

# 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 de Maldonado provincia del Carchi”

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

AUTORA: Nazate España Anghela Yuliana

TUTOR: MSc. Urresta Yépez Ramiro Fernando

Tulcán, 2021

## **CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR**

Certificamos que la estudiante Nazate España Anghela Yuliana con el número de cédula 0402030886 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia de Maldonado 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.....

Urresta Yépez Ramiro Fernando

**TUTOR**

f.....

Paguay Chávez Félix Wilmer

**LECTOR**

Tulcán, Septiembre de 2021

## AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Nazate España Anghela Yuliana con cédula de identidad número 0402030886 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Nazate España Anghela Yuliana

AUTORA

Tulcán, Septiembre de 2021

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Nazate España Anghela Yuliana 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 de Maldonado provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Nazate España Anghela Yuliana

AUTORA

Tulcán, Septiembre de 2021

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la oportunidad de tenerme con vida, por cada una de las bendiciones día a día, agradezco por todo lo bueno que me da la vida, porque hasta ahora todo ha salido de la mejor manera.

De igual forma a mis padres quienes con su apoyo incondicional y su mayor esfuerzo hicieron que pueda continuar con mis estudios universitarios siendo ellos el motor más importante para salir adelante, además de los buenos consejos, valores y principios que me inculcaron.

Así mismo mi agradecimiento total a los docentes quienes me compartieron su sabiduría y me motivaron a culminar esta maravillosa etapa. En especial a mi tutor MSc. Ramiro Urresta quién me supo brindar su apoyo, enseñanza continua y gran apoyo para culminar el Trabajo de Investigación.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios porque gracias a sus bendiciones he logrado culminar mis estudios, se lo dedico a toda mi familia en especial a mis padres: Alexandra España y Patricio Nazate quienes con su amor infinito me apoyaron en cada paso de mi vida universitaria y el ser una profesional es la gratificación a todo lo que ellos han hecho por mí.

A todas las personas que me apoyaron que me dieron un suspiro de aliento día tras día y por su apoyo incondicional para culminar con mi meta de ser profesional.

## ÍNDICE

I. PROBLEMA	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	16
1.4.1. Objetivo General .....	16
1.4.2. Objetivos Específicos .....	16
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	16
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	16
2.2. MARCO TEÓRICO .....	19
2.2.1. Desarrollo Económico.....	19
2.2.2. Bienestar y cohesión social.....	28
2.2.3. Capital Territorial.....	31
2.2.4. Estrategia de desarrollo económico .....	33
III. METODOLOGÍA	38
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	38
3.1.2. Tipo de Investigación.....	39
3.2. IDEA A DEFENDER.....	40
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	40
3.3.1. Definición de Variables .....	41
3.3.2. Operacionalización de Variables.....	42
3.4.1. Método deductivo.....	43
3.4.2. Método Inductivo .....	44
3.5. Análisis Estadístico .....	44
3.5.1. Población.....	44
3.5.2. Muestra .....	44
3.6. Técnicas e instrumentos.....	45
IV. Resultados y Discusión:.....	48
Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia de Maldonado provincia del Carchi	48

4.1. Desarrollo económico de la parroquia de Maldonado .....	48
4.1.1. Asociaciones existentes en la parroquia .....	51
4.1.2. Población Económicamente Activa.....	52
4.1.3. Principales Productos de Territorio .....	53
4.1.4. Características de las actividades productivas.....	54
4.1.5. Amenazas en las actividades económicas .....	54
4.1.6. Otras actividades económicas de la parroquia .....	55
4.2. Bienestar y cohesión social entre los habitantes .....	55
4.2.1. Inscripción en el registro civil .....	57
4.2.2. Ámbito de participación en la formación académica .....	55
4.2.3 Espacios Públicos.....	58
4.3. Capital territorial en la parroquia .....	61
4.3.1. Promoción económica del territorio.....	61
4.3.2 Vías de acceso a la vivienda .....	61
4.3.3. Disponibilidad de conectividad.....	63
4.3.4 Infraestructura y acceso a servicios básicos .....	64
4.3.5. Tenencia de Viviendas .....	64
4.3.6 Organizaciones Sociales Locales .....	65
4.3.7. Influencia del COVID-19 en el sector agrícola y ganadero .....	65
Capítulo VI            67	
6.1 Propuesta de estrategia .....	67
6.1 Conclusiones.....	72
6.2 Recomendaciones .....	73
VII. Referencias Bibliográficas .....	74
ANEXOS .....	78



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables.....	42
Tabla 2. Actividades económicas de la parroquia .....	48
Tabla 3. Asociaciones existentes en la parroquia .....	51
Tabla 4. Población económicamente ACTIVA .....	52
Tabla 5. Principales productos del territorio .....	53
Tabla 6. Características de las actividades productivas.....	54
Tabla 7. Inscripción en el registro civil .....	57
Tabla 8. Grados de escolaridad.....	56
Tabla 9. Espacios Culturales .....	58
Tabla 10. Espacios Culturales relacionados a clubes deportivos .....	59
Tabla 11. Grupos étnicos.....	59
Tabla 12. Seguridad ciudadana.....	60
Tabla 13. Patrimonio Cultural .....	60
Tabla 14. Patrimonio Cultural .....	62
Tabla 15. Disponibilidad de internet .....	63
Tabla 16. Tendencia de vivienda.....	64
Tabla 17. Espacios Culturales .....	65
Tabla 18. Similitud de Entrevistas.....	64

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura Nro. 1. Matriz de Crecimiento de Ansoff .....	36
--	----

## RESUMEN

La presente investigación está enfocada en determinar una idea que nazca como estrategia para la promoción de la economía de la parroquia de Maldonado, en donde posiblemente existen potencialidades que no están siendo explotadas de la mejor manera para el desarrollo y crecimiento de la localidad, para lo cual se fundamenta en teorías de desarrollo económico y bienestar social, así mismo la metodología utilizada en la investigación es un enfoque cuali cuantitativo, que representa contar con información requerida en la operacionalización de variables considerada como eje principal para el levantamiento de información en la localidad. Los líderes de las asociaciones facilitaron la información mediante entrevistas generando resultados significativos, además de contar con una base de datos del INEC en donde se muestra los resultados de un estudio realizado que sirvió de apoyo en el trabajo. De esta manera se concluye que Maldonado cuenta con potencialidades que no son aprovechadas de una buena manera, de igual forma cuenta con productos de calidad que pueden ser distribuidos a diferentes lugares del territorio en donde los acojan a un precio representativo y tengan una mayor demanda. El 68.3% de la población se dedica a las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca representando como las principales que contribuyen y aportan en gran cantidad la economía de la localidad, entre estos tenemos que los productos de calidad que no son explotados correctamente hacia el mercado son: la mora, el tomate de árbol, la naranjilla y la granadilla, productos de calidad que a pesar de contar con excelentes características de cultivo no cuentan con la iniciativa de procesarlos o distribuirlos correctamente a los lugares que los demandan como Tulcán e Ibarra.

De esta manera se identificó que Maldonado es una parroquia que cuenta con ciertas potencialidades y productos de calidad que son el principal motivo para diseñar una estrategia que permita la promoción de la economía del territorio.

## ABSTRACT

The current research is focused on determining an awareness that it must emerge as a strategy for the improvement of the economy of the locality of "Maldonado," where perhaps potentialities are not being exploited in a better way for the development and growth of the town, for this reason; this inspect is based on theories of economic development and social welfare; furthermore, a qualitative-quantitative approach is hired as the methodology in the research which signifies partaking the information required in the operability of variables considered as the main axis for gathering data in the locality. Basically, the leaders of the associations provided the information through interviews by generating significant consequences, in addition to stablishing an INEC database displaying the significances of a study carried out that served as support in the field. In this way, it is concluded that the locality of Maldonado, in Carchi releases a huge variety of potentialities which one are not used for improvement; in the same way, it offers products with a high quality that can be distributed to different dividends of the territory where they are welcomed at a representative price and represent a superior demand. 68.3% of the population is dedicated to agriculture, livestock, forestry and fishing activities; Moreover, behalf of the main ones that contribute and donate a large amount of incomes to the economy of the town, among these we are opened to offer quality products which are not properly exploited towards the agriculture market for blackberry, tree tomato, "naranjilla and granadilla," quality products that despite having excellent cultivation characteristics do not have the initiative to process or distribute them correctly to places that are required, such as the cities: Tulcán and Ibarra.

In this way, it was identified that Maldonado is a locality that has certain potentialities and quality products which are the main reason for designing a strategy that allows the promotion of the territory's economy.

## INTRODUCCIÓN

Maldonado es una parroquia rural del cantón Tulcán que se encuentra ubicada en la zona noroccidental del país en la vía Tulcán – Chical km 98. Según datos del PDyOT 2015-2019, actualmente la parroquia cuenta con una proyección de 1899 habitantes, mismo que toma como base para la proyección la población del censo del 2010.

La parroquia posee una extensión territorial de 206.40 km<sup>2</sup>, es una de las parroquias rurales que representa el 1.96% de la población total del cantón Tulcán y el 3% de su población rural. La actividad principal que caracteriza a este lugar es la agricultura y ganadería, siendo la producción de mora, naranjilla y el tomate de árbol, productos estrellas de la región.

Esta investigación tiene como finalidad diseñar una estrategia que sirva para la promoción de la economía del territorio en donde se aprovechen las potencialidades y se trabaje con los productos de calidad que posee Maldonado. Por lo tanto, se encuentra estructurado por cuatro capítulos, el primero se refiere a la problemática de aprovechar las potencialidades de Maldonado incluyendo los objetivos generales y específicos. En el segundo capítulo se describe las investigaciones previas a la realización del informe, además se presenta un marco teórico para guiar al lector respecto a las consideraciones que sustentan el trabajo. El tercer capítulo expone los aspectos metodológicos que se utilizaron en la investigación como, el tipo de investigación, el enfoque, la población y muestra. En el capítulo cuarto se encuentra una fusión de los resultados y discusión de la investigación, en donde se identifica las potencialidades y los productos de calidad del territorio, aspectos claves para la realización de la estrategia para la promoción de la economía de Maldonado. Finalmente se recogen las principales conclusiones de este trabajo y se propone algunas recomendaciones tanto para la realización de las estrategias y para futuras investigaciones.

## **I. PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la actualidad a nivel global, los países deben proponerse en mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, de igual manera diversificar la economía productiva y aprovechamiento de las potencialidades que posee cada uno. Maldonado posee una población de 1899 habitantes según datos del censo INEC (2010), en donde la mayoría de los habitantes se dedican a actividades agrícolas y ganaderas siendo su actividad la entrega de sus productos a los intermediarios, los cuales se benefician y aprovechan de los productores, obteniendo mayores ingresos debido a que estos ofertan directamente al consumidor final, afectando a los productores de la zona provocando desigualdad en el mercado y en la economía de la parroquia.

Un factor determinante que afecta la economía es la poca organización en la oferta de la producción de frutas, pues no permite la llegada de derivados a su mercado objetivo, ya que los productores no poseen el suficiente conocimiento para poder ingresar con sus productos a los sectores industriales del país, esto sumado a una emergencia sanitaria de impacto global ocasiona un debilitamiento fuerte en su economía, puntos principales que se analizarán en la presente investigación.

La problemática central de esta investigación es el desaprovechamiento de las potencialidades de la parroquia de Maldonado. Esta problemática tiene un impacto negativo en las cadenas productivas ya que su nivel de relación con empresas desarrolladas y líderes del mercado se ve estancado, si bien es cierto estas empresas aportan grandes beneficios al desarrollo territorial generando mayores ingresos. la producción, transformación y comercialización de los productos no es muy factible ya que solamente se dedican a ofertar productos en su mayoría a la misma población y en un porcentaje mínimo fuera de su región.

El desinterés por parte de las autoridades sobre el desarrollo económico y el bienestar de la parroquia provoca que no exista interesados en invertir en nuevos proyectos que generen cambios positivos y beneficios para la comunidad. El bajo nivel de participación frena la asociatividad entre los mismos productores e impide aprovechar al máximo las potencialidades del territorio.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo la parroquia de Maldonado puede aprovechar sus potencialidades para generar desarrollo económico?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo de investigación permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera universitaria, de igual manera se proyecta proporcionar una estrategia para la promoción de la economía de la parroquia de Maldonado, de esta manera apoyar a los pequeños productores para mejorar su situación económica y calidad de vida, aumentar las posibilidades de crecimiento del sector agrícola de la parroquia.

La investigación generó ideas de negocio a través del fortalecimiento de conocimientos y emprendimientos que aportan al desarrollo regional, también en el correcto manejo del marketing territorial y el aspecto más importante que influye en este estudio es la promoción económica del territorio. Además, mostrándose con las diferentes potencialidades que esta posee como sus costumbres, su reforestación y su gente, con ello se logra incrementar la economía ambiental dando un giro al valor turístico.

Los beneficiarios directos de la presente investigación son: los productores, asociaciones, comerciantes, transportistas y autoridades del GAD, ya que de esta manera se abren fronteras de conocimiento y permiten tener una fuente de ingresos más amplia. Como estudiante, el objetivo que se tuvo de contribuir con la sociedad y aplicar los conocimientos para lograr un aporte dentro y fuera de la universidad cooperando a la creación de proyectos de vinculación con la sociedad e impulsando el desarrollo de la ciudad incluyendo a la generación de ingresos para mejorar la calidad de vida. De manera indirecta, se busca contribuir con el desarrollo socioeconómico de las personas de la zona dedicadas a la agricultura y actividades complementarias a la productividad como en pequeños negocios y mediante un criterio de concientización que diversifique la economía de la parroquia y se logre el crecimiento en la parroquia de Maldonado. El estudio es viable porque a pesar de no contar con los recursos necesarios para la investigación debido a la influencia del Covid-19 y la menor participación de la población se logró captar la información necesaria para procesar y direccionar estrategias interesantes que permitan la buena promoción económica de la parroquia, de esta manera beneficiando a los productores, ciudadanos y sectores aledaños.

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

### **1.4.1. Objetivo General**

Diseñar una estrategia que contribuya al desarrollo económico de la parroquia de Maldonado del cantón Tulcán provincia del Carchi.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Analizar el desarrollo económico de la parroquia de Maldonado del cantón Tulcán en la provincia del Carchi.
- Identificar los recursos, bienes y servicios sobre los cuales puede potenciarse el desarrollo empresarial de la parroquia de Maldonado.
- Formular una estrategia en base a un análisis previo, que permita promover y potenciar el desarrollo económico de la parroquia de Maldonado.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación**

¿Cómo se puede analizar el desarrollo económico de la parroquia de Maldonado del cantón Tulcán en la provincia del Carchi?

¿Cuáles son las potencialidades que generan desarrollo económico en la parroquia de Maldonado?

¿Cómo el diseño de una estrategia bien formulada repercute en el desarrollo económico de una parroquia?

## **II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Las investigaciones que preceden ese trabajo aportan a la elaboración de un marco teórico consistente, enriqueciendo el capítulo de resultados y discusión de la presente investigación, a continuación, se describe brevemente cada una de ellas.

Según García y Almeida (2021) en su investigación “*Ecuador: Situación macroeconómica en 2020 y perspectivas 2021*” señalan que:



La caída de ingresos tributarios y la mantención de gastos corrientes inflexibles conducen inevitablemente a procesos de alto endeudamiento público, tanto interno como externo, recreando condiciones de insostenibilidad fiscal que luego se transfieren a la balanza de pagos vía crecientes pagos de intereses y capitales al exterior. Esta situación suele ser frecuente dentro de los países latinoamericanos que además se ven afectados por el movimiento especulativo de capitales internacionales y el deterioro de los términos de intercambio

Varios estudios concuerdan en que la economía ha venido presentando un ciclo de recesión desde el año 2015, lo que conlleva a pensar en la destrucción del empleo productivo e incremento de la informalidad, esto conlleva a analizar una posible estrategia de promoción con incentivo al crecimiento económico.

Según Vasco (2016) en su investigación “*Problemas fronterizos en Ecuador con Colombia II: provincia del Carchi*” se menciona que:

La población de la parroquia de Maldonado, se dedica a dos actividades, agricultura y ganadería, donde la primera es de subsistencia, lo que producen consumen y el exceso comercializan con sus vecinos. También, la población se dedica a la molienda de caña para producir aguardiente, además de cultivar varios frutos propios del lugar; la ganadería tiene dificultades para mantenerse por la falta de vías de comunicación, vendiendo la carne en Tulcán; hacia el sur existen enlaces terrestres con el Cantón Espejo a través de picas o senderos; y la comunicación con el área rural de la parroquia se realiza por caminos de herradura.

El artículo planteado menciona que esta parroquia, limita al norte con Colombia, al sur con la Parroquia El Chical, al este con la Parroquia El Chical y al oeste las Parroquias La Libertad y Tufiño. Integrada por diez comunidades que ocupan parte de la región subtropical de Tulcán con una extensión de 170 km cuadrados y su población aproximada de 1300 habitantes. Además, su principal fuente economía está íntimamente relacionada con la producción agropecuaria, misma que se ve debilitada por falta de organización y apoyo, como también por la actual emergencia sanitaria.

Según Herrera (2015) en “*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia del Carchi*” señala que:

Carchi tiene una importante actividad económica principalmente comercial, según los datos del 2010, existen alrededor de 6 mil establecimientos visibles que desarrollan actividades en la provincia, esto es un 14% del total a nivel regional y 1% a nivel nacional. Los sectores con mayor producción en la provincia en 2010 corresponden a los

servicios de Transporte, Comercio, Construcción y Administración Pública, cuya producción representa menos de 2% en la producción nacional de dichos sectores. En cuanto a los productos agrícolas destacados en la provincia se encuentran la obtención de leche y el cultivo de papa, los cuales tienen una participación importante en la producción a nivel nacional: 8% la obtención de leche y 26% el cultivo de papa. Al observar la participación en el país, además de la papa y la leche se destacan el cultivo de otros productos agrícolas y el cultivo de flores, ambos una participación al 15%.

En cuanto al desarrollo económico de la provincia del Carchi, el Economista Guillermo Herrera señaló que, al ser el Carchi una provincia fronteriza, el impacto económico es relativamente mayor, puesto que las actividades agrícolas, pecuarias y comerciales generan una mayor fuente económica, sin embargo ante la actual situación y la deficiente organización por parte de cada parroquia, la economía se ve debilitada pues muchas parroquias se dedican en gran medida a actividades agrícolas y ganaderas, dichas actividades son las principales fuentes de empleo de la población rural, no obstante son las que menos valor agregado tienen, pues su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) es menor que otras actividades desarrolladas.

Wheatley (2015) en su investigación “*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Maldonado*”, postula lo siguiente:

Las actividades más destacadas dentro de este sector son las producciones de banano, café, cacao, flores, cereales, entre otros, además de la actividad ganadera diversa y la silvicultura. En gran parte, la actividad agrícola es una de las principales fuentes de ingreso de divisas para el país debido a que las producciones más importantes se orientan hacia el mercado externo.

Su objetivo y direccionamiento ha sido propiciar una verdadera planificación participativa del buen vivir. Donde son las comunidades quienes mejor conocen su realidad y sus necesidades, además de brindar un proceso de relacionamiento horizontal entre el equipo técnico, autoridades GAD, miembros consejo de participación y miembros comunidades. La importancia radica en obtener datos relevantes sobre la parroquia, puesto que se desconoce en su totalidad la realidad que cursa la población de dicho lugar en cuanto a obtener el desarrollo local.

Castillo (2015) en su investigación “*Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico*”, menciona que:

Los cuatro objetivos planteados para el desarrollo económico son: Una sociedad más igualitaria y solidaria. Una sociedad de ciudadanos libres y responsables. Un Estado

eficiente al servicio de los ciudadanos y una economía que garantice un mayor nivel de bienestar.

Por tal motivo el presente trabajo tomando en base lo anteriormente postulado, contribuye en analizar y presentar una alternativa de desarrollo económico y competitividad del país ya que este es un modelo que aborda el desarrollo económico y por ende el bienestar desde otro punto de vista, utilizando el espíritu empresarial que propicia una cultura empresarial para obtener una mejor calidad de vida. Intervienen los empresarios aportando con nuevas ideologías, perspectivas y crean oportunidades a través de las necesidades de la localidad, entre los principales aportes a la presente investigación están en el marco teórico.

Finalmente, Sempértegui et al. (2019) en su obra denominada “Ramón Tocto y María Victoria de la Universidad Nacional de Loja en el año 2019 acerca del *“Diagnóstico del potencial endógeno de la parroquia rural san Lucas del cantón Loja: periodo de estudio 2017 -2018”*”, hace énfasis sobre potencialidades que posee la parroquia, y contribuye en la investigación dando a conocer que estas deben ser aprovechadas de una forma responsable para aumentar el desarrollo de la parroquia y generar beneficios para los habitantes, así mismo las actividades agrícolas, ganaderas y turísticas son los factores que influyen para el desarrollo de la parroquia. Junto al sistema productivo que permiten tener variedad de alimentos y diversidad de semillas ancestrales.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

En este apartado se presentan varios conceptos de referencia relacionados con el desarrollo económico y los elementos claves a ser considerados dentro de la presente investigación, mismos que nos orientaran y facilitaran la comprensión del tema en cuestión.

### **2.2.1. Desarrollo Económico**

El Desarrollo Económico es un ámbito bien establecido de la economía aplicada, que ha existido no en sustancia, si no en nombre, por lo menos desde el tiempo de Adam Smith. Desde “siempre tendréis los pobres con vosotros”, este aspecto de su misión es probablemente de carácter permanente. (Eatwell, Milgate y Newman, 1993, p.16)

CEPAL (2019) menciona que:

La CEPAL, en el área del desarrollo económico, tiene como objetivo la promoción de un crecimiento económico equitativo de largo plazo y la generación y asignación eficiente de recursos financieros para apoyar el desarrollo y la igualdad en los países de América Latina y el Caribe. Esta misión se instrumenta a través de tres estrategias: un seguimiento sistemático de políticas y reformas macroeconómicas, una evaluación de la incidencia de éstas en términos de sustentabilidad, eficacia y equidad, y un apoyo sustantivo para la formulación e implementación de dichas políticas y reformas por parte de los gobiernos.

Barros y Reyes (2008), menciona que: el desarrollo económico es la capacidad de los países para crear una mayor riqueza con la finalidad de promover el bienestar económico y social de sus habitantes, está compuesto por un conjunto de transformaciones políticas, económicas y sociales, las cuales son fruto de crecimiento económica sin embargo no siempre está creciendo como resultado de desarrollo debido a la inexistencia de las transformaciones mencionadas anteriormente. (p.23)

### **2.2.1.1 Promoción Económica**

“La promoción económica es la existencia de instrumentos y mecanismos concretos donde ocurren las iniciativas públicas y privadas de provisión de bienes y servicios de soporte y apoyo a iniciativas privadas de inversión” (Carlo, Vacallanos y Téllez, 2005, p.22).

De lo citado anteriormente se menciona que la promoción económica busca conseguir y potenciar el desarrollo económico y social en un ámbito local, fomentando actividades económicas que generen mayores ingresos y fuentes laborales.

Solano (citado en Suazo, 2014), asegura que el diagnóstico socioeconómico se concentra en variables:

que actúan específicamente sobre la demanda de todos los posibles consumidores de turismo de la zona emisora sin tener en cuenta el destino. Entre ellas se destacan el nivel

de renta personal disponible, la distribución de los ingresos, el derecho a vacaciones, el valor de la moda. la política fiscal y controles del gasto en turismo. (p. 8)

La situación productiva es “La generación de riqueza no cubre esos requisitos, y sólo cumple con la rapidez y el ahorro en el manejo de los recursos para producir en masa; le faltaría su parte importante, que es crear la política social fundamentada en la distribución de la riqueza, para tener un bienestar integral colectivo” (López, 2013, p.15).

En la parroquia Maldonado la situación productiva ayudará al desarrollo local, donde se aplicará la promoción económica y una estrategia para que la zona pueda dar a conocer los bienes, servicios y experiencias que oferta hacia otras parroquias o ciudades, sin embargo, antes de evaluar la promoción económica es vital considerar el trabajo y empleo que pueda demandar tal situación.

#### **2.2.1.2 Cadena Productiva**

“La cadena es un conjunto articulado de actividades económicas integradas; integración consecuencia de articulaciones en términos de mercado, tecnología y capital” (Chevalier y Toledano, 1978), por otro lado, “Entendemos por cadena el conjunto de actividades estrechamente interrelacionadas, verticalmente vinculadas por su pertenencia a un mismo producto y cuya finalidad es satisfacer al consumidor” (Montiguad 1992).

Chevalier y Toledano citado por Rosario Peiró (2019) menciona:

La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que ayuda a determinar la ventaja competitiva de la empresa.

En la cadena de valor se pueden diferenciar dos tipos de actividades:

1. Las actividades primarias: Un grupo de acciones enfocadas en la elaboración física de cada producto y el proceso de transferencia al comprador.

Se distinguen cinco actividades primarias:

- 1.1. Logística interna: Comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.
- 1.2. Operaciones (producción): Procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- 1.3. Logística externa: Almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.
- 1.4. Marketing y ventas: Actividades con las que se publicita el producto para darlo a conocer.
- 1.5. Servicio: de post-venta o mantenimiento, las actividades de las que se encarga están destinadas a mantener, realzar el valor del producto y aplicar garantías.
2. Las actividades de apoyo: Son un soporte de las primarias y en ellas se incluye la participación de los recursos humanos, por ejemplo. Se distinguen las siguientes:
  - 2.1. Infraestructura de la organización: Actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.
  - 2.2. Dirección de recursos humanos: Búsqueda, contratación y motivación del personal.
  - 2.3. Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo: Generadores de costes y valor.
  - 2.4. Compras: Es todo aquello cuyo objetivo es abastecer y almacenar materias primas o materiales para producir.

### **Principales productos territoriales**

Según datos recolectados en el PDyOT 2015, la parroquia de Maldonado mantiene una producción principalmente agropecuaria; a excepción de la cabecera parroquial, puesto que allí se realizan otras actividades como prestación de servicios y comercio; por otra parte, las

comunidades rurales tienen primariamente actividades agrícolas seguidas de la ganadería. Los productos varían entre la parte alta y baja de acuerdo con la temperatura y altura. En la parte alta se siembra principalmente mora, tomate de árbol, granadilla, naranjilla, maíz y frejol; mientras que en su parte baja se siembra principalmente plátano, yuca, café, caña de azúcar y frutales varios.

### **Características de las actividades agrícolas y ganaderas**

La mayoría de estas actividades se realiza a través de grandes grupos familiares, además es indispensable mencionar que existen varios procesos asociativos alrededor de la panela, el café y últimamente la mora. Como características del tipo de agricultura desarrollado, en su mayoría es extensiva, la cual aprovecha grandes espacios para el desarrollo de cultivos con bajo nivel de tecnificación.

#### **2.2.1.3. Potencialidades**

“Amartya Sen afirma que la calidad de vida de una persona debe valorarse en términos de sus capacidades. Una capacidad es la habilidad o potencial para hacer o ser algo, más técnicamente, para lograr un cierto funcionamiento que tiene que ver con el bienestar y el logro de ese bienestar. Las capacidades son las potencialidades para lograr todas estas cosas, razón por la cual es necesario que todas.

“Los pobres, los que carecen de trabajo o de atención médica, que no tienen vivienda propia y que no poseen educación, no son libres y por lo tanto no tienen calidad de vida”. “Al concepto de calidad de vida se le puede dar amplias interpretaciones, según lo que abarquen los factores evaluativos, con respecto a la vida de una persona, que se consideren incluidos en ella. Ningún concepto es del todo apto, o ampliamente aceptado en los usos filosófico o común para este amplio papel; no obstante, se utilizará el concepto de << una buena vida >> para referirse a la calidad de vida de las personas en su sentido más amplio (Llano, 2006).

### **Uso del suelo y conflictos de uso agrario**

Las razones para el conflicto relacionado con la sobre utilización se origina debido a un uso inadecuado de sus áreas, con una intensidad mayor a su capacidad agroecológica, ocasionando

una pérdida acelerada de los recursos, creando problemas de fertilidad a corto y largo plazo. En cuanto a la subutilización se trata de aquellas tierras que tienen un uso menos intensivo de acuerdo a la verdadera capacidad agroecológica del suelo; en este caso principalmente se trata de tierras destinadas a la ganadería.

### **Modelo de desarrollo endógeno**

Destinobles (2007) afirma: “El modelo de desarrollo endógeno busca las potencialidades de su territorio ya sean económicas, culturales y sociales” (p.7).

El progreso técnico es el fruto de inversiones que efectúan los agentes económicos (motivados por el beneficio), es decir, el progreso técnico (el crecimiento) no tiene nada de natural. Es el comportamiento económico de los agentes el que determina su ritmo (Destinobles, 2007, p.7).

“Un proceso de desarrollo de base endógena es el que se fundamenta en el desarrollo, despliegue y reproducción en el tiempo de un conjunto de recursos locales que definen un cierto potencial de desarrollo endógeno” (Noguera, Pitarch y Pérez, 2011, p.111).

Autores como Albuquerque, citado por Vásquez Barquero, (1997) resaltan en el desarrollo “endógeno”, la importancia de los recursos locales adquiere relatividad en tanto se hace necesario contar con factores externos. Para el economista español Vásquez Barquero tratar de “desarrollo endógeno” significa hacer referencia a la existencia de un proceso emprendedor e innovador, en que el territorio no es receptor pasivo de las intervenciones externas, sino que tiene una estrategia propia que le permita incidir en la dinámica económica local.

Con este modelo dentro de la investigación ayuda al aprovechamiento de los recursos propios de la parroquia, explotar las potencialidades y generar un mayor control de bienes y servicios locales, lo cual se obtiene un desarrollo económico entre pobladores, conjuntamente con el mejoramiento e iniciativas para así lograr un capital territorial estable.

### **Modelo de desarrollo exógeno**

“El modelo de desarrollo exógeno se preocupa más por las inversiones extranjeras, innovación de tecnología, etc.”.



Un proceso de desarrollo de base exógena o desarrollo polarizado es el que se sustenta en una o varias iniciativas empresariales de inversión de origen externo y externamente controladas, con efectos poco significativos sobre los recursos y el potencial de desarrollo local. A veces, incluso, el proceso de base exógena y el proceso de base endógena coexisten en un mismo territorio. (Noguera, Pitarch y Pérez, 2011, p.111)

Este modelo ayuda a la investigación a tener claro los recursos externos para la contribución del desarrollo local, es decir, está fuera del ámbito local donde se introduce beneficios, tecnología, redes de innovación o inversiones extranjeras que aporten al avance de la parroquia, esto se obtiene de otros lugares que desean cambios o simplemente ayudar a la parroquia.

### **Desarrollo Regional**

Concepto inherente a la transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado dentro de una zona geográfica determinada. Se debe traducir en un incremento del bienestar que se expresa en indicadores económicos, sociales e institucionales.

“El desarrollo regional forma parte del desarrollo general de todo país, por lo que su estudio contribuye a comprender los diversos fenómenos socioeconómicos nacionales y dar solución a muchas de las problemáticas a esa escala” (Rosales, 2010).

### **Desarrollo Local**

El Desarrollo Local puede definirse como “aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos existentes en una determinada zona o espacio físico es capaz de estimular y fomentar su crecimiento económico, crear empleo, renta y riqueza y, sobre todo, mejorar la calidad de vida y el bienestar social de la comunidad local”. (Pérez y Carrillo, 2000, p.48)

El Desarrollo Territorial, cuya acción se sitúa en territorios subnacionales, tiene como objetivo alcanzar el desarrollo productivo y humano de una comunidad en el marco de un ambiente en donde históricamente han ido construyendo culturas basadas en tradiciones y configurando un

territorio, que no es solo un espacio físico, sino principalmente el resultado de una construcción social de relaciones entre personas, entre grupos y con el medio ambiente que les rodea. (Martínez y Clark, 2015, p.7)

## **Análisis del Entorno**

Pronosticar, explorar y vigilar el entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos clave del pasado, presente y futuro de la sociedad. El éxito o supervivencia de la sociedad se debe en numerosas ocasiones a la capacidad que desarrolla la misma para predecir los cambios que se van a producir en el entorno. Se utiliza el método PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. (Martínez y Milla, 2012, p.34)

Dentro de la investigación, es de suma importancia realizar el análisis del entorno, esto servirá para saber la situación externa de la parroquia Maldonado, donde se presentan los factores económicos, tecnológicos, políticos y sociales, puesto que estos aspectos ayudarán al estudio más profundo y contribuir al estudio del marketing territorial.

## **Clientes**

Según Kotler, (2003) “Vivimos en una economía en la que se considera que el cliente es el rey” (p.8). El cliente es la parte importante de la actividad económica puesto que es quien adquiere los productos o bienes y de esta manera es el principal actor para que se pueda producir, fabricar y comercializar.

Según The Chartered Institute of Marketing (2009) el cliente es “una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)”

El cliente es la persona que percibe los productos y servicios ofertados en el mercado, pero no siempre este será el consumidor final ya que puede vender el producto a terceras personas que vienen a ser más clientes.

## **Competitividad**

Según Porter (1990) “La competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación de los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad” (p.10). Por otra parte, según Oster (2000) “La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo” (p.20).

La competitividad se refiere a la innovación que se pueda presentar en los productos para así mismo ofertar en el mercado y venderlos para obtener mayor productividad y altos niveles de ventas, con ello se aporta al desarrollo económico ya que con productos innovadores son más llamativos y se logra captar la atención de la localidad hasta poder llegar a producir fuera de la parroquia de Maldonado.

## **Posicionamiento**

Javier Sánchez Galán (2012) (b) menciona:

El posicionamiento es un concepto de marketing basado en la colocación por parte de las empresas de sus marcas en el imaginario colectivo de los consumidores.

Por medio de mecanismos de mercadotecnia las compañías hacen que los clientes tengan una percepción particular de ellas. De esto trata el posicionamiento.

A través del posicionamiento, una compañía persigue contar con una posición distinguida y positiva en cuanto a las opiniones que sus potenciales clientes puedan tener de ella. Este conocimiento ayuda a la creación de diferentes acciones en la vida de una firma u organización y a la toma de decisiones, especialmente en el ámbito de la mercadotecnia.

El posicionamiento es un importante mecanismo en términos de medición de competencia, ya que las empresas buscan conocer lo que provocan en las personas frente

a la reacción por parte de estas frente a sus habituales competidores, valorando esta percepción y sacando conclusiones de dicho análisis de cara a futuras estrategias de marketing.

Alternativamente, el posicionamiento permite a las empresas conocer si la imagen que desean proyectar al mundo es la que es recibida por parte de los consumidores de sus bienes y servicios, afectando esta comparación a la imagen de marca, la reputación y la imagen corporativa.

## **2.2.2 Bienestar y cohesión social**

### **2.2.2.1. Componente biofísico**

#### **Suelos**

La información brindada del PDOT de GAD parroquial de Maldonado, informa que los suelos de la parroquia se han formado debido a procesos volcánicos, generalmente con cenizas volcánicas que se han depositado en su relieve, existen variedades que van desde tierras aptas para la agricultura con limitaciones leves hasta suelos ácidos predominantes de texturas franco.

#### **Factores climáticos**

Existen tres tipos de clima en esta parroquia, mismos que varían de acuerdo con la topografía y cobertura vegetal, dichos climas se pueden apreciar en la zona de paramo, transición y bosque, su clima por lo general es húmedo teniendo variaciones desde un 70 a 90 %, su temperatura varía entre 12 a 20 °C e inclusive puede descender hasta los 4 °C.

#### **Recursos naturales degradados**

Los principales recursos son flora, fauna, suelo, agua y aire. Dichos recursos han sido utilizados se forma irresponsable, las principales razones es el desconocimiento de leyes ambientales, deforestación, manejo inapropiado del suelo, sobreutilización, subutilización, contaminación de aguas con productos químicos

## **Amenazas y potencialidades**

Existen diversas amenazas de carácter natural como, amenazas volcánicas, sísmicas, movimientos en masa, agua, quema, tala, caza, erosión y contaminación, mismas que varían desde ocurrencia alta, media a baja. No obstante, se debe tomar en cuenta las potencialidades, dentro de ellas la variedad de relieves que permiten obtener gran diversidad de flora y fauna, la diversidad de climas y agua permitiría crear una mayor fuente turística mediante una buena organización por parte de las entidades correspondientes.

### **2.2.2.2. Componente sociocultural**

#### **Inclusión social**

Según Echeverría, en su obra denominada “Inclusión productiva y social en el Ecuador”, se concluye que este apartado corresponde a una tendencia encargada brindar la oportunidad y posibilitar que personas en riesgos de pobreza e inclusive exclusión social, participen de manera plena y activa en la sociedad, disfrutando de sus derechos y con un nivel de vida adecuado. (p.14)

#### **Índice de educación**

Según La Unesco “Informe de Seguimiento de la EPT en el Mundo” (2011):

El índice de desarrollo de la educación para todos (IDE) es un índice compuesto que proporciona una evaluación global del sistema educativo de un país en relación con los objetivos de la EPT. Debido a las limitaciones en materia de disponibilidad de datos, el IDE sólo comprende actualmente los cuatro objetivos más fácilmente cuantificables de la EPT. (p.1)

Además, información correspondiente por el Censo 2010 registra una tasa de analfabetismo del 13,93%; detallado por género tenemos para hombres 9,87% y para mujeres el 17,32%. El analfabetismo en el cantón Tulcán es de 5,5%; y en la provincia del Carchi de 6,2; a nivel nacional es de 6,28%. El porcentaje está por encima de los promedios correspondientes y es elevado sobre todo en cuanto a mujeres. Esto puede corresponder a cuestiones culturales y demográficas.

## **Situación Social**

Según Granada (2001)<sup>1</sup>:

La situación social podría entenderse como el tipo de interacción que se establece un Sujeto Social con otro u otros respecto de ciertas propiedades, características o procesos del entorno y de los efectos percibidos sobre el mismo según roles y actividades desarrolladas por los sujetos. (p.390) La situación social es el contexto en el que se encuentra una sociedad, las características, actividades, en sí la perspectiva que se tiene de un lugar o de algo.

## **Costumbres**

Según El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Maldonado (2011):

Una de las costumbres de nuestros antepasados fueron el entierro de las personas, si el difunto era hombre cavaban una fosa y en un solo lado hacían una cueva para que la tierra que se bota no estropee tanto al difunto como a los objetos, ahí el muerto era envuelto en una cobija, junto a éste le ponían un pedazo de machete, toda la ropa que tuvo en vida, la que le servía de almohada, junto al difunto una olla de sancocho y una vela encendida, porque según su creencia “iba andar en la otra vida y a cocinar a oscuras”.

## **Tradiciones**

“Conjunto de rasgos propios de unos géneros o unas formas literarias o artísticas que han perdurado a lo largo de los años” (Real academia española, 2019).

Tradición es la transmisión de costumbres y conocimientos que perduran de generación en generación y se mantienen a lo largo del tiempo en la sociedad o en distintos grupos sociales.

Según Taylor (1871):

La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. La condición de la cultura entre las diferentes sociedades de la humanidad, en la medida en que es capaz de ser investigada sobre principios generales, es un tema apto para el estudio de las leyes del pensamiento y de la evolución humana. (p.59)

## **Situación Medioambiental**

Según Grupo Banco Mundial (2019):

La gestión sostenible del medio ambiente y los recursos naturales es crucial para el crecimiento económico y el bienestar humano. Cuando se administran bien, los recursos naturales renovables, las cuencas hidrográficas y los paisajes terrestres y marinos productivos pueden ser la base del crecimiento sostenido e inclusivo, la seguridad alimentaria y la reducción de la pobreza. Los recursos naturales proporcionan medios de subsistencia a cientos de millones de personas y generan cuantiosos ingresos tributarios. Los ecosistemas del mundo regulan el aire, el agua y el suelo de los que todos dependemos y constituyen un mecanismo de defensa único y eficaz en función de los costos contra los fenómenos meteorológicos extremos y el cambio climático. (p.1)

### **2.2.3. Capital Territorial**

Trujillo (citada en Requejo, 2007) afirma que “el capital territorial es el patrimonio material e inmaterial que posee un territorio, el cual genera los flujos de riqueza que determinan los procesos de desarrollo de cada región, y por ello el desarrollo regional debe evaluarse a partir de su capital territorial (riqueza) y las dotaciones de los diferentes capitales que integran dicho desarrollo. Dentro de su propuesta, establece una subdivisión de los capitales que generan flujos de riqueza, redes productivas y que constituyen el capital territorial, el cual está compuesto por el capital natural, el capital social, el capital humano, el capital construido y el capital de imagen” (p.4).

Menciona también que “el capital territorial proporciona una base patrimonial con potencial de generar flujos de renta, de empleo, de utilidad y bienestar” (Requejo Liberal, 2007, p. 4).

De esta manera el capital territorial se considera un patrimonio importante para lograr el desarrollo económico de la localidad, dentro de este se desarrollan diferentes actividades productivas, comercialización de bienes y oferta de servicios que son imprescindibles para aprovechar las potencialidades que posee este territorio y así generar dinámica en la oferta económica de la parroquia.

### **2.2.3.1 Capital Social**

Javier Sánchez Galán (2012) (a) menciona:

El capital social es un elemento que podemos localizar en el balance contable de una empresa, dentro de los fondos propios o patrimonio neto. Su principal función es actuar como una garantía por parte de la empresa frente a terceros, es decir, una especie de “colchón” de seguridad.

En capital social, engloba las aportaciones que los socios de la empresa entregan y por las que obtienen una parte de la propiedad de la misma. Este tipo de operaciones son realizadas en el momento de creación de la empresa, y periódicamente a través de ampliaciones de capital.

### **2.2.3.2 Identidad**

Según Lagarde (2000):

La identidad siempre está en proceso constructivo, no es estática ni coherente, no se corresponde mecánicamente con los estereotipos. Cada persona reacciona de manera creativa al resolver su vida, y al resolverse, elabora los contenidos asignados a partir de su experiencia, sus anhelos y sus deseos sobre sí misma. Más allá de las ideologías naturalistas, los cambios de identidad son una constante a lo largo de la vida. Sus transformaciones cualitativas ocurren en procesos de crisis. Por ello, la identidad se define por semejanza o diferencia en cuanto a los referentes simbólicos y ejemplares. Cada quien es semejante y diferente. Finalmente, cada quien crea su propia versión identitaria: es única o único. (p.61)

La producción es un conjunto de actividades mediante las cuales uno o varios factores productivos se transforman en productos. La transformación crea riqueza, es decir, añade valor a los componentes o inputs adquiridos por la empresa. El material comprado es más valioso y aumenta su potencialidad para satisfacer las necesidades de los clientes a medida que avanza a través del proceso de producción. (Fernández, Fernández y Avella, 2006)

Paula Nicole Roldán (2015) menciona:

La infraestructura en economía se suele referir al acervo físico y material con el que cuenta un país o sociedad para el desarrollo de sus actividades productivas.



La infraestructura tiene varias definiciones. La más común y de uso corriente es la que se refiere al conjunto de obras, estructuras y otros bienes de capital con los que cuenta una Economía.

El concepto incluiría todo el acervo físico y material que sustenta o facilita el desarrollo productivo de un país. De esta forma se incluirían elementos como: carreteras, ferrocarriles, sistemas de riego, sistemas de alcantarillado, viviendas, represas, escuelas, redes de distribución eléctrica, etc.

#### **2.2.4. Estrategia de desarrollo económico**

Para comprender este apartado es preciso comprender los siguientes conceptos:

##### **2.2.4.1. Imagen de marca**

Rosario Peiró (2019) (b)menciona:

La imagen de marca es la percepción que tienen los consumidores de una empresa. La imagen mental que tienen creada de esa marca.

Es un concepto que preocupa mucho a las empresas y que trabajan de manera asidua para mejorarla constantemente. Es importante diferenciar dos elementos que en ocasiones se confunden:

1. La identidad de una marca: Corresponde al conjunto de elementos gráficos, visuales, emocionales, etc. Demuestra y define lo que somos.
2. La imagen de marca: es la percepción que nosotros tenemos en base a todos los elementos antes mencionados de una marca.

En ocasiones al proceso de elaboración de una imagen de marca se le denomina branding. Este concepto es un anglicismo que hace referencia al proceso, diseño y creación de estrategias para hacer que una marca sea reconocida

#### 2.2.4.2. Estrategia de marketing

Una de las estrategias para el desarrollo económico de un territorio es el marketing, que permite la comunicación del valor y características de los productos o servicios y ayuda al cumplimiento del objetivo que es promocionar o vender ese producto o servicio.

Las estrategias de marketing corresponden a métodos con el que una unidad de negocios espera alcanzar metas y objetivos planteados para su desarrollo productivo.

Para Porter, «la esencia de toda estrategia de marketing es evitar la competencia. Las tres estrategias genéricas de Porter implican que los mercados funcionan mejor cuando las empresas utilizan estrategias distintas (es decir, una “mezcla de estrategias”). que cuando todos los competidores utilizan la misma esta estrategia. En otras palabras: la competencia se reduce cuando algunas empresas tienen el mercado como vendedores que compran y venden cara con mientras otras empresas ofrecen productos diferenciados o se centran en determinados sectores del mercado. Los problemas surgen cuando la mezcla de estrategias no mantiene el equilibrio requerido. La competencia se intensifica, en vez de reducirse, si las empresas siguen una estrategia única. Esto es especialmente cierto si muchas empresas tratan de competir como productores de bajo coste. Una estrategia de producir a bajo coste puede existir, e incluso prosperar, en competencia con esta tensión diferenciación en venta, sin embargo, la incompetencia con otras empresas que sigue la misma estrategia, este enfoque deja de ser atractivo. La mezcla es en realidad no importante. La mezcla de estrategias también implica la existencia de oportunidades. Sí muchas empresas venden gracias al precio, y existe una oportunidad para la diferenciación. Por el contrario, si muchas empresas compiten activamente con productos *premium* altamente diferenciados, sí existe una oportunidad para un vendedor de precios bajos». (Porter, 1991)

### **2.2.4.3. Estrategia de Promoción**

La estrategia de empuje según Mogloff es:

Trabaja de forma activa para crear una demanda de los clientes para un producto o servicios, a través de promoción. También conocida en el sector como push strategy, es el tipo de estrategia donde la empresa concentra todos sus recursos de marketing en los canales de distribución mediante incentivos para sus usuarios, como promociones, pequeños regalos, descuentos en precios con el fin de incentivar el consumo del producto. También se centran en la venta directa a los clientes, por ejemplo, a través de los puntos de venta y el contacto directo con los clientes. (p.2)

### **2.2.4.4. Ventaja Competitiva**

Capacidades de las organizaciones que les permiten tener una ventaja sostenible sobre otras organizaciones (cuando no desplazarlas) en un mercado competitivo. La capacidad es la de innovar y las ventajas fundamentales son producir de forma más barata y/o con un producto de mayor calidad y diferenciación. (Noguera, Pitarch y Pérez, 2011, p.113)

Según Porter (1985):

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva.

### 2.2.4.5. Matriz de Ansoff

Martínez (2006) menciona:

Esta herramienta identifica estrategias de crecimiento y desarrollo, donde cualquier empresa o institución puede elegir la opción de crecimiento que se adapte a su situación actual, y con ello mejorar su rentabilidad y posicionamiento en el mercado. Esta metodología relaciona los productos/servicios (existentes o nuevos) con el mercado; y así, obtener cuatro oportunidades de desarrollo.

Martínez (2006) explica los pasos que implica aplicar esta matriz en las empresas:

Para Ansoff, el primer paso del proceso significa definir el concepto del negocio, para lo cual debe establecer cuáles son sus productos–mercados. Es decir, contestar a las preguntas ¿qué productos o servicios ofrece la empresa? y ¿a quiénes se los ofrece? (o ¿quiénes son sus clientes?) (...) Lo que trata de encontrar Ansoff es el “vínculo común” que tienen todos los productos y mercados a los que la empresa atiende, para lo cual se le hace un “seguimiento” a través de los productos-mercados que ha ido atendiendo desde su posición original. (p. 42)

Para que una organización ofrezca servicios acordes a las necesidades y deseos de los usuarios, es esencial identificar las características de su mercado y verificar que los productos/servicios existentes satisfacen dichas carencias. Caso contrario, incorporar nuevos servicios, aplicando estrategias de crecimiento. Los mencionados mecanismos se reflejan en el siguiente gráfico:

**Figura Nro. 1. Matriz de Crecimiento de Ansoff**

<b>PRODUCTO MERCADO</b>	<b>Actual</b>	<b>Nuevo</b>
<i>Actual</i>	PENETRACIÓN	DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS
<i>Nuevo</i>	DESARROLLO DEL MERCADO	DIVERSIFICACIÓN
<i>Crecimiento intensivo</i>		
<i>Crecimiento diversificado</i>		

Fuente: Munuera y Rodríguez (2012), p. 198.

En resumen, Munuera y Rodríguez (2012) mencionan las cuatro estrategias que componen la matriz Ansoff:

**Crecimiento con los productos y en los mercados actuales:** denominado penetración del mercado. Esta estrategia permite conocer a fondo los mercados actuales, sus características, su potencial, la competencia, etc.; y con ello, mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

**Desarrollo del mercado con los productos actuales:** con este mecanismo la empresa introduce sus productos tradicionales en nuevos mercados, para ello realiza un estudio y segmentación de los usuarios, evaluando si el producto satisface sus deseos.

**Desarrollo de los productos para los mercados actuales:** consiste en incorporar nuevos productos/servicios en el mercado actual, implica Re promocionar los productos actuales con nuevas características, y así enfrentar a la competencia.

**Crecimiento diversificado:** esta estrategia se aplica en situaciones donde es mejor cambiar de mercado por uno más rentable. La empresa ofrece nuevos productos a nuevos clientes (pp. 200-209).

De acuerdo a lo mencionado, la matriz de Ansoff es una herramienta muy utilizada, ya que brinda estrategias de marketing y sirve para cualquier tipo de organización que requiere aplicar continuamente para posicionarse en la mente de los clientes. Además de permite identificar y analizar los posibles nuevos mercados donde se pueda introducir el producto.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

La metodología corresponde a una de las herramientas primordiales para alcanzar los objetivos planteados en la investigación, la finalidad de este enfoque fue aplicar entrevistas, proceso clave de recolección de información que permitió sustentar las variables a investigar.

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

En esta investigación se realizó un enfoque mixto cuali-cuantitativo al ser realizado con información que presenta el comportamiento, características y perfiles de los encuestados. La investigación se divide en dos etapas, la primera etapa consistió en recolectar información en base al desarrollo productivo y económico de la parroquia en fuentes directas como, líderes de asociaciones clave del sector y plan de ordenamiento territorial de la parroquia de Maldonado.

##### **Enfoque Cualitativo**

La investigación de carácter cualitativo toma las realidades propias de los participantes, basándose en sus interpretaciones. De tal manera que varias realidades, es decir la del investigador y la de los demás actores logran interrelacionarse. Estas van modificándose de acuerdo con el estudio y son fuentes de datos (Canto & Silva, 2013).

Se estructuró un banco de preguntas para los líderes de las asociaciones, que permitieron conocer temas relacionados a las variables tratadas en la investigación, de esta manera se conoce el comportamiento, necesidades, costumbres y tradiciones de los habitantes de Maldonado. Características importantes para el desarrollo del informe y para la propuesta de estrategia a realizar para la promoción económica de la parroquia.

Se realizó una investigación con enfoque cualitativo a través del cual se recolectó datos de forma verídica de la situación de la parroquia mediante entrevistas realizadas a los líderes de las asociaciones, además se obtuvo información en base al censo del INEC que arrojó datos acercados a la realidad de los pobladores mediante características importantes relacionadas al desarrollo económico, bienestar y cohesión social y capital territorial.

## Enfoque Cuantitativo

Se basó en la utilización del Plan de Ordenamiento Territorial (PDyOT) en donde se manejó cifras y cantidades que ayudaron a la interpretación del comportamiento del mercado, nivel de educación, estructura del capital territorial y demás factores que contribuyen al desarrollo económico de la parroquia, todo esto para brindar un análisis adecuado en el capítulo de resultados y discusión de la investigación.

### **3.1.2. Tipo de Investigación**

La investigación realizada es de carácter fenomenológico, exploratorio y descriptivo basada en conocer el comportamiento, costumbres y cultura de los habitantes de la parroquia, se identifica brevemente los problemas que los habitantes atraviesan en cuanto al desarrollo de la economía, las causas y consecuencias que se presentan en relación con la producción y comercialización de sus productos.

#### Investigación Fenomenológica

De acuerdo con Creswell, 1998; Alvarez-Gayou, 2003; y Mertens, 2005 (Citado por Hernández, Fernández & Baptista, 2006) la fenomenología se fundamenta en las siguientes premisas:

- Describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante y desde la perspectiva construida colectivamente.
- Análisis de discursos y temas específicos y búsqueda de sus posibles significados.
- Confiar en la intuición y en la imaginación para lograr aprehender la experiencia de los participantes.
- Contextualizar las experiencias en términos de su temporalidad (tiempo en que sucedieron), espacio (lugar en el cual ocurrieron), corporalidad (las personas físicas que la vivieron), y el contexto relacional (los lazos que se generaron durante las experiencias).
- Las entrevistas, grupos de enfoque, recolección de documentos y materiales e historias de vida se dirigen a encontrar temas sobre experiencias cotidianas y excepcionales.

## Investigación Exploratoria

Su objetivo es determinar cuáles son las causas de un fenómeno, por qué y en cuáles condiciones se da el fenómeno, o por qué ciertas variables están relacionadas. Van más allá de la descripción de fenómenos (de alguna manera los estudios anteriores, sólo describen el fenómeno. (Campos, 2009, p.19)

De esta manera la exploratoria aporta para la realización de un trabajo complejo en el levantamiento de información debido a que se realizó visitas al lugar para identificar de una mejor manera los problemas que presenta la parroquia, familiarizando y concluyendo en una operacionalización de variables y dimensiones para proceder a la realización de los cuestionarios y formularios para los diferentes grupos de interés.

## Investigación Descriptiva

Su objetivo es especificar las propiedades del objeto o fenómeno que se va a estudiar y dar un panorama lo más exacto posible de éste. Es necesario, por lo tanto, seleccionar los rasgos o conceptos del fenómeno y determinarlos cada uno de forma independiente, con gran precisión. (Campos, 2009, p.18) La investigación se realiza para describir las características de las variables de estudio propuestas en el problema, así mismo como el comportamiento, costumbres y necesidades de los habitantes.

## Investigación de campo

Este tipo de investigación permitió al investigador obtener datos relevantes relacionados con el nivel económico, actividades y potencialidades de la parroquia de Maldonado, como lo menciona (Martínez Ruíz, 2014, pág. 97) una búsqueda in situ permite percibir la realidad que atraviesa y mediante la aplicación de instrumentos se obtiene la información para establecer la estrategia de promoción para la población.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

El diagnóstico del desarrollo económico permitirá diseñar una estrategia para el aprovechamiento de las potencialidades de Maldonado.

### **3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**



### 3.3.1 Definición de Variables

#### Desarrollo Económico

Barros y Reyes (2008), menciona que: el desarrollo económico es la capacidad de los países para crear una mayor riqueza con la finalidad de promover el bienestar económico y social de sus habitantes, está compuesto por un conjunto de transformaciones políticas, económicas y sociales, las cuales son fruto de crecimiento económica sin embargo no siempre está creciendo como resultado de desarrollo debido a la inexistencia de las transformaciones mencionadas anteriormente. (p.23)

#### Bienestar, cohesión social y capital territorial

Sorj y Martuccelli (2008) menciona:

La noción actual de cohesión social se concibe menos a través de esta idea holística de “integración” que por el reconocimiento de que las sociedades contemporáneas pueden permanecer cohesivas a través de la “administración” democrática de los conflictos sociales que le son inherentes. Más que una noción abstracta de “integración”, las sociedades contemporáneas entienden en la cohesión social y la democracia como “procesos y mecanismos que pueden respuesta o debilitar la confianza en los valores y prácticas democráticas para resolver los conflictos sociales y a avanzar en el bienestar común”

Trujillo (citada en Requejo, 2007) afirma que “el capital territorial es el patrimonio material e inmaterial que posee un territorio, el cual genera los flujos de riqueza que determinan los procesos de desarrollo de cada región, y por ello el desarrollo regional debe evaluarse a partir de su capital territorial (riqueza) y las dotaciones de los diferentes capitales que integran dicho desarrollo. Dentro de su propuesta, establece una subdivisión de los capitales que generan flujos de riqueza, redes productivas y que constituyen el capital territorial, el cual está compuesto por el capital natural, el capital social, el capital humano, el capital construido y el capital de imagen” (p.4).

## Estrategia de promoción

Corresponde al conjunto de planes y acciones que diseña una organización, con el fin de aumentar su participación mercantil y lograr una ventaja útil y eficiente en un entorno de gran competitividad, la estrategia principal que se plantea guarda relación a la explotación de las actividades económicas que destacan en la parroquia, entre ellas actividades agrícolas, ganaderas, pecuarias y de silvicultura, es importante considerar que al ser Maldonado una parroquia rural, tiene un gran potencial no solo productivo sino económico en cuando a la generación de empleos para sus habitantes.

### 3.3.2. Operacionalización de Variables

**Tabla 1. Definición y operacionalización de variables**

Variables	Dimensiones	Indicador	Técnica	Instrumento
Desarrollo económico	• Promoción económica	• Principales productos del territorio	Observación	PD y OT / Entrevista
	• Cadena Productiva	• Características de actividades agrícolas y ganaderas		
Bienestar, cohesión social	• Componente Biofísico	• Potencialidades	Observación	PD y OT / Entrevista
		• Suelos		
		• Factores climáticos		
		• Recursos degradados		
social	• Componente sociocultural	• Amenazas y potencialidades		
		• Inclusión social		

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de educación</li> <li>• Costumbres y tradiciones</li> <li>• Situación medioambiental</li> </ul>		
Capital territorial	• Capital social e identidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital social</li> <li>• Identidad</li> </ul>		
Estrategias de desarrollo económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades referentes a economía</li> <li>• Estrategias de marketing y promoción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</li> <li>• Comercio</li> <li>• Imagen de marca</li> <li>• Ventaja competitiva</li> </ul>	Observación	PD y OT / Entrevista

---

**Nota:** Variables utilizadas en la investigación

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

#### 3.4.1. Método deductivo

Se utilizó en la composición de variables y dimensiones para estructurar la operacionalización. Esto nos da a entender de cómo es una cierta parte de la realidad en general.

Al contrario del método inductivo, se parte de la razón, desde la cual se obtiene un conocimiento general o se define una ley general para, tras la comprobación de su aplicabilidad, llegar a consecuencias lógicas. Se puede decir que este método se caracteriza por aplicar los conocimientos adquiridos inductivamente, es decir conocimientos generales, a los casos particulares que se nos presente. Va de lo general a lo particular. (Ibáñez, 2015, p.100)

### **3.4.2. Método Inductivo**

“Es explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas. Van de lo particular a lo general, el entrevistador entre- vista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca alguna conclusión” (Vásquez, 2011).

Este método se utiliza para recopilar información teórica de las variables ya que va de lo particular a lo general en el desarrollo de la investigación, es decir, se indagó en fuentes anteriores que tienen relación con las características estudiadas y a través de estas se logra obtener resultados eficientes que permiten una discusión favorable que da apertura a la comparación con las demás fuentes y así concluye en el diseño de una estrategia de promoción económica.

## **3.5. Análisis Estadístico**

### **3.5.1. Población**

La población de estudio fue de 2458 habitantes correspondientes a la parroquia de Maldonado, población estimada para el año 2020, cifra proyectada por el Directorios de Empresas y Establecimiento del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2015), debido a la actual emergencia sanitaria, no se logró establecer una muestra, por tal razón no fue factible la realización de encuestas debido a que la parroquia de Maldonado al ser un sector rural ubicado a 98km de la ciudad de Tulcán, requería de que el investigador en mención se trasladase al lugar, ante tal situación se consideró como punto principal la salud del investigador y de los moradores de la parroquia, por lo cual al no poder trasladarse al lugar para realizar encuestas, se optó por la realización de entrevistas estructuradas dirigidas a los líderes de la parroquia en cuestión.

### **3.5.2. Muestra**

Para la presente investigación la parroquia de Maldonado fue el principal sitio de ejecución, instrumentos como la observación y técnicas como entrevistas en base a datos analizados por el PDyOT fueron necesarios para su adecuada ejecución.

En vista de que se desconoce datos estadísticamente significativos de la población económicamente activa de la parroquia de Maldonado debido a la actual emergencia sanitaria por Covid-19, se decide tomar una muestra aleatoria para la realización de entrevistas a tres personas encargadas de la junta parroquial de Maldonado, correspondientes al presidente de la junta parroquial y a dos representantes de las asociaciones.

Una de las técnicas utilizadas en la investigación fue entrevista, la cual se desarrolló a los líderes de las asociaciones de la parroquia de Maldonado quienes aportaron con su gran conocimiento acerca de los diferentes ámbitos como social, económico y cultural del lugar. Esta técnica facilitó la recolección de la información directa del pensamiento de los pobladores, incluso a identificar rápidamente los problemas existentes.

La base de datos del INEC es una fuente muy importante de información ya que nos presenta datos acercados a la realidad de la parroquia y características interesantes que nos permite conocer a fondo las circunstancias que se encuentran y en las que desarrollan sus actividades tanto en la familia como en la economía.

Para el presente estudio el tipo de muestreo que se realizó fue no probabilístico por conveniencia en donde se seleccionó un total de tres líderes de las asociaciones de la parroquia Maldonado, mediante entrevistas, dichos líderes aportaron opiniones acerca del tema y los principales problemas que afectan al desarrollo de la economía del territorio, en un periodo comprendido entre 2016 -2019, ver Anexo 3. Además, al tratarse de pocos elementos no se realizó un análisis estadístico y en ciertos momentos sólo se describe cantidades porcentuales de manera descriptiva.

### **3.6. Técnicas e instrumentos**

#### **Observación**

La técnica de observación consiste en registrar de forma sistemática, válida y confiable la conducta o comportamiento que se manifieste. En la presente investigación la observación permitió realizar el registro de información perteneciente correspondiente a la economía del territorio de la parroquia de Maldonado provincia del Carchi”

## Entrevista

Consiste en un diálogo establecido entre dos o más personas, es un intercambio constante de información entre preguntas y respuestas establecidas en base a un tema, con el fin de conocer información y condiciones subjetivas de un tema.

## Método inductivo – deductivo

Según (Newman, 2006), este método permitió la recolección de la información dentro de una población previamente establecida, en este caso la información relacionada al desarrollo económico territorial de la parroquia de Maldonado, siendo uno de los métodos más eficientes pues parte de la investigación de generalidades para determinar un problema específico una vez comprendido el problema de mayor impacto.

Para el análisis de las entrevistas se trabajó con el programa MAXQDA el mismo que es un software diseñado para analizar datos cualitativos, en donde muestra cuantas veces el entrevistado ha utilizado una palabra y de esta manera se vuelve un código importante para posteriormente realizar el análisis.

## Análisis de contenido

Entendiendo que el análisis de contenidos es una técnica de interpretación de textos, se menciona que se tomó las entrevistas de los líderes de las asociaciones y se ingresó al sistema de datos MAXQDA, software diseñado para el procesamiento de datos cualitativos, se puede decir que en este software se centra en un denominador común, interpretaciones que se repiten en las entrevistas y en las opiniones de los entrevistados.

Los datos expresos en el software vienen a ser códigos que nos permiten saber cuántas veces repiten las mismas opiniones los entrevistados, de esta manera se procede a tener un acercamiento a las definiciones y características del objetivo. Berelson (1952 p.18) sostiene que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”

El análisis de datos se realizó con información obtenida del PDOT de la parroquia de Maldonado, en donde se muestra datos importantes a nivel económicos, de igual manera los datos tomados del censo de población del INEC, datos más acertados a la realidad de la zona.

Y para complementar se realizó la estructura de entrevistas a los líderes de asociaciones quienes brindaron información relevante a la producción de la parroquia, así como también opiniones importantes para el respectivo análisis que permitió el diseño de estrategias que favorezcan al desarrollo económico de la parroquia de Maldonado.

#### IV. Resultados y Discusión:

Para la presente investigación se utilizaron técnicas e instrumentos acordes con los objetivos planteados, la información se la obtuvo a través de técnica de la observación misma que permitió obtener datos importantes para su posterior análisis y evaluación.

Dentro de los instrumentos se elaboró una entrevista la cual se basó en los parámetros tratados en los apartados del PD y OT de la parroquia de Maldonado, fue aplicada a tres líderes de las asociaciones de la parroquia de Maldonado basado en datos reportados por las bases del INEC

Este instrumento permitió determinar los factores con mayor debilidad para el desarrollo de la economía de la parroquia de Maldonado. Posterior a la obtención de los datos se realizó un análisis de una posible estrategia de promoción económica basada en las disposiciones del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, dichos resultados se mencionan a continuación.

#### **Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia de Maldonado provincia del Carchi**

##### **4.1. Desarrollo económico de la parroquia de Maldonado**

Según el PD y OT de la parroquia de Maldonado en el año 2015 se presentaron las siguientes actividades realizadas.

**Tabla 2. Actividades económicas de la parroquia**

<b>Actividades económicas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1679	68,3
Explotación de minas y canteras	3	0,1
Industrias manufactureras	58	2,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2	0,1
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	3	0,1
Construcción	30	1,2
Comercio al por mayor y menor	135	9,4
Transporte y almacenamiento	48	2
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	26	1,1
Información y comunicación	4	0,2
Actividades financieras y de seguros	3	0,1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	4	0,2



Actividades de servicios administrativos y de apoyo	9	0,4
Administración pública y defensa	48	2
Enseñanza	54	2,2
Actividades de la atención de la salud humana	20	0,8
Artes, entretenimiento y recreación	5	0,2
Otras actividades de servicios	11	0,4
Actividades de los hogares como empleadores	40	1,6
No declarado	230	5,5
Trabajador nuevo	46	1,9
<b>Total</b>	<b>2458</b>	<b>100</b>

**Nota:** Los porcentajes corresponden al total de los encuestados

Fuente: PDOT

Elaborado por: Fundación Altrópico 2015

Considerando a Maldonado como una parroquia rural se presenta que más de la mitad de la población se dedica a las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, siendo estas las que más impacto generan en aporte a la economía de la localidad juntamente con el comercio al por mayor y menor de los mismos. De esta manera en la agricultura se destacan diversos productos que, debido a la composición de sus suelos, resultan ser de gran calidad, entre ellos destacan: mora, naranjilla y tomate de árbol, generando ingresos no solo para las familias productoras de la localidad si no para trabajadores involucrados.

No se puede dejar a parte las demás actividades que realizan los habitantes puesto que también son importantes para la población con respecto a las familias pequeñas que comienzan a participar en las actividades. Están representadas en una pequeña porción, pero de a poco estas se convierten en el sustento de muchas de las familias.

Como se encuentra en el PD y OT las principales actividades que realizan los habitantes de la parroquia corresponde a la agricultura y la ganadería, la primera hace referencia principalmente a los cultivos de mora, granadilla, naranjilla, yuca y panela. En cuanto a la ganadería se realiza el aprovechamiento de lácteos, pero la mayor orientación se basa en la venta de ganado en pie para carne. Al respecto el Sr. Oswaldo Espinoza líder de la asociación El Edén comenta que en la localidad básicamente se dedican a la producción de los productos que se consumen dentro de la parroquia y de igual manera son comercializados a las provincias aledañas.

Existen asociaciones que aglutinan a productores en torno a panela, café y mora, sin embargo, al no existir una buena organización y un apoyo por parte de entidades reguladoras, es lógico pensar que el crecimiento económico y productivo se ve enlentecido ya que una organización deficiente conlleva a que la demanda local y nacional de sus productos no se lleve a cabo.

El sector agrícola de la parroquia tiene un potencial muy grande que puede convertirse en un punto estratégico que aporte al desarrollo económico del territorio, además de los lugares turísticos y atractivos que posee. En esta emergencia sanitaria se pudo observar que los moradores de la parroquia unieron esfuerzos para potenciar a la parroquia, reunieron sus productos y los comercializaron a diferentes lugares como Tulcán e Imbabura, lugares en donde no se producen este tipo de productos y que son necesarios para el consumo diario de las familias ecuatorianas.

Al igual que Vasco en su investigación menciona que la población de la parroquia de Maldonado, se dedica especialmente a dos actividades, agricultura y ganadería, donde la primera es de subsistencia, lo que producen consumen y el exceso comercializan con sus vecinos. De esta manera citamos a Destinobles, en donde nos habla acerca del desarrollo endógeno, que corresponde al aprovechamiento de las potencialidades internas de la localidad para dar surgimiento al desarrollo económico, es decir, los habitantes siembran sus productos y en base a la comercialización de estos logran obtener su crecimiento.

En el Ecuador el sector agrícola influye en gran medida en la sostenibilidad de la economía, pues sus productos no son solo de consumo nacional sino internacional, por tal razón si el proceso de desarrollo agrícola tiene mayor fluidez, las exportaciones aumentarán generando mayor capital y las importaciones se reducirán el impacto en cuanto a pagos internacionales. Diversos países que hoy en día económicamente se encuentran estables han hecho uso de la agricultura de forma sostenible, aumentando su producción e importado únicamente insumos necesarios, materia prima, maquinas especializadas y recursos netamente utilizados en el aumento de producción. Esto conlleva a pensar que una buena dirección del desarrollo del sector agrícola del país puede reducir no solo la tasa de desempleo que sufre actualmente el país, sino también la crisis económica que está presente.

#### 4.1.1. Asociaciones existentes en la parroquia

En la parroquia de Maldonado existen distintas asociaciones productivas encargadas de englobar a los productores

**Tabla 3. Asociaciones existentes en la parroquia**

<b>Asociaciones</b>				
	<b>Representante</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Productos</b>	<b>Principal actividad económica</b>
Asociación el Edén	Ventura Ruano	Chilma Bajo	Mora (C-V), Granadilla (C-V) y Tomate de árbol (C-V)	Agricultura
Cañicultores	Rodrigo Acero	La Chorrera	Naranja (V), yuca (CV), plátano (C-V), piña (C), caña (C -V),	Agricultura
Produpindicales,	Porfirio Guiz	La Chorrera	guayaba (V), papaya (CV) y borojó (C )	Agricultura
Caficultores Maldonado	Miriam Guiz	Maldonado	Naranja (V), Caña (CV) y café (V)	Servicios y comercio
Caficultores sabor de la frontera	Miriam Guiz	Maldonado		Agricultura

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Estas asociaciones ayudan al crecimiento de la economía ya que agrupan los productos de diferentes habitantes y de esta manera cubren con la demanda y benefician a más familias de la parroquia.

Según el PD y OT de la parroquia existen asociaciones que agrupan productores los cuales pertenecen a las comunidades de la zona alta y son parte de la comuna Pasto de la Esperanza, estas asociaciones pretendían aprovechar la mora en la realización de un proyecto para despulpar la mora, de igual manera el café y la caña de azúcar, proyectos que quedaron inconclusos a partir de la presencia del virus COVID-19.

Con respecto a estas asociaciones productivas es preciso mencionar que, al no existir una adecuada relación y apoyo entre productores, su demanda se ve debilitada y con ello su producción, lo que afecta a la economía del sector y sus familias. Pues es importante recalcar que, al ser una parroquia rural, su principal fuente de desarrollo económico es la actividad agrícola y pecuaria, si las asociaciones tomaran en cuenta las necesidades básicas de cada sector y realizaran planes estratégicos, su producción lograría expandirse hasta diversas provincias del país e inclusive podrían ser fuentes de exportación.

#### **4.1.2. Población Económicamente Activa**

Según datos del INEC al 2010:

**Tabla 4. Población económicamente ACTIVA**

<b>Sexo</b>	<b>Casos</b>
Masculino	493
Femenino	119

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Según los datos proporcionados por el INEC, Maldonado cuenta con una población económicamente activa concentrada en mayor parte en los hombres, los cuales se dedican a diferentes actividades, como: el comercio, la ganadería, y agricultura. Lo que ha permitido que la economía del cantón se mantenga activa por medio del intercambio de bienes y servicios.

Estos resultados pueden deberse a la gran actividad física que demandan dichas operaciones, en general la agricultura, pues requiere de distintos procesos como, arado de tierras, plantación, cuidados y cosecha, ante tal situación la comunidad ve más idóneo que sea el hombre antes que la mujer, quien se dedique a estas actividades.

### 4.1.3. Principales Productos de Territorio

Tabla 5. Principales productos del territorio

#### Comunidad Maldonado

<b>Primera Actividad Económica</b>	<b>Segunda Actividad Económica</b>	<b>Tercera Actividad Económica</b>	<b>Principales Productos Agrícolas (C-V)</b>	<b>Principales Animales (C-V)</b>
Servicios y comercio	Agricultura	Ganadería	Naranja (V), Caña (C-V) y café (V)	Chanchos (C-V), vacas (C-V), Pollos de engorde (C-V) y Gallinas criollas (C-V)

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

#### Productos de calidad en el territorio

Maldonado pese a ser considerada como una parroquia pequeña cuenta con una diversidad de pisos climáticos, esta condición permite una gran diversidad en cuanto a producción agrícola se refiere y por tanto a una mayor sostenibilidad económica, es importante tomar en cuenta que sus productos pueden convertirse en productos de exportación internacional.

Existen varias comunidades en las que se encuentran los principales productos de la zona, en las comunidades altas se encuentran los productos como la mora, el tomate de árbol, naranja y la granadilla los cuales han estado son la fuente de la movilidad económica. En la parte baja se encuentra la producción de caña de azúcar que da como resultado la panela y la naranja. Por otro lado, tenemos la piscicultura y el turismo como actividades que aporta en el desarrollo del territorio, estos productos se comercializan en ferias en las plazas centrales.

#### 4.1.4. Características de las actividades productivas

Tabla 6. Características de las actividades productivas

Comunidad Maldonado						
Tipo de cultivo	Área cultivada	Cosechas al año	Producción anual	Precio de venta	Costos producción	Enfermedades/perdidas
naranja caña café	4 3 3	12 12 12	1260 qq/Ha 1500 panelas/Ha 1000 qq/Ha	30 usd/qq 4 usd/panela 150 usd/qq	3000 usd/ Ha 3000 usd/ Ha 10000 usd/ Ha	Gusano del fruto Lanchas roya broca del tallo

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

De acuerdo a la producción de Maldonado se puede resaltar que existen tres productos que sobre salen, el café la caña de azúcar los cuales son mayormente producidos en la zona, utilizando la mayor extensión del territorio.

#### 4.1.5. Amenazas en las actividades económicas

Los principales problemas que la población afronta son:

Falta de liderazgo, según los dirigentes de la junta parroquial de Maldonado identifican que cada una de las asociaciones trabajan por su lado, no hay asociatividad y por ello no generan mayor rendimiento en conjunto. Según los líderes esta amenaza se encuentra presente porque no existe una persona capacitada en temas de productividad, economía y desarrollo que se encuentre al frente de las asociaciones, que por ende respalde el trabajo de los productores y garantice la venta de estos.

Otra de las amenazas presentes se encuentra las plagas en los cultivos, las cuales no dejan que la producción sea eficiente, se dice que estas plagas son causadas por los mismos productores ya que ellos extraen plantas de otros cultivos de diferentes ciudades y las llevan a tierras de Maldonado sin antes ser tratadas, a consecuencia de ello están presentes en los cultivos que aparentemente son buenos y de calidad para ofertar a las diferentes ciudades.

Desconocimiento de los procesos de agroindustria de los productos

Mediante la investigación de campo y la entrevista los productores señalan que los principales problemas que la parroquia enfrenta en las actividades económicas es la falta de liderazgo y el desconocimiento de los procesos de agroindustria de los productos, ya que los habitantes esperan que personas externas lleguen a proponer proyectos, es decir que otros les den la mano y les ayuden, de lo contrario con el conocimiento se haría más fácil la transformación de los productos dentro del territorio.

#### **4.1.6. Otras actividades económicas de la parroquia**

En Maldonado existen otras actividades económicas como el turismo, se realizan campamentos vacacionales, en inicios del año 2020 el turismo tenía gran cobertura, a causa de la emergencia sanitaria que cursamos, se la toma en cuenta como otras actividades ya que no tiene un gran peso en la economía. También existen atractivos turísticos en las comunidades cercanas y cuentan con un hotel en la comunidad de Chilma Bajo. Este recurso se lo toma como turismo y se espera que con el tiempo se explote al máximo.

Según los moradores de la parroquia, Maldonado es muy visitado en temporadas de carnaval ya que el clima es muy atractivo para disfrutar y compartir tiempo en familia. Este lugar presenta ciertos atractivos que deberían ser aprovechados, al igual que la comida del lugar es encantadora, presentan el típico plato que es el caldo de gallina con yuca muy acogedor por los turistas.

### **4.2. Bienestar y cohesión social entre los habitantes**

#### **4.2.1. Ámbito de participación en la formación académica**

Según los datos proporcionados por el INEC a continuación, se muestra los grados de escolaridad que los habitantes de la parroquia de Maldonado presentan.

**Tabla 8. Grados de escolaridad**

<b>Grados de escolaridad</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin grado escolar	38	1,5
primer grado	60	2,4
segundo grado	95	3,9
tercer grado	150	6,1
cuarto grado	150	6,1
quinto grado	200	8,1
sexto grado	150	6,1
séptimo grado	1230	50
1er curso	35	1,4
2do curso	50	2
3er curso	60	2,4
4to curso	29	1,2
5to curso	30	1,2
6to curso	106	4,3
1er semestre	11	0,4
2do semestre	17	0,7
3er semestre	8	0,3
4to semestre	15	0,6
5to semestre	12	0,5
6to semestre	8	0,3
7mo semestre	3	0,1
8vo semestre	1	0
Total	2458	100

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

La calidad de vida de una población no se puede medir únicamente por medio de su nivel educativo o sus recursos económicos, al respecto “Amartya Sen afirma que la calidad de vida de una persona debe valorarse en términos de sus capacidades. Una capacidad es la habilidad o potencial para hacer o ser algo, más técnicamente, para lograr un cierto funcionamiento que tiene que ver con el bienestar y el logro de ese bienestar, si las personas explotan sus capacidades y potencialidades pueden llegar a tener una calidad de vida de acuerdo con cada definición propia del ser humano.



Como se conoce la educación promedio de los habitantes se encuentra en séptimo grado, es decir, que en la población una vez alcanzada la educación básica pocos recurren a continuar con sus estudios, mientras que otros ya se sienten realizados con este nivel. En general se muestra que la educación máxima que alcanzan los habitantes es la primaria, debido a que los estudios secundarios sólo están disponibles en la cabecera parroquial y existen numerosas dificultades para movilizarse.

Con respecto a la ciudad más cercana que oferta la educación secundaria y universitaria se encuentra Tulcán, dando lugar a que los jóvenes tengan que trasladarse al lugar para continuar con sus estudios reflejando gastos de transporte, comida y alimentación que por lo general dificulta a sus padres el poder cubrirlos.

#### **4.2.2. Inscripción en el registro civil**

Según datos proporcionados por el INEC las personas inscritas en el registro civil se encuentran de la siguiente manera:

**Tabla 7. Inscripción en el registro civil**

<b>Inscripción en el Registro Civil</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	2339	95.2
No	119	4.8
Total	2458	100

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

En este ámbito se presenta la existencia de una gran acogida por parte de la población en cuanto a inscripciones en el registro civil se refiere, estableciendo su identidad y otorgándoles documentos que la respaldan, pero existe preocupación por las personas que no lo están debido a que aquellas se encuentran en las partes más lejanas al lugar y por ello no han logrado realizarlo, la principal desventaja es que al no ser registrados no poseen una identidad y con ello no son acreedores a los derechos que el Ecuador.

Según Catillo en su investigación menciona que una sociedad para lograr el desarrollo económico debe cumplir con objetivos como una sociedad igualitaria, solidaria con ciudadanos libres y responsables, todo esto se logra con un estado eficiente al servicio de los ciudadanos y con la economía que genere un mejor nivel de bienestar.

### 4.2.3 Espacios Públicos

Según el PDyOT (2015) existen los siguientes espacios públicos:

**Tabla 9. Espacios Culturales**

<b>Comunidad</b>	<b>Tipo de espacio</b>	<b>Condiciones</b>
<b>El Plata</b>	Casa y cocina comunal, cancha de ecua vóley y capilla	Excelente estado, regular y mal estado
<b>El Laurel</b>	Casa comunal y capilla	Buen estado y regular
<b>Bella Vista</b>	Casa comunal y cancha de futbol	Excelente y buen estado
<b>Chilma Alto</b>	Cancha de futbol, capilla, Casa comunal y casa del Seguro campesino	Excelente estado
<b>Chilma Bajo</b>	Estadio de la comunidad y capilla	Buen estado
<b>Santa María</b>	Cancha de futbol, Casa comunal	Mal estado y excelente estado
<b>Puente Palo</b>	Casa comunal, Cancha de futbol y Capilla	Buen estado, buen estado y regular estado
<b>Maldonado</b>	Parque, polideportivo, estadio, centro cultural, piscina	regular bueno malo buenas condiciones mal estado
<b>Piedra Liza</b>	casa comunal y cancha de ecua vóley	buenas condiciones y mal estado (cancha)
<b>La Chorrera</b>	casa comunal, cancha de ecua vóley e capilla	En buen estado, buen estado y en construcción

Fuente: PD y OT 2015

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Los diferentes espacios públicos que cuenta Maldonado están distribuidos en las comunidades y en las condiciones tanto adecuadas como en mal estado, se aprovecha estos lugares para realizar reuniones familiares y divertirse en los parques, así mismo en los lugares de esparcimiento como son las canchas de fútbol en donde se acostumbra a concentrar la mayor parte de los jóvenes de la comunidad. De igual manera en la casa comunal de las comunidades se realiza talleres para las amas de casa, y se dicta cursos de manualidades ofrecidas por el gobierno provincial.

**Tabla 10. Espacios Culturales relacionados a clubes deportivos**

Según el PDyOT (2015) existen los siguientes espacios culturales:

<b>COMUNIDAD</b>	<b>Tipo de espacio</b>	<b>Condiciones</b>
<b>El Laurel</b>	Clubes deportivos	Estado regular
<b>Bella Vista</b>	Clubes deportivos	Estado regular
<b>Chilma Alto</b>	Clubes deportivos	Activos y en buen estado
<b>Chilma Bajo</b>	Clubes deportivos Grupo musical	Activos y en buen estado
<b>Santa María</b>	Clubes deportivos Grupo musical La Frontera	Activos y buen estado
<b>Puente Palo</b>	Club de futbol	Activos y buen estado
<b>Río Plata</b>	Grupo musical "Tradición y cultura"	Activos y buen estado
<b>Maldonado</b>	Infocentro Bar Clubes deportivos	Regular bueno

Fuente: PD y OT 2015

Elaborado por: Yuliana Nazate España

En cuanto a los espacios culturales que presenta Maldonado tenemos clubes deportivos que se encuentran en buen estado en la mayor parte de las comunidades y en el Laurel, Bella Vista, Chilma Alto y Bajo, y Maldonado los cuales presentan condiciones regulares, en menor cantidad se encuentran los clubes culturales y de música en buenas condiciones, lo que favorece al desarrollo de actividades de distracción y enriquecimiento cultural para sus habitantes y visitantes en sus fiestas.

#### **4.2.5. Grupos Étnicos**

**Tabla 11. Grupos étnicos**

<b>Nacionalidad o pueblo indígena al que pertenece</b>	<b>Casos</b>
Awá	32
Andoa	1
Pastos	141
Se ignora	38
<b>Total</b>	<b>212</b>

Fuente: PD y OT 2015

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Con respecto a la etnia, la población de la parroquia es mayormente pasto, seguida por awás y el resto ignora, el reconocimiento étnico permite determinar que en la zona hay un alto sentido de pertenencia a sus raíces y a su cultura.

#### 4.2.6. Seguridad Ciudadana

**Tabla 12. Seguridad ciudadana**

<b>Personal asignado</b>	<b>Área de cobertura</b>	<b>Equipamiento</b>	<b>Principales emergencias atendidas</b>	<b>Frecuencia peleas/escándalos</b>	<b>Causas de conflictividad</b>
4 policías	Parroquia de Maldonado	Destacamento y vehículo	Escándalos públicos	Mensual	Exceso consumo de alcohol

Fuente: PD y OT 2015

Elaborado por: Yuliana Nazate España

La seguridad ciudadana está a cargo de cuatro policías que vigilan la zona, y se dan abasto para resguardar a la ciudadanía, aquí el principal conflicto que enfrenta la policía son riñas por el alcohol, el resto del tiempo en la parroquia los conflictos permanecen al límite.

#### 4.2.7 Patrimonio Cultural Tangible e Intangible

**Tabla 13. Patrimonio Cultural**

<b>Comunidad</b>	<b>Presencia vestigios arqueológicos</b>	<b>Elaboración de artesanías</b>	<b>Gastronomía</b>	<b>Festividades religiosas</b>	<b>Mitos y creencias</b>
Maldonado	Ninguno	Grupo de mujeres (Tejidos)	caldo de gallina criolla, tilapia, envueltos de yuca y pichingo de indio	Martirio de San Juan Bautista, Castillo Virgen de las Lajas	Duende vago y la viuda del monte

Fuente: PD y OT 2015

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Una de las tradiciones culturales más destacada es el tejido, desarrollado por un grupo de mujeres, la oralidad y la expresión es otra de las formas en la cual sus habitantes mantienen vivas y transmiten las leyendas y mitos de la zona. Según Lagarde (2000): La identidad siempre está en proceso constructivo, no es estática ni coherente, no se corresponde mecánicamente con los estereotipos. Cada persona reacciona de manera creativa al resolver su vida, y al resolverse, elabora los contenidos asignados a partir de su experiencia, sus anhelos y sus deseos sobre sí misma. Por tal razón es importante que las personas de la parroquia transfieran sus conocimientos para las futuras generaciones y así evitar que desaparezcan las tradiciones.

### **4.3. Capital territorial en la parroquia**

#### **4.3.1. Promoción económica del territorio**

La ubicación de la parroquia es muy importante debido a que las personas visitantes pueden conocer y movilizarse por el lugar sin ninguna molestia, dado que Maldonado es un lugar donde el clima es muy agradable se encuentra diversos productos propios de la zona, así mismos lugares encantadores para visitar como son las diferentes cascadas que se encuentran escondidas en la localidad. Además, cuenta con una piscina atractiva en medio del ambiente para aquellas personas que les gusta apreciar la naturaleza, para esto sería necesario la promoción empresarial inversión externa que ayude a reforzar el potencial de la parroquia.

Un proceso de desarrollo de base exógena o desarrollo polarizado es el que se sustenta en una o varias iniciativas empresariales de inversión de origen externo y externamente controladas, con efectos poco significativos sobre los recursos y el potencial de desarrollo local. A veces, incluso, el proceso de base exógena y el proceso de base endógena coexisten en un mismo territorio (Noguera, Pitarch y Pérez, 2011, p.111). Esta base exógena permitirá que se impulse la promoción de la parroquia y aportara con dinamizar la economía local, con el desarrollo de nuevos emprendimientos.

#### **4.3.2 Vías de acceso a la vivienda**

Según la base de datos de INEC 2010, la siguiente tabla presenta los principales tipos de acceso a la vivienda que los habitantes cuentan.

**Tabla 14. Patrimonio Cultural**

**Vía de acceso principal a la vivienda**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Calle o carretera adoquinada, pavimentada o de concreto</b>	327	13,3
<b>Calle o carretera empedrada</b>	611	24,9
<b>Calle o carretera lastrada o de tierra</b>	964	39,2
<b>Camino, sendero, chaquiñán</b>	555	22,6
<b>Otro</b>	1	0
<b>Total</b>	2458	100

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Los moradores de la parroquia mencionan que gracias a la buena administración en los últimos años las vías de acceso a la vivienda se encuentran en buen estado en la mayoría de los habitantes lo que favorece tanto para los visitantes como para las mismas personas de la localidad, siendo así una puerta de entrada adecuada para aquellas personas que realizan turismo y lo puedan hacer sin ningún inconveniente.

De igual forma beneficia a las familias productoras, con respecto a que pueden trasladar sus productos sin ningún inconveniente siendo así una manera factible de cumplir con la demanda haciendo llegar lo más pronto posible al lugar de destino y comercializarlo.

En este tema de discusión en cuanto al transporte como punto estratégico para el desarrollo de la economía se resalta los puntos más importantes en la entrevista realizada al presidente de la parroquia quien manifiesta que Maldonado cuenta con una cooperativa de transporte terrestre DORAMALD quien oferta el servicio de transporte en un horario de 12 de la mañana y 3 de la tarde con la ruta Tulcán- Maldonado, de esta manera se puede acceder a la parroquia mediante una vía en buen estado y recientemente asfaltada logrando ofrecer un mejor destino de llegada.

En la comercialización de productos hablamos de los producidos en la parroquia los cuales tienen una buena acogida por los propios habitantes de la localidad y por provincias aledañas

mediante ferias realizadas por la junta, Los principales productos que sobresalen son: la panela, guayaba, naranjilla, mora y tomate de árbol. La razón principal para que la productividad sea más eficiente puede ser que los productores se asocien para lograr una mayor producción y se pueda cubrir la demanda que las provincias solicitan. Actualmente existen asociaciones que no están bien constituidas y que tienen debilidad en la organización, según Oswaldo Espinoza líder de una de las asociaciones algunos problemas radican en las plagas que los cultivos poseen ya que esto se da cuando los productores importan semillas de otros lugares y van llevando las plagas a los cultivos propios de la región. Para ello es importante que se tenga pendiente las fumigaciones y los abonos que se colocan para obtener un buen cultivo.

En la localidad los habitantes tienen recursos mínimos que sirven para mantener a sus familias sin embargo en tiempos de crisis en dinero de los cultivos no alcanza para satisfacer las necesidades del hogar, es por ello que se piensa enfocar los esfuerzos en agrupar las asociaciones y lograr un buen equipo con una producción mayor capaz de cumplir con los pedidos externos de la parroquia.

### 4.3.3. Disponibilidad de conectividad

Según datos obtenidos por el INEC 2010, La siguiente tabla expone la disponibilidad de servicio de internet en los hogares

**Tabla 15. Disponibilidad de internet**

<b>Dispone este hogar de servicio de internet</b>		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	56	2.3
No	2402	97.7
<b>Total</b>	<b>2458</b>	<b>100.0</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

La disponibilidad de internet en la parroquia es ausente, 2 de cada 100 personas poseen internet, lo que se convierte en un inconveniente para los miembros de las familias que se encuentran estudiando y deben realizar actividades que por ende se registra un gasto adicional para las cabezas de familia. La conectividad hoy en día es muy importante debido a que mantiene

conectado con miles de personas de otros lugares y también se puede realizar cualquier tipo de negocio simplemente desde un equipo tecnológico. Actualmente debido a la pandemia que se atraviesa, el internet ha sido de gran ayuda para muchas personas, convirtiéndose en el eje principal a la hora de estudiar y trabajar.

#### 4.3.4 Infraestructura y acceso a servicios básicos

Agua

Electricidad

Saneamiento

Desechos

#### 4.3.5. Tenencia de Viviendas

Tabla 16. Tendencia de vivienda

TENENCIA O PROPIEDAD DE LA VIVIENDA	TOTAL	PORCENTAJE
Propia y totalmente pagada	255	68
Propia y la está pagando	6	1,6
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	34	9,07
Prestada o cedida (no pagada)	55	14,67
Por servicios	5	1,33
Arrendada	20	5,33
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Yuliana Nazate España

La tendencia de propiedad de la vivienda en la parroquia es favorable debido a que de un total de treientos setenta y cinco grupos familiares doscientos cincuenta y cinco cuentan con su vivienda propia, el mínimo de familias arrienda, esto permite determinar que la situación de la vivienda no es un problema grave en la parroquia.



### 4.3.6 Organizaciones Sociales Locales

**Tabla 17. Espacios Culturales**

Nombre de la organización	Tipo de organización	Año establecimiento	Número de miembros	Nombre y cargo representante
Grupo de Mujeres	Social	2009	20	Sra. Aurora Ruano
Grupo pastoral	Social	2013	20	Sra. Judith Bustos
Grupo Juvenil	cultural social	2013	30	Srta. Miriam Guiz
Asociación Sabor de la Frontera	Productiva	2013	30	Sr. Miguel Tapia

Fuente: Yuliana Nazate España

Elaborado por: Yuliana Nazate España

La organización social es indispensable para el desarrollo económico al organizarse se puede generar una fuerza de impacto y trabajo con mayor alcance la CEPAL (2019) menciona que: el área del desarrollo económico tiene como objetivo la promoción de un crecimiento económico equitativo de largo plazo y la generación y asignación eficiente de recursos financieros para apoyar el desarrollo y la igualdad. por medio de la asociación es más fácil que se adquiera beneficios para la producción de parte de las entidades financieras del estado.

En la parroquia Maldonado hace falta reforzar la asociatividad para el desarrollo económico, se logró constatar varias asociaciones de carácter cultural y tan solo una de producción, por tanto, es lógico pensar que el desarrollo económico se verá enlentecido al no tener establecido un adecuado sistema de producción, la necesidad de reforzar la producción agrícola busca conseguir una sostenibilidad de la parroquia y sus habitantes.

### 4.3.7. Influencia del COVID-19 en el sector agrícola y ganadero

La emergencia sanitaria presentada en todo el mundo ha afectado la mayoría de las actividades que realizan en el transcurso del diario vivir, la parroquia de Maldonado se ha visto afectada de tal manera que el segundo trimestre del 2020 los habitantes de esta parroquia no podían trasladar los productos que cosechaban a la ciudad y sus alrededores.

El resultado de la pandemia hizo que los pobladores consuman sus productos dentro del territorio y que las familias obtengan menos ingresos que tiempos anteriores. Se observó que durante la crisis que la parroquia vivía las autoridades tomaron la iniciativa de realizar ferias dentro de la localidad con el fin de reactivar la economía y fortalecer el comercio apoyando a los productores agrícolas.

Maldonado cuenta con gente trabajadora con mujeres emprendedoras que en el tiempo de crisis han optado por ofrecer sus productos en ferias de la localidad y en ferias cercanas logrando tener una aceptación y aumentando la economía que se ha visto fuertemente debilitada en las zonas agrícolas del país.

Como resultado del análisis en el MAXQDA se presenta una tabla de similitud entre las 3 entrevistas teniendo como puntuación sobre 1.

**Tabla 18. Similitud Entrevistas**

<i>Nombre del documento</i>	<b>Base de datos Dr. Darwin Pozo</b>	<b>Base de datos Sr. Oswaldo Espinoza</b>	<b>Base de datos Sr. Porfirio Guiz</b>	<b>Base de datos PD y OT</b>
<i>Grupo 1\Base de datos Dr. Darwin Pozo</i>	1,00	0,35	0,59	0,53
<i>Grupo 1\Base de datos Sr. Oswaldo Espinoza</i>	0,35	1,00	0,53	0,47
<i>Grupo 1\Base de datos Sr. Porfirio Guiz</i>	0,59	0,53	1,00	0,71
<i>Grupo 1\Base de datos PD y OT</i>	0,53	0,47	0,71	1,00

Fuente: Yuliana Nazate España

Elaborado por: Yuliana Nazate España

Para complementar el análisis de la investigación se ha utilizado la herramienta MAXQDA, un software que muestra las frecuencias de palabras que más utilizan las personas en las entrevistas, con esto se realizó un análisis cualitativo de las características que muestra la localidad. Se identificó que existen asociaciones que trabajan individualmente y poseen ciertas dificultades y problemas con sus cultivos, entre ellos existe la presencia de plagas y el desconocimiento de los procesos de transformación de los productos de la zona. Al contar con productos de calidad se observa que los mismos no son aprovechados al máximo, ya que los productores simplemente venden sus productos más no los procesan y los convierten en productos terminados.

## Capítulo VI

### Estrategias para la promoción económica del territorio de la parroquia de Maldonado

#### 6.1 Propuesta de estrategia

De acuerdo con lo mencionado en la teoría de la matriz de Ansoff se toma en cuenta que para penetrar en los nuevos mercados es necesario relacionar e incrementar los productos actuales y nuevos para lograr un desarrollo en el mercado y la diversificación de esta. Para ello se propone una estrategia que permita lograr el crecimiento con los productos y con ello mejorar la calidad de la economía del territorio.

Estrategia: Creación de un centro de distribución logístico capaz de potenciar el mercado fructífero de la parroquia de Maldonado a fin de contribuir en el desarrollo de su economía.

#### Objetivos

##### Objetivo General:

- Crear un Centro de distribución logístico “CDL” en la parroquia de Maldonado

##### Objetivos Específicos:

- Organizar el área administrativa del Centro de Distribución Logístico.
- Ofrecer soluciones logísticas en base a las medidas de potenciales clientes.
- Almacenar los productos para su futura distribución.

#### Diagnóstico

Mediante el análisis de Resultados y Discusión de la investigación se concluye la realización de una estrategia que permita llevar a cabo la promoción económica de la parroquia de Maldonado aprovechando las potencialidades ocultas que presenta la misma, tomando en cuenta aspectos generales de la parroquia y factores claves para el desarrollo de la estrategia. La estrategia surge como necesidad de aprovechar el factor productivo, aspecto importante dentro de la provincia, a través del cual las familias se sustentan y logran obtener ingresos. Esta estrategia se realiza bajo un diseño minuciosamente elaborado y a la vez complejo en donde se presentan las diferentes actividades a tomar en cuenta con los beneficiarios y responsables de la realización, el debido presupuesto y en el tiempo establecido para llevar a cabo dicha estrategia que permita la promoción de la economía.

## Análisis FODA

Matriz de relación estratégica FODA		
MALDONADO	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto de empresas privadas</li> <li>• Posibilidad de insertar productos en mercados internacionales</li> <li>• Respaldo del gobierno</li> <li>• Mejorar acuerdos con proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajos ingresos de productores</li> <li>• Empresas competidoras</li> <li>• Plagas en cultivos</li> <li>• Falta de asociatividad y desconocimiento de procesos industriales</li> </ul>
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios Competitivos</li> <li>• Fidelidad y satisfacción de los clientes</li> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Vías de acceso en buen estado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificar los productos de calidad de los agricultores para ampliar el mercado.</li> <li>• Ampliar el número de clientes aprovechando la tendencia creciente de la demanda de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar asesoría en temas de fertilizantes para lograr los productos de calidad</li> <li>• Fortalecer los acuerdos comerciales con los clientes para lograr el crecimiento en el mercado</li> </ul>
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa infraestructura</li> <li>• Desaprovechamiento de potencialidades</li> <li>• Insuficiente promoción</li> <li>• Falta de liderazgo en las asociaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer inversionistas que permitan ampliar mercados y mejorar los acuerdos existentes</li> <li>• Establecer alianzas con nuevos clientes logrando expandir el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un centro de distribución logístico que permita recopilar los productos de todos los agricultores de la localidad para generar mayor beneficio</li> <li>• Comunicar el centro de acopio a los diferentes productores para su asociatividad.</li> </ul>

De acuerdo a las estrategias generadas en el análisis del FODA de la parroquia de Maldonado la que se toma en cuenta para la propuesta y estudio de la investigación es la creación de un

Centro de distribución logístico que permitirá el acopio y distribución de los productos de calidad del territorio. El centro de distribución Logístico está pensado en ajustarse con el 50% del presupuesto de empresa privada y el 50% de los productores de Maldonado. De igual manera los ingresos serán calculados en base al trabajo realizado y a los aportes que realicen ambas partes.

ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS	RESPONSABLES	PRESUPUESTO	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción y adecuación de Centro de Distribución Logístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores de Maldonado</li> </ul>	CDL	\$50.000	6 meses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformación y delegación de funciones para la administración del CDL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores de Maldonado</li> </ul>	CDL	\$200	1 mes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socializar con la comunidad y productores sobre el funcionamiento del CDL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población de Maldonado</li> <li>• Consumidores</li> </ul>	Administración CDL		1 mes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicar a los productores los beneficios y utilidades que representa la organización en el centro de distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Consumidores</li> </ul>	Administración CDL	\$400	1 mes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones y talleres respecto al cultivo y manejo de fertilizantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población de Maldonado</li> <li>• Consumidores</li> </ul>	Administración CDL	\$2000	2 meses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenar y organizar los productos para la distribución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• CDL</li> </ul>	Administración CDL		Semanal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar los productos para cumplir con la frecuencia de los pedidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• CDL</li> </ul>	Administración CDL		Semanal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitorear el centro logístico para garantizar la disponibilidad de stock.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CDL</li> <li>• Consumidores</li> </ul>	Administración CDL	\$200	Semanal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización y evaluación de los productos de calidad para la puesta en venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población de Maldonado</li> <li>• Consumidores</li> </ul>	Administración CDL	\$200	Semanal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar la búsqueda de nuevos mercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población de Maldonado</li> <li>• Consumidores</li> <li>• CDL</li> </ul>	Administración CDL		Semanal
TOTAL			\$53.000	

## **Creación de un centro de distribución logístico capaz de potenciar el mercado frutífero de la parroquia de Maldonado a fin de contribuir en el desarrollo de su economía**

La estrategia diseñada para aprovechar las potencialidades de la parroquia de Maldonado se concentra en la creación de un CDL (Centro de Distribución Logístico) en la localidad, que ayuda a consolidar los productos de los productores y evitar la intermediación en la parroquia.

El CDL se creará bajo la modalidad de una empresa privada con el 50% de inversión externa, y el 50% la junta parroquial, esto con el fin de mezclar el presupuesto y los gastos que se manejen.

Esta estrategia beneficia a la comunidad en general y de manera indirecta a los compradores de los productos de calidad del territorio, logrando así contribuir al desarrollo económico y la calidad de vida de los habitantes. A raíz de esto se puede proyectar la creación de nuevas actividades que generen ingresos a las familias, impulsando la transformación de la matriz productiva y garantizando la calidad de vida de los habitantes. Además, se convierte en el centro de ideas para crear emprendimientos que estén respaldados por una organización que apoye y empuje estos pequeños negocios.

Es importante mencionar que en este Centro de Distribución Logístico se almacenará los productos calificados como “productos de calidad del territorio” quienes hayan pasado por el proceso de acopio, evaluación y verificación de características que garanticen la excelente calidad. Luego de esto pasa por el almacenamiento y preparación para el registro en la lista de espera de productos a comercializar y entregar en los diferentes lugares principalmente mercado objetivo de Tulcán e Ibarra.

El CDL cuenta con procesos interrelacionados en donde permanecen los productos en un determinado tiempo en áreas específicas de acuerdo con el tratamiento para luego ser distribuidos en el comercio mayorista o minorista, diseñado para beneficiar a los productores de la localidad, garantizar la calidad de los productos ofertados y evitar intermediarios posibles que frenen el desarrollo económico de la parroquia.

## VI. Conclusiones y Recomendaciones

### 6.1 Conclusiones

- ✓ Según datos presentados en el PD y OT, Maldonado es una parroquia que se dedica en un 70% a actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, correspondientes al sector primario, por lo que su economía depende netamente de estas actividades. En cuando a los productos que se destacan en la agricultura se encuentran: la mora, naranjilla y tomate de árbol, productos de calidad del territorio. Mientras que las demás actividades como son la prestación de servicios, arte, entretenimiento y recreación no son acogidas.
- ✓ Es importante identificar las potencialidades que posee el territorio de estudio; la producción agrícola y ganadera, puesto que al contar con una idea clara de la situación en la que se encuentra, así como también permite realizar un análisis a profundidad con el fin de buscar alternativas y estrategias que recalquen las fortalezas de la zona y permitan el desarrollo económico.
- ✓ En base a un minucioso análisis de la información recopilada a lo largo de este proceso de investigación, se concluye que la implementación de un centro de distribución logístico será la clave para potenciar la economía de la parroquia, pues no solo generará mayores fuentes de empleo sino también un crecimiento socio económico de la región y el país.
- ✓ Por otro lado, en temas de bienestar y cohesión social se observa que el 50% de la parroquia de Maldonado se encuentra culminado los estudios primarios concluyendo que la falta de oferta académica cerca de la localidad impide que continúen en los estudios secundarios y universitarios.
- ✓ Finalmente, cuenta con un centro de Salud que no está en las condiciones adecuadas para recibir atención médica. Las vías de acceso a la parroquia se encuentran en buen estado ofreciendo a los habitantes y turistas a visitar la localidad sin ningún inconveniente dirigiéndose a los lugares atractivos que promete Maldonado.



## **6.2 Recomendaciones**

- ✓ Se recomienda a los productores de Maldonado fortalecer sus asociaciones y fomentar la participación para generar espacios de diálogo entre ellos con la finalidad de mejorar la competitividad de los productos y así evitar pérdidas.
- ✓ Las autoridades líderes de la junta parroquial de Maldonado deben establecer medidas y lineamientos a fin de potenciar los recursos que ofrece la parroquia, la falta de organización ha generado un desequilibrio no solo económico, sino educativo, social e inclusive turístico.
- ✓ La realización de convenios con instituciones gubernamentales puede ser de gran eficacia para potenciar los recursos, bienes y servicios que presenta la parroquia de Maldonado, permitiendo la promoción del desarrollo territorial.
- ✓ Se recomienda a las autoridades líderes de la junta parroquial, revisar detalladamente la presente investigación y tomar en cuenta cada uno de los apartados postulados, pues esta permite comprender diferentes desniveles que han existido en años anteriores.
- ✓ Finalmente es pertinente poner a colación la capacitación al personal directivo a cargo de la administración de la parroquia en temáticas direccionadas a emprendimientos y desarrollo económico, en periodos trimestrales constantemente.

## VII. Referencias Bibliográficas

- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. 1ª Edición. Caracas: Episteme, C.A.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe.
- Campos, M. (2009). *Métodos y Técnicas de Investigación Académica*. S/N, Costa Rica, S/N.
- Carlo, C., Va callanos, G., y Téllez, E. (2005). *Desarrollo económico local, una visión en construcción*. Bolivia: PIE.
- CEPAL. (2019). *Desarrollo Económico*. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/areas-de-trabajo/desarrollo-economico>
- Chevalier y Toledano. (1978). Eumed.net. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/429/Definiciones%20de%20cadena%20productiva.htm>
- Eatwell, J., Milgate, M., y Newman, P. (1993). *Desarrollo Económico*. Barcelona: TESYS, S.A.
- Fernández, E., Fernández, M., y Avella, L. (2006). *Estrategia de producción*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Maldonado. (2011, 4 de octubre). *Ubicación. Extensión*. Recuperado desde: <http://maldonado.gob.ec/carchi/>
- Granada, H. (2001, 1 Julio). El ambiente social. Recuperado desde: <https://www.redalyc.org/pdf/268/26890102.pdf>
- Grupo Banco Mundial. (2019). *Medio Ambiente Panorama General*. Recuperado desde: <https://www.bancomundial.org/es/topic/environment/overview>
- Hernández, A. (1998). Amartya Sen: Ética y Economía. Unal, 132. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/download/11527/20796>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ibáñez, J. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*

- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales del marketing de la A a la Z*. Madrid, España: Pearson Educación.
- LAGARDE, Marcela, 2000, *Claves feministas para la mejora de la autoestima*, Madrid: Horas y Horas, p. 61.
- Lind Marchal Wathen, (2012). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía*. México: McGraw-Hill.
- Llano, A. (2006). En *Bioética y educación para el siglo XXI* (págs. 69-70). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- López, J. (2013). *+Productividad*. Estados Unidos: Copyright.
- Madrid: DYKINSON.
- Martínez, J. (2006). Estrategia empresarial: La matriz de Ansoff, ¿sigue vigente cuarenta años después? *Contabilidad y negocios*, 1(1), 41-44. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/409/402>
- Martínez, D., y Clark, P. (2015). *DESARROLLO TERRITORIAL EN ECUADOR*. Quito: Ediciones Abya-Yala, Quito-Ecuador.
- Martínez, D., y Milla, A. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Montigua. (1992). Eumed.net. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/429/Definiciones%20de%20cadena%20productiva.htm>
- Nirian, P. (2015). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-empresarial.html>
- Noguera, J., Pitarch, D., y Pérez, J. (2011). *Gestión y promoción del desarrollo local*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- Oster, S. (2000). *Análisis moderno de la competitividad*. México: Oxford University Press Mexico.
- Peiró, R. (2019). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- Pérez, B., y Carrillo, E. (2000). *Desarrollo Local: Manual de Uso*. Madrid: Gráficas Dehon.

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2016-2019). *Parroquia de Maldonado*. Recuperado desde: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0460024660001\\_PD\\_OT%20Parroquial%20Maldonado%202016-2019%206\\_30-10-2015\\_14-18-23.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0460024660001_PD_OT%20Parroquial%20Maldonado%202016-2019%206_30-10-2015_14-18-23.pdf)
- Porter, M. (1990). *Ventaja Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria.
- Real academia española. (2019). *Diccionario*. Recuperado de <https://dle.rae.es/tradici%C3%B3n>
- Roldán, P. (2015). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/infraestructura.html>
- Rosales, M. (2010). *DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DEL DESARROLLO REGIONAL*. Recuperado de [file:///D:/Users/Jeamine/Downloads/Mtra\\_Maritza\\_Rosales\\_Reyes.pdf](file:///D:/Users/Jeamine/Downloads/Mtra_Maritza_Rosales_Reyes.pdf)
- Sánchez, J. (2012). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/capital-social.html>
- Sorote, I. (2006). *Logística y marketing para la distribución comercial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- The chartered Institute of Marketing glossary. Recuperado desde <http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>
- Trujillo, C. (2018). La sostenibilidad del capital territorial: propuesta metodológica para su análisis y valoración. *Revista Scielo*, 14, 58.
- Unesco. (2011). *Informe de seguimiento de la EPT en el mundo*. Recuperado desde: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ED/pdf/gmr2011-efa-development-index-es.pdf>
- Vásquez, A. (2011). Método Deductivo e Inductivo. Obtenido de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodoinductivo.html>
- Vásquez Barquero, Antonio. (2000). “*Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual*”. Proyecto CEPAL/GTZ, Santiago de Chile.
- García, S., y Almeida, P. (2021). “*Ecuador: Situación macroeconómica en 2020 y perspectivas 2021*”. Colegio de Economistas de Pichincha. Quito-Ecuador.

- Vasco. (2016). “*Problemas fronterizos en Ecuador con Colombia II: provincia del Carchi*”
- Dávila Newman, Gladys “*El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales Laurus*”, vol. 12, núm. Ext, 2006, pp. 180-205 Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela

# ANEXOS

## Anexo 1.

### Certificado o Acta del Perfil de Investigación



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

## ACTA

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

**NOMBRE:** NAZATE ESPAÑA ANGHELA YULIANA  
**NIVEL/PARALELO:** TITULACION

**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0402030886  
**PERIODO ACADÉMICO:** JUNIO- SEPT. 2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia de Maldonado provincia del Carchi

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

**PRESIDENTE:** MSC. SANIPATIN PONCE LUIS  
**LECTOR:** MSC. PAGUAY CHAVEZ FELIX  
**ASESOR:** MSC. URRESYA YÉPEZ RAMIRO FERNANDO

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

**EDIFICIO DE AULAS:** VIRTUAL **AULA:** VIRTUAL  
**FECHA:** miércoles, 25 de agosto de 2021  
**HORA:** 08H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	4,40
2) Trabajo escrito	2,70
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>7,10</b>


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

Art. 24.- De los estudiantes que aprueben 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, 25 de agosto de 2021**

  
Firmado electrónicamente por:  
**LUIS ENRIQUE  
SANIPATIN  
PONCE**

**MSC. SANIPATIN PONCE LUIS  
PRESIDENTE**

  
Firmado electrónicamente por:  
**RAMIRO  
FERNANDO  
URRESYA YÉPEZ**

**MSC. URRESYA YÉPEZ RAMIRO FERNANDO  
TUTOR**

  
Firmado electrónicamente por:  
**FELIX WILMER  
PAGUAY CHAVEZ**

**MSC. PAGUAY CHAVEZ FELIX  
LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



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

<b>ABSTRACT-EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Anghela Yullana Nazate España				
<b>DATE:</b> 14 de septiembre de 2021				
<b>TOPIC:</b> "Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia de Maldonado, provincia del Carchi"				
<b>MARKS AWARDED</b> <b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>				
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	<b>9 - 10: EXCELLENT</b> <b>7 - 8,9: GOOD</b> <b>5 - 6,9: AVERAGE</b> <b>0 - 4,9: LIMITED</b>			
	<b>TOTAL 9</b>			



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

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

**Autor:** Anghela Yuliana Nazate España

**Fecha de recepción del abstract:** 14 de septiembre de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 14 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



Anexo 3.



**OBJETIVO:** Identificar una estrategia para la promoción económica del territorio de la parroquia de Maldonado – provincia Carchi.



Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Entrevistador: \_\_\_\_\_

**ENTREVISTA PARA LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA PARROQUIAL**

1. ¿Han realizado algún estudio sobre el aprovechamiento de potencialidades en la parroquia de Maldonado?
2. Dentro de las potencialidades propuestas por el GAD en el PDOT, ¿Cuáles piensa que se cumplieron a cabalidad y que beneficios está generando el proyecto?
3. ¿Piensa que los convenios y proyectos planteados y realizados en el PDOT sirvió tanto para promover la producción y mejorar la atención oportuna de los grupos vulnerables?
4. ¿Cuáles son las asociaciones productivas que existen en las parroquias?
5. ¿La Junta maneja registros actualizados sobre el manejo productivo, turístico y demás que el territorio ofrece?
6. ¿Cuál piensa que es el principal producto del territorio que tiene potencial de desarrollo?
7. ¿Ha existido negociaciones internacionales de sus productos, cuál producto y ha sido beneficiosa esta negociación para su parroquia?
8. ¿Con que producto cree usted que se podría potencializar para llegar al aprovechamiento de la parroquia?
9. ¿Piensa que es indispensable que los productores se asocien y de esta manera se pueda lograr un mejor beneficio económico?
10. ¿Qué problemas usted detecta en las asociaciones?

Anexo 4.

### **Entrevista aplicada a integrantes de la junta parroquial de Maldonado**

Una vez obtenido el tamaño de la muestra, se definió el número de entrevistas a realizarse en un total de 3, estas fueron aplicadas en la parroquia de Maldonado a los líderes de asociaciones del lugar. El criterio que se siguió para realizar la entrevista se apoyó en información proporcionada por el PD y OT, la información obtenida permitirá diseñar una estrategia para la promoción de la economía de la parroquia de Maldonado del cantón Tulcán provincia el Carchi.

#### **1. ¿Han realizado algún estudio sobre el aprovechamiento de potencialidades en la parroquia de Maldonado?**

Según el PDOT de Maldonado 2016-2019 existen varias potencialidades que contribuyen al desarrollo de la parroquia.

<b>Variables económico productivo</b>	<b>Potencialidades</b>	<b>Problemas</b>
Empleo y talento humano	Producción Agrícola demanda mano de obra. Emprendimientos productivos generan productividad en la parroquia.	Condiciones laborales informales y mano de obra no calificada. Pocas fuentes de trabajo calificado.
Principales productos del territorio	Generación de valor agregado a productos agropecuarios y nuevas alternativas de producción y comercialización.	No existe diversificación de producción en la zona alta de la parroquia y comercio directo.

Seguridad y soberanía alimentaria	Existencia de Agroecología de subsistencia familiar.	Uso excesivo de agroquímicos y afectación de los suelos y alimentos.
Financiamiento	Facilidad de acceso al crédito bancario en microcréditos.	Población se enfoca en microcréditos con altos costos.
Infraestructura para el fomento productivo	Territorio con aptitud de producción para procesos de valor agregado (caña, mora, café, naranjilla, granadilla) Territorio con potencial para actividades de turismo.	Mínima generación de estudios de factibilidad para tecnificación y construcción de infraestructura productiva. Infraestructura turística no acorde a la demanda potencial. Carencia de sistemas de riego en comunidades de la zona alta.
Amenazas a la infraestructura	Existen Planes de contingencia y gestión de riesgos.	Actividad Volcánica y sísmica.

Sin embargo, Espinoza menciona que, no se han realizado estudios para determinar las potencialidades ni para conocer la aceptación que pueda existir en los productos que se elaboran en la parroquia. Por otra parte, ante tal desorganización la población se ha visto en la necesidad de realizar emprendimientos en base a distintos productos que oferta la parroquia, estos se realizan con el respaldo de la junta parroquial, pero de ninguna manera se ha realizado estudios para conocer la aceptación de nuestros productos.

**2. Dentro de las potencialidades propuestas por el GAD en el PDOT, ¿Cuáles piensa que se cumplieron a cabalidad y que beneficios está generando el proyecto?**

Espinoza menciona que actualmente el GAD parroquial propone ofrecer técnicos para las plantaciones de lulo, mora y café. Además, realiza ferias en donde se presentan los productos de los sectores y se agrupan las asociaciones para trasladar los productos a las ciudades cercanas.

**3. ¿Piensa que los convenios y proyectos planteados y realizados en el PDOT sirvió tanto para promover la producción y mejorar la atención oportuna de los grupos vulnerables?**

Según el PDOT los proyectos realizados hasta el 2019, sirvieron para concluir que Maldonado es un referente agroecológico, turístico y de integración fronteriza que aprovecha los recursos humanos y naturales sin olvidar tradiciones y costumbres propias, y se construye un modelo de desarrollo sustentable y sostenible que beneficia equitativamente a toda la población que goza plenamente de sus derechos y participa activamente en el ejercicio de sus responsabilidades.

Además, las autoridades entrevistadas mencionaron que, los convenios del GAD de Maldonado se los realiza a través de ferias en donde participan emprendedores de la localidad y ofrecen los productos en busca del desarrollo económico local.

**4. ¿Cuáles son las asociaciones productivas que existen en las parroquias?**

Según el PDOT hasta el año 2019 existieron 5 asociaciones: El Edén, Cañicultores Produplicales, Caficultores Maldonado El Placer y Sabor de la Frontera, mismas asociaciones que se dedican al cultivo y producción de café, mora, lulo y madera

**5. ¿La Junta maneja registros actualizados sobre el manejo productivo, turístico y demás que el territorio ofrece?**

La información no se encuentra actualizada debido a que el PDOT de Maldonado corresponde a los años 2016 a 2019, además las autoridades líderes hacen realce del desconocimiento del

tema, pero mencionan que es importante manejar estos registros para analizar el desarrollo productivo, turístico y por tanto económico del lugar.

**6. ¿Cuál piensa que es el principal producto del territorio que tiene potencial de desarrollo?**

Según el PDOT la parroquia de Maldonado tiene una producción básicamente agropecuaria; a excepción de la cabecera parroquial donde también se desarrollan actividades de comercio y servicios; el resto de las comunidades tienen primariamente actividades agrícolas seguidas de la ganadería.

Los productos van cambiando entre la parte alta y baja de acuerdo a la temperatura y altura. En la parte alta se siembra principalmente mora, tomate de árbol, granadilla, naranjilla, maíz y frejol; mientras que en la parte baja se siembra principalmente plátano, yuca, café, caña de azúcar y frutales varios. Información específica respecto a los principales productos del territorio se puede observar en la siguiente tabla desglosada por comunidad.

En cuanto a la ganadería se realiza aprovechamiento de lácteos, pero la principal orientación de la actividad es la venta de ganado en pie para carne. Adicionalmente se tienen otros animales menores (chanchos, cuyes, gallinas y patos) para el comercio local.

Espinoza menciona que el principal producto del territorio es la mora, existen cultivos desde Puente Palo hasta el Laurel.

**7. ¿Ha existido negociaciones internacionales de sus productos, cuál producto y ha sido beneficiosa esta negociación para su parroquia?**

Las autoridades mencionan que existe un desconocimiento sobre negociaciones internacionales, a su vez consideran que si lo realizasen con la mora sería un gran beneficio para su comunidad y para la economía del país, puesto que hace varios años el único producto de comercio a nivel nacional fue la madera, al iniciar el cultivo de mora la economía aumento, lo que conlleva a pensar en el fuerte impacto económico que tendría su exportación internacional.

**8. ¿Con que producto cree usted que se podría potencializar para llegar al aprovechamiento de la parroquia?**

El PDOT de la parroquia de Maldonado pone a disposición en la siguiente tabla, los principales productos agrícolas basados en el territorio de la Comunidad.

<i>Principales productos de territorio Comunidad</i>	<b>Primera actividad económica</b>	<b>Segunda actividad económica</b>	<b>Tercera actividad económica</b>	<b>Principales productos agrícolas (C-V)</b>	<b>Principales animales (C-V)</b>
<b>El Plata</b>	Agricultura	Ganadería	Crianza de animales menores	Mora (C-V), Tomate de árbol (C-V), aguacate (C-V), maíz (C-V), frejol (C-V) y taxo ( C )	Ganado vacuno (C-V), chanchos (C), gallinas ( C ), cuyes (C-V)y conejos (C-V)
<b>El Laurel</b>	Agricultura	Ganadería	Trabajo en las vías	Mora (C-V) y Maíz (C-V)	Ganado vacuno (V), chanchos (C), gallinas ( C ), cuyes (C)
<b>Bella Vista</b>	Agricultura	Ganadería	Mora (C-V) y granadilla (C-V)	Ganado vacuno (C-V), chanchos (C), gallinas ( C ), caballos (V)	
<b>Chilmá Alto</b>	Agricultura	Ganadería	Mora (C-V), Naranjilla (C-V), Tomate de árbol (C-V), Granadilla(C-V) y Maíz ( C )	Ganado vacuno (V), chanchos (C-V), gallinas ( C-V ), caballos (V)	
<b>Chilmá Bajo</b>	Agricultura	Ganadería	Turismo y Comercio	Mora (C-V), Granadilla (C-V) y Tomate de árbol (C-V)	Ganado vacuno (C-V), chanchos (C-V), gallinas ( C-V), ovejas (C-V)
<b>Santa María</b>	Agricultura	Agricultura	Ganadería	Tomate de árbol (C-V), Naranjilla	Chanchos (C-V), Ganado vacuno

				(C-V) y Mora (C-V)	(V), gallinas (C-V), patos
	(C) y cuyes (C)				
<b>Puente Palo</b>	Agricultura	Ganadería	Comercio	Mora (C-V), Naranjilla(C-V), tomate de árbol (C-V), Plátano (C), Yuca(C)	Chanchos (C), Ganado vacuno (C-V), gallinas (C-V) y cuyes (C-V)
<b>Río Plata</b>	Agricultura	Ganadería	Industria de la caña y café.	Naranjilla (C-V), Plátano (C-V), Yuca (C) y papa balsa (C)	Ganado vacuno (C-V), chanchos (C-V), gallinas (C-V), patos (C-V) y cuyes (C-V)
<b>Maldonado</b>	Servicios y comercio	Agricultura	Ganadería	Naranjilla (V), Caña (C-V) y café (V)	Chanchos (C-V), vacas (C-V), Pollos de engorde (C-V) y Gallinas criollas (C-V)
<b>Piedra Liza</b>	Agricultura	Ganadería	Naranjilla (V), yuca (C-V), plátano (C-V), piña (C-V), limón (C-V) y caña (C)	Chanchos (C-V), patos (C), cuyes (C) y caballos (V)	vacas (C-V), Pollos (C) y
<b>La Chorrera</b>	Agricultura	Ganadería	Industria de la panela	Naranjilla (V), yuca (C-V), plátano (C-V), piña (C), caña (C-V), guayaba (V), papaya (C-V) y borojó (C)	Chanchos (C-V), vacas (C-V), Pollos (C), patos (C), cuyes (C) y tilapia

Sin embargo, debido a que los datos del Pd y OT de la parroquia se encuentran desactualizados, los líderes de dicho lugar consideran que la mora debería ser el principal producto de

exportación ya que su territorio es apto para el cultivo y tiene una gran acogida en los mercados de las provincias cercanas.

**9. ¿Piensa que es indispensable que los productores se asocien y de esta manera se pueda lograr un mejor beneficio económico?**

Los entrevistados mencionan que es indispensable dicha asociación pues ayuda a incrementar la producción y así se puede cubrir con la demanda del mercado cuando esta es muy alta. De esta manera se benefician más familias dentro de la parroquia,

**10. ¿Qué problemas usted detecta en las asociaciones?**

Los entrevistados mencionan que el principal problema es la falta de apoyo por parte del gobierno hacia las provincias pequeñas, la falta de maquinaria y de asociaciones agrónomas genera un fuerte impacto pues en la zona es muy frecuente la prevalencia de plagas, tomando en cuenta que en toda plantación se presentan nuevas variedades de plantas y algunas generan plagas mismas que se propagan al resto de las plantaciones.