Nozica, L. M. (2017). *Ordenamiento Territorial del Buen Vivir. Paisaje, Patrimonio y Biodiversidad, ¿Conceptos Divergentes o Convergentes?* Universidad Nacional de San Juan .
- Olivares-González, O. H.-M. (2017). *Implicaciones del desarrollo territorial en los territorios dependientes* . Bitacora 27.
- Portilla, J. A. (2018). *Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso cantón Chilla, El Oro, Ecuador*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo.
- Proaño Chaca Sonnia Alexandra, Q. A. (2019). *Desarrollo económico local en Ecuador: Relación entre producto interno bruto y sectores económicos*. Revista de Ciencias Sociales (RCS).
- Rafael Retes López, F. C. (2016). *Desarrollo territorial: Una propuesta de valor para el desarrollo de capacidades del capital humano en distrito del desarrollo rural* . Revista mexicana de agronegocios .
- Rodolfo, T. S. (1995). *Manual de investigación documental : elaboración de tesinas*. México: Universidad Iberoamericana.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* . México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Valdez Alberto, M. C. (2018). *Calidad de servicio en redes de telecomunicaciones* . Argentina: UNNE.

## VIII. ANEXOS

### Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación



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

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** MALDONADO TUQUERRES JENIFFER ARACELY      **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 1726113721  
**NIVEL/PARALELO:** EGRESADO      **PERIODO ACADÉMICO:** YO 2021 SEPTIEMBRE 2

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DEL TERRITORIO, DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI

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

**PRESIDENTE:** MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ  
**LECTOR:** MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD  
**ASESOR:** MSC. PÉREZ QUIROZ ROBERTH PATRICIO

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:** TEAMS      **AULA:** VIRTUAL  
**FECHA:** miércoles, 18 de agosto de 2021  
**HORA:** 0,375

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,80  
2) Trabajo escrito 2,60  
**Nota final de PRE DEFENSA 8,40**

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el      miércoles, 18 de agosto de 2021

SONIA MARILU  
MALQUIN  
VERA

Firmado digitalmente  
por SONIA MARILU  
MALQUIN VERA  
Fecha: 2021.08.18  
10:00:22 -05'00'

MSC. MALQUÍN VERA SONIA MARILÚ

**PRESIDENTE**

Firmado digitalmente por: ROBERTH  
PATRICIO PÉREZ QUIROZ  
Fecha y hora: 31.08.2021 21:53:45  
MSC. PÉREZ QUIROZ ROBERTH PATRICIO

**TUTOR**



Firmado digitalmente por:  
1709123788 FREDDY  
RICHARD QUINDE  
SARI

MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones



Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

### Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

**Autor:** Jeniffer Aracely Maldonado Tuquerres -Yadira Mishell Ramírez Maigua

**Fecha de recepción del abstract:** 1 de septiembre de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 2 de septiembre 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



Firmado electrónicamente por:  
EDISON BOANERGES  
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

### ABSTRACT- EVALUATION SHEET

**NAME:** Jeniffer Aracely Maldonado Tuquerres -Yadira Mishell Ramírez Maigua  
**DATE:** 1 de septiembre de 2021

**TOPIC:** "Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi".

#### REMARKS AWARDED      Q U A N T I T A T I V E A N D Q U A L I T A T I V E

<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic <input checked="" type="checkbox"/>	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic <input type="checkbox"/>	Use basic and simplistic words related to the topic <input type="checkbox"/>	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>WRITING COHESION</b>	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	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	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 type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	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	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	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	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED			
	<b>TOTAL 9</b>			



**Universidad Politécnica Estatal del Carchi**  
Carrera de Administración de Empresas y Marketing

**Objetivo: Diseñar una estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi**

**Datos Generales:**

<b>Genero:</b>		<b>Nivel de estudio:</b>	
----------------	--	--------------------------	--

<b>En base a la experiencia al visitar o vivir en la parroquia, marque su nivel de acuerdo o desacuerdo en las siguientes afirmaciones, considerando que 1 es totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
---	----------	----------	----------	----------	----------

**Accesibilidad Geográfica**

<b>1</b>	La parroquia cuenta con vías de fácil acceso				
----------	--	--	--	--	--

**Tierras**

<b>2</b>	Predominan las áreas cultivadas				
----------	---------------------------------	--	--	--	--

**Identidad propia**

<b>3</b>	La parroquia es reconocida por sus tradiciones y costumbres				
----------	---	--	--	--	--

<b>4</b>	La parroquia es reconocida por la gentileza de su gente				
----------	---	--	--	--	--

**Ventajas competitivas**

<b>5</b>	La parroquia se distingue de otras parroquias por su gastronomía				
----------	--	--	--	--	--

<b>6</b>	La parroquia se distingue de otras parroquias por sus lugares turísticos				
----------	--	--	--	--	--

**Imagen territorial**

<b>7</b>	La parroquia tiene un alto nivel de aceptación				
----------	--	--	--	--	--

<b>8</b>	Tiene gran afluencia de visitantes				
----------	------------------------------------	--	--	--	--

<b>9</b>	Las personas visitan la parroquia más de una vez				
----------	--	--	--	--	--

<b>10</b>	La parroquia es reconocida por los turistas				
-----------	---	--	--	--	--

**Agricultura**

<b>11</b>	El territorio es apropiado para la producción agrícola				
-----------	--	--	--	--	--

<b>12</b>	Existe suficiente disponibilidad de tierra para la producción agrícola				
-----------	--	--	--	--	--

**Ganadería**

<b>13</b>	El territorio es apropiado para la ganadería				
-----------	--	--	--	--	--

<b>14</b>	Existe suficiente disponibilidad de tierra para desarrollar la ganadería				
-----------	--	--	--	--	--

**No tradicionales**

<b>15</b>	El territorio resulta apropiado para desarrollar otras actividades				
-----------	--	--	--	--	--

<b>16</b>	Existe disponibilidad de recursos para desarrollar otras actividades				
-----------	--	--	--	--	--

**Biodiversidad**

<b>17</b>	La parroquia posee biodiversidad de flora				
-----------	---	--	--	--	--

<b>18</b>	La parroquia posee biodiversidad de fauna				
-----------	---	--	--	--	--

19	Existe interacción entre el hombre y la naturaleza						
<b>Factor medio ambiental</b>							
20	El suelo de la parroquia posee características positivas para la vegetación						
21	El clima de la parroquia es favorable						
22	Las personas muestran interés por el medio ambiente						
23	La naturaleza a dotado de lugares turísticos						
<b>Transporte</b>							
24	Es fácil conseguir transporte para llegar a la parroquia						
25	Es fácil conseguir transporte dentro de la parroquia						
26	las calles y carreteras están en buen estado para transitar						
<b>Telecomunicaciones</b>							
27	En la parroquia existe disponibilidad de internet						
28	En la parroquia existe disponibilidad de telefonía móvil						
<i>Gracias por su atención</i>							



**Universidad Politécnica Estatal del Carchi**  
**Carrera de Administración de Empresas y Marketing**  
**Entrevista dirigida al presidente de la parroquia San Vicente de Pusir**

**Objetivo:** Diseñar una estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi

**1. ¿Existe facilidad de transporte para llegar a la parroquia?**

Si existe hay un transporte es la Cooperativa del Valle del Chota tiene una frecuencia de las rutas Ibarra san Vicente de Pusir y el Valle del Chota pero los horarios que tenemos es el primer bus entra a las 5 de la tarde y el segundo bus es a las 8 y 30 de la noche.

**2. ¿En qué estado encuentran las redes de agua potable?**

Básicamente no existe una planta de tratamiento de agua potable, pero si tenemos redes de acueducto, la cual abastece a la mayoría de la población del líquido vital, aunque ha habido problemas con esta situación gracias a las mingas llevadas a cabo por los pobladores se ha logrado mantener las redes en buen estado.

**3. ¿En qué estado se encuentran las calles y carreteras de la parroquia?**

Por lo general, las carreteras tienen una calidad promedio en la población central, pero las carreteras para las diferentes comunidades la mayoría del año no se encuentran en buen estado y se opta por recorrer diferentes pasos y caminos provisionales debido a la época de lluvias.

**4. ¿La parroquia maneja algún tipo de promoción?**

La parroquia cuenta con sitios turísticos que aún no han sido explotados como tales, pero manejamos un estilo diferente bajo el slogan “el turismo lo pones tu” que trata de que cada visitante pueda conocer el lugar y disfrutar de los senderos, el rio chota y los platos típicos de la parroquia como el turista lo desee.

**5. ¿Existen empresas en la parroquia y a que se dedican?**

Tenemos una sola empresa dedicada a el proceso de frutos le extraen la pulpa del mango y se realizan jugos; esta empresa se llama HINOJOSA LEON y actualmente está surtiendo o comercializando la cadena de Supermaxi es decir a un nivel nacional.

*Gracias por su colaboración*