

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING**

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

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

AUTORES: Edwin Medardo Pupiales Cañamar

Damian Alexander Criban Espinoza

TUTOR: Msc. Luis Homero Viveros Almeida

**Tulcán, 2021**

## **CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR**

Certificamos que los estudiantes Edwin Medardo Pupiales Cañamar con C.C. 100394824-5 y Damian Alexander Criban Espinoza con C.C. 040198030-5 han elaborado el trabajo de titulación: “Estrategia para el desarrollo económico de la parroquia San Rafael, cantón Bolívar, provincia del Carchi”

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



Firmado electrónicamente por:  
**LUIS HOMERO  
VIVEROS  
ALMEIDA**

Msc. Luis Homero Viveros Almeida

**TUTOR**

Firmado digitalmente por:  
**ROBERTH PATRICIO PEREZ QUIROZ**  
Fecha y hora: 17.06.2021 10:47:29  
Msc. Roberth Patricio Pérez Quiroz

**LECTOR**

Tulcán, junio de 2021

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de licenciados en la Carrera de Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Nosotros, Edwin Medardo Pupiales Cañamar con C.C. 100394824-5 y Damián Alexander Criban Espinoza con C.C. 040198030-5 declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal. Los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Edwin Medardo Pupiales Cañamar

**AUTOR**



Damián Alexander Criban Espinoza

**AUTOR**

Tulcán, junio de 2021

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

Nosotros, Edwin Medardo Pupiales Cañamar con C.C. 100394824-5 y Damian Alexander Criban Espinoza con C.C. 040198030-5 declaramos ser autores de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategia para el desarrollo económico de la parroquia San Rafael, cantón Bolívar, provincia del Carchi” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Edwin Medardo Pupiales Cañamar

**AUTOR**



Damian Alexander Criban Espinoza

**AUTOR**

Tulcán, junio de 2021

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradezco a Dios y a la vida por darme a los padres más valiosos del mundo, quienes son merecedores de todo este importante esfuerzo en mi vida. A la UPEC por ser la universidad que me ha permitido forjar los conocimientos necesarios en la trayectoria de mi carrera; de la misma manera al Msc. Luis Viveros y Msc. Roberth Pérez por haber sido muy comprensibles en este proceso de investigación como tutor y lector. A mi compañero de tesis Damián que más que ser un compañero fue un luchador en conseguir este sueño.

Primeramente, agradecer a Dios, a mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos y en especial a mis compañeros con quienes día a día hemos luchado juntos para conseguir este objetivo común.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta investigación a mis amados padres, quienes han sido los principales promotores de mis sueños. A mis hermanas que son un pilar fundamental para el logro de todos los objetivos que me he sabido plantear día a día, finalmente y de una manera muy especial dedico esta investigación a Paola siendo la persona que me ha sabido acompañar y apoyar en cada momento de dificultad durante toda la investigación.

Todo este esfuerzo y sacrificio es gracias a la ayuda de Dios, mis padres, compañeros y todas las personas que me acompañaron en este proceso quienes me dieron fuerzas y me brindaron todo su apoyo para llegar al final de la meta.

## ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO .....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
DEDICATORIA .....	6
ÍNDICE DE FIGURAS .....	9
ÍNDICE DE TABLAS .....	10
RESUMEN .....	11
ABSTRACT .....	12
INTRODUCCIÓN .....	13
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.....	17
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	17
2.2 MARCO TEÓRICO .....	20
2.2.1. Teoría del desarrollo endógeno .....	20
2.2.2. Desarrollo económico.....	23
2.2.3. Bienestar y cohesión social.....	27
2.2.4. Capital territorial.....	29
III METODOLOGÍA.....	32
3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO .....	32
3.1.1 Enfoque.....	32
3.1.2 Tipo de investigación.....	32
3.2 HIPÓTESIS .....	33
3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	33
3.3.1 Definición de variables .....	33
3.3.2 Operacionalización de variables .....	34
3.4 MÉTODOS UTILIZADOS .....	34

3.4.1 Método deductivo .....	34
3.4.2 Técnicas e instrumentos.....	35
3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....	35
3.5.1 Matriz de jerarquización .....	36
3.5.2 Población y muestra.....	37
3.5.1.2 Muestra .....	37
IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	39
4.1 RESULTADOS .....	39
4.1.1 Situación actual de la parroquia San Rafael .....	39
4.1.2 Bienestar y cohesión social.....	46
4.1.3 Capital territorial.....	54
4.1.4 Potencialidades de la parroquia San Rafael.....	57
4.2 DISCUSIÓN .....	60
4.2.1 Situación actual de la parroquia San Rafael en términos productivos.....	60
V ESTRATEGIA.....	65
5.1 Resumen del problema para la elaboración de la estrategia .....	65
5.2 Análisis de la estrategia .....	65
5.3 Objetivos:.....	65
5.4 Modelo de comercialización descentralizada .....	66
5.5 Esquema estratégico del centro de distribución.....	67
5.6 Temporalidad de cosechas .....	72
5.7 Construcción de la marca.....	73
5.8 Estrategias de posicionamiento.....	74
5.9 Plan de acción .....	74
5.10 Cronograma estratégico .....	76
5.11 Plan de promoción digital.....	77
VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	80
6.1 CONCLUSIONES .....	80
6.2 RECOMENDACIONES.....	82
VII REFERENCIAS .....	83
VIII ANEXOS .....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Tipo de actividades agrícolas</i> .....	39
<b>Figura 2</b> <i>Tipos de productos agrícolas</i> .....	40
<b>Figura 3</b> <i>Productos transitorios</i> .....	41
<b>Figura 4</b> <i>Fuentes de financiamiento</i> .....	42
<b>Figura 5</b> <i>Actividades agropecuarias</i> .....	42
<b>Figura 6</b> <i>Nivel de importancia de los intermediarios</i> .....	43
<b>Figura 7</b> <i>Mercados donde se ofertan los productos</i> .....	44
<b>Figura 8</b> <i>Empresas prestadoras de servicios</i> .....	45
<b>Figura 9</b> <i>Cajas de ahorro</i> .....	45
<b>Figura 10</b> <i>Importancia de los subcentros de salud</i> .....	46
<b>Figura 11</b> <i>Tipos de tradiciones</i> .....	47
<b>Figura 12</b> <i>Importancia de las fiestas tradicionales</i> .....	48
<b>Figura 13</b> <i>Importancia de las fiestas religiosas</i> .....	49
<b>Figura 14</b> <i>Importancia de las costumbres</i> .....	49
<b>Figura 15</b> <i>Importancia de las comidas típicas</i> .....	50
<b>Figura 16</b> <i>Importancia de los grupos étnicos</i> .....	51
<b>Figura 17</b> <i>Importancia de los medios de comunicación</i> .....	52
<b>Figura 18</b> <i>Importancia de los eventos recreativos</i> .....	53
<b>Figura 19</b> <i>Importancia de los tipos de flora</i> .....	55
<b>Figura 20</b> <i>Importancia de la fauna</i> .....	55
<b>Figura 21</b> <i>Importancia de los patrimonios intangibles</i> .....	56
<b>Figura 22</b> <i>Importancia de la calidad de las vías</i> .....	56
<b>Figura 23</b> <i>Modelo de comercialización descentralizada</i> .....	66
<b>Figura 24</b> <i>Esquema estratégico</i> .....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Operacionalización de variables</i> .....	34
<b>Tabla 2</b> <i>Facilidad de comercialización</i> .....	57
<b>Tabla 3</b> <i>Facilidad de aplicación</i> .....	58
<b>Tabla 4</b> <i>Aceptación de los productores</i> .....	58
<b>Tabla 5</b> <i>Aceptación del consumidor</i> .....	59
<b>Tabla 6</b> <i>Potencialidades de la parroquia San Rafael</i> .....	59
<b>Tabla 7</b> <i>Objetivos estratégicos</i> .....	69
<b>Tabla 8</b> <i>Objetivo estratégico 1</i> .....	69
<b>Tabla 9</b> <i>Objetivo estratégico 2</i> .....	70
<b>Tabla 10</b> <i>Objetivo estratégico 3</i> .....	70
<b>Tabla 11</b> <i>Objetivo estratégico</i> .....	71
<b>Tabla 12</b> <i>Temporalidad de las cosechas</i> .....	72
<b>Tabla 13</b> <i>Plan de acción 1</i> .....	74
<b>Tabla 14</b> <i>Plan de acción 2</i> .....	75
<b>Tabla 15</b> <i>Plan de acción 3</i> .....	75
<b>Tabla 16</b> <i>Plan de acción 4</i> .....	76
<b>Tabla 17</b> <i>Cronograma estratégico</i> .....	76
<b>Tabla 18</b> <i>Estratificación de la población</i> .....	112
<b>Tabla 19</b> <i>Estratificación de la población de emprendedores</i> .....	112
<b>Tabla 20</b> <i>Estratificación de la población de agricultores</i> .....	112
<b>Tabla 21</b> <i>Estratificación de la población general</i> .....	113

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue analizar la situación actual que atraviesa la parroquia San Rafael en términos de desarrollo socioeconómico con la finalidad de diseñar una estrategia que permita aprovechar las potencialidades para el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de la localidad. Este estudio se lo trabajó en base en la teoría del desarrollo endógeno, la cual establece un modelo donde las comunidades desarrollan sus propias propuestas que se convierten en una forma de llevar adelante la transformación cultural y económica de la sociedad. La investigación obedeció a un enfoque cuantitativo del tipo descriptivo simple por medio de la aplicación de encuestas a una muestra aleatoria de la población económicamente activa de la parroquia. La principal potencialidad detectada fue el cultivo de plantas permanentes, por lo cual, se realizó una estrategia basada en un modelo de comercialización descentralizado a través de un centro de acopio y distribución de este tipo de productos que favorezca el poder de negociación de los agricultores con los potenciales clientes, además de vender los productos bajo una marca territorial que destaque los atributos de la parroquia San Rafael.

**Palabras claves:** modelo económico, potencialidades, estrategia, transformación social

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to analyze the current situation that the San Rafael parish is going through in terms of socioeconomic development in order to design a strategy that allows taking advantage of the potential for improving the socioeconomic conditions of the locality. This study was based on the endogenous development theory, which establishes a model where communities develop their own proposals that become a way of carrying out the cultural and economic transformation of society. The research followed a simple descriptive quantitative approach through the application of surveys to a random sample of the economically active population of the parish. The main potential detected was the cultivation of permanent plants, for which a strategy based on a decentralized commercialization model was carried out through a collection and distribution center for this type of products that favors the bargaining power of farmers with potential customers, in addition to selling the products under a territorial brand that highlights the attributes of the San Rafael parish.

Keywords: economic model, potential, strategy, social transformation

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad el desarrollo de una estrategia para la promoción de la economía de la parroquia San Rafael, cantón Bolívar, provincial del Carchi. Esta estrategia permitirá describir las potencialidades que posee la parroquia y que ayudarán a sus habitantes a incrementar sus ingresos económicos y otorgar a las comunidades que componen la parroquia ventajas competitivas cuyo objetivo se centra en mejorar su posicionamiento tanto productiva como económicamente.

Este proyecto de investigación partió de un análisis situacional que permitió tener un mejor panorama sobre el contexto actual que tiene la parroquia y con el cual se pudo realizar un análisis para determinar las fallas, dificultades, riesgos y oportunidades que tienen las actividades económicas que realizan sus habitantes. En base a este diagnóstico fue posible tener conocimientos para proponer cambios a las actividades económicas que se desarrollan en la parroquia con el fin de otorgarles un valor agregado.

Para el sustento de la investigación se utilizó como base teórica la teoría del desarrollo endógeno, la cual manifiesta que los recursos propios que tiene un territorio contribuyen a su crecimiento con ayuda del capital humano, la innovación y el conocimiento necesario. Los procesos de crecimiento y acumulación de riqueza ayudan a combatir los desafíos de la globalización en uno de los momentos más competitivos que enfrentan los diversos territorios para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Además, para la recolección de la información se realizó un estudio de campo con el cual se tuvo un acercamiento directo con las personas que habitan en la parroquia San Rafael con el fin de entender y aclarar el contexto en el que ellos se desenvuelven.

Con el respectivo conocimiento sobre todo ese panorama fue posible evidenciar, en esta investigación, que esta parroquia tiene una economía estancada siendo su principal actividad económica la agricultura, la cual no ha generado los suficientes ingresos económicos que permitan un desarrollo y dinamismo económico a su población, es por eso que, esta investigación es crucial para tener diferentes mecanismos que aporten actividades alternas a las que comúnmente sus habitantes están acostumbrados y que garantizan mayores oportunidades de crecimiento para la parroquia San Rafael. De esta manera, al identificar las potencialidades que tiene la parroquia se propone realizar un centro de distribución que servirá como estrategia para la promoción de su economía.

# **I PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Ecuador es un país soberano e independiente el cual tiene una estructura económica basada principalmente en la explotación de recursos naturales como el petróleo, la minería y la agricultura aparte de otros sectores económicos como el industrial y el de servicios que también tienen una gran participación en los ingresos al presupuesto general del Estado. A pesar de contar con una economía esencialmente primaria y que el país posee muchos recursos naturales su estado financiero es desequilibrado debido a la falta de aprovechamiento de sus recursos.

La provincia del Carchi se encuentra ubicada en la frontera entre Ecuador y Colombia, es una provincia principalmente agropecuaria con muy pocas industrias y empresas de servicios por lo que las fuentes de empleo en este sector son muy escasas. Sus habitantes se dedican al cultivo de papa, pero su sobreproducción ha generado pérdidas, como consecuencia algunos agricultores se han dedicado a la siembra de otros productos que ayuden a mejorar su situación económica. Esta provincia cuenta con atractivos naturales destinados al turismo sin embargo su desarrollo económico es muy decreciente.

San Rafael es una parroquia rural del cantón Bolívar, ubicada al sur y perteneciente a la provincia del Carchi en Ecuador. La parroquia de San Rafael se compone por las siguientes comunidades: El Rosal, El Sixal y la comunidad de Caldera. La agricultura, ganadería y comercio son las actividades económicamente activas en la Parroquia de San Rafael, distribuyéndolas de la siguiente manera: en la Cabecera Parroquial San Rafael y la comunidad El Rosal su principal actividad es la agricultura, en la comunidad El Sixal la actividad económica es agropecuaria, pero en su gran parte ganadería y la actividad económica activa de la comunidad Caldera es el Comercio.

Gracias a su ubicación geográfica esta parroquia posee diferentes pisos climáticos por lo que permite ofrecer una gran variedad de productos desde los que se pueden cultivar en clima frío hasta los que se cultivan en clima cálido, pero muchos se quejan de la sobreoferta de productos existentes en el mercado. Al ser una parroquia netamente agropecuaria, actividad con bajos recursos económicos, y con muy pocas fuentes de empleo sus habitantes optan por otras fuentes de ingresos que les permita mejorar su situación financiera, razón por la cual algunos de ellos emigran hacia otros lugares buscando una estabilidad económica que la parroquia de San Rafael no la puede brindar.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La parroquia de San Rafael no ha aprovechado sus potencialidades para promocionarse económicamente.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Con esta investigación se diagnosticó la situación actual que atraviesa la parroquia en el ámbito sociocultural, económico, productivo y medioambiental en la cual se contó con la participación de diferentes actores como la UPEC, el GAD San Rafael y la población que conforman la parroquia con quienes se desarrolló diferentes tipos de mecanismos para recolectar información y tener un panorama general del contexto real de las comunidades de la parroquia.

Esta investigación se apega al eje 2, objetivo 5 del Plan Nacional de Desarrollo “Plan Toda Una Vida” donde impulsa la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. Con el diagnóstico de la situación actual de la parroquia San Rafael en donde se describe los componentes del desarrollo económico, el bienestar y cohesión social y el capital territorial, se pudo establecer estrategias aplicadas al mejoramiento del desarrollo económico local con el fin de mostrar las potencialidades, de modo que puedan ser utilizados para el fortalecimiento social y económico de los habitantes.

Gracias a la riqueza de los recursos que tiene esta parroquia es importante que sus habitantes conozcan y exploten sus capacidades y busquen diferentes mecanismos que ayuden a potencializarlo con un enfoque hacia el crecimiento local dinamizando la economía. Otro aspecto que se tomó en cuenta en la que se basó esta investigación, fue la sostenibilidad territorial que apunta a fomentar el crecimiento de nuevos mercados especialmente para la comercialización de productos que se cultivan en la zona, los cuales actualmente no tienen un punto fijo de venta, pensando en los beneficios que tendrá tanto para las comunidades que forman la parroquia como para el medioambiente que cobija a San Rafael.

El alcance de este proyecto de investigación llega hasta el planteamiento de una estrategia de marketing que ayude a identificar las potencialidades que permitan el desarrollo económico de la parroquia de San Rafael lo cual tendrá un gran impacto en la sociedad ya que con esto se detectará aspectos que otorguen reputación y generen una imagen positiva en el entorno sociocultural, productivo, económico y medioambiental de quienes conforman la parroquia. Quienes tienen la potestad de ejecutar la estrategia serán las autoridades que dirigen a la parroquia de San Rafael, inversionistas y empresas que desean hacer negocios en el sector y

aprovechar los recursos que brindan beneficios para todos, los mismos que sean sostenibles y sustentables en el tiempo.

Por la situación actual que está atravesando el mundo producto de la pandemia generada por el COVID-19, esta investigación se limita en cuanto a la recolección de la información debido a que, por medidas de bioseguridad, no será posible realizar una investigación in situ por lo que se optará por utilizar otros medios de levantamiento de datos a través de canales digitales o limitando número de encuestas que se aplicará a la población.

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

### **1.4.1 Objetivo general**

- Diseñar una estrategia para la promoción de la economía de la parroquia San Rafael del cantón Bolívar, provincia del Carchi.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente las variables de estudio y los conceptos de diseño de estrategias para el desarrollo económico, que permitan el sustento de la investigación.
- Diagnosticar el nivel de desarrollo económico y los recursos tangibles e intangibles sobre los cuales pueden potenciarse el desarrollo empresarial de la Parroquia San Rafael.
- Identificar las potencialidades de bienes y servicios para el desarrollo económico del territorio.
- Diseñar una estrategia para la promoción y comercialización del mango, limón y aguacate, productos cultivados por los agricultores de la parroquia de San Rafael.

### **1.4.3 Preguntas de investigación**

1. ¿Cuál es la situación socioeconómica actual de la parroquia San Rafael?
2. ¿Cuáles son las potencialidades productivas de la parroquia San Rafael?
3. ¿Cuál es el nivel de aprovechamiento de las potencialidades que tiene la parroquia San Rafael?
4. ¿Cómo aportará la estrategia de marketing territorial a la promoción económica de la parroquia San Rafael?

## II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Gómez (2015) menciona que: el papel que desempeñan los territorios frente a un dinámico y competente con crecientes desarrollos, obliga a idear elementos que permitan atraer y vender por medio del diseño de identidad, una imagen que comunique eficazmente los atributos y potencialidades de una región, puesto que hoy más que nunca el origen es un aspecto de mucha importancia en la toma de decisiones de consumo. Es así, como el estudio del marketing territorial puede proporcionar los elementos para la promoción y posicionamiento de las regiones, pues parte de la identificación de aspectos diferenciadores territoriales para crear una imagen integral que permita mejorar el desarrollo social y económico.

Además, el marketing territorial debe comprenderse como una estrategia de desarrollo local, que vincula en su estudio las etapas de diagnóstico, determinación de objetivos, creación de marca, identificación del mix territorial, control presupuestal y plan acción; en donde la marca regional funciona como una de las estrategias que sirve para promocionar los atributos principales del territorio identificados en la primera etapa del marketing territorial. Así mismo desarrolla una visión integral de los distintos elementos que conforman los atributos que van a ser objeto de la oferta territorial, proporciona los instrumentos para minimizar la presión impuesta por la competencia entre territorios, y suministra los métodos para valorizar cualquier área o actividad relevante de una región. Es así que este antecedente aporta a nuestra investigación para la elaboración y aplicación del marketing territorial en la parroquia San Rafael.

Por su parte Nicolalde (2013) menciona que: Actualmente la Parroquia Pilahuín está sufriendo consecuencias que afectan a las actividades económicas a las que se dedican las personas de ese sector. La agricultura, siendo la principal fuente de ingreso se ha visto amenazada por la caída de ceniza del volcán Tungurahua alterando la producción y productividad, esto ha dado paso a altos niveles de pobreza que ha obligado a su gente especialmente a la población mestiza a abandonar sus tierras buscando mejores condiciones de vida. Para solucionar esta problemática se plantea como objetivo elaborar un plan de Desarrollo local participativo que contribuya al mejoramiento de las condiciones de vida a través de un diagnóstico socioeconómico de la parroquia para identificar y analizar los problemas prioritarios en el ámbito económico, social, ambiental, organizacional y por último proponer perfiles de

proyectos que consideren todos los aspectos de desarrollo socioeconómico. Los resultados obtenidos llegaron a la conclusión donde es evidente que la gestión participativa es la clave para el desarrollo local, el aporte de la comunidad es indispensable para cualquier trabajo en las comunidades más pobres. El desarrollo de planes y proyectos requieren de herramientas para la planificación y gestión acompañado de conocimientos científicos, disponibilidad de información cierta, verídica y actualizada. Dentro de las fortalezas percibidas durante el análisis, queda claro que la comunidad cuenta con recursos potenciales para un mejor desarrollo, pero las posibilidades de la parroquia dependen más de actividades colectivas y de conducción social que de los recursos.

Por otro lado, Reinoso (2017), manifiesta que: La actividad turística enfocada al turismo comunitario es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear una oportunidad de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a los pueblos del Ecuador. Esto representa un apoyo para frenar la migración rural, mejorar la calidad de vida, preservar la arquitectura de los pueblos tradicionales, la cultura, el desarrollo sostenible y la participación activa de los grupos sociales, características inseparables del turismo comunitario. Esta actividad tiene un enfoque diferente porque no solo busca utilidades económicas, sino también el bienestar de los involucrados que muchas veces sustituye el papel del Estado al proveer a la comunidad de servicios básicos como la salud y la educación que son escasos en el sector rural del Ecuador.

Bajo esta perspectiva, la actividad turística orientada al turismo comunitario es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear oportunidades de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a la ciudadanía.

Pozo (2018) manifiesta que a través de la aplicación de un plan de negocios con diferentes técnicas de planificación se logra mejorar el proceso administrativo y desarrollo económico de la asociación de porcuicultores Manantial de la comuna Puerto de Chanduy ubicada en la provincia de Santa Elena. De esta manera, se pretende solucionar la problemática principal que existe en los comerciantes del mercado porque no encuentran un tipo de carne que pueda ser vendida al cliente potencial ya que ellos prefieren un producto de alta calidad, así como también generar fuentes de empleo. Las condiciones climatológicas de Puerto de Chanduy son óptimas, necesarias y adecuadas para la crianza de cerdos, por tal motivo, se busca instaurar una masificación de la producción porcina; el desarrollo de técnicas e investigación de mercado

permitirán identificar la situación actual para establecer soluciones que contribuyan el desarrollo socioeconómico de la comuna Manantial de Chanduy.

Casanova (2015) en su investigación se pregunta como problema ¿Cuales son los factores que deben ser tomados en cuenta para optimizar la producción y comercialización del mango, mismos que permitan el fortalecimiento del sector de productos no tradicionales, así como también, la exportación del producto?. Para solucionar dicha problemática, el objetivo de la investigación es elaborar un estudio económico para la exportación de mango mediante la oferta de un producto de calidad, con precio competitivo. Para ello, realiza un estudio de mercado, características de la producción nacional y la competencia externa, los exportadores de mango en el Ecuador y la oferta del proyecto. De esta manera, llega a la conclusión que el Ecuador es un país exportador de materias primas de recursos naturales de excelente calidad, por eso ha tenido preferencia en el mercado internacional, porque el mango no es un producto tóxico ya que recibe un tratamiento de cultivo adecuado e identifica que para inicios de esta década el consumo del mango ha mejorado la demanda, lo que significa que es viable la producción y comercialización del mango.

Guerra (2013) en su investigación determina que en la actualidad es notorio la falta de explotación correcta del sector gastronómico, su difusión es nula y no existe promoción para atraer turistas potenciales que se convierten en un factor limitante para el desarrollo socioeconómico de la parroquia Atocha-Ficoa perteneciente a la ciudad de Ambato. Para dar solución a esta problemática se plantea como objetivo determinar el aporte de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato. Para desarrollar la investigación fue indispensable el estudio de modalidades bibliográficas y de campo para la obtención de información necesaria y la aplicación de encuestas a turistas que acuden a los establecimientos de expendio de comida típica del sector, se concluye que la elaboración de un folleto informativo de gastronomía tradicional permitirá potenciar la actividad turística y el desarrollo socioeconómico de la parroquia.

Villavicencio (2018) en su investigación indica que el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales de la parroquia Alambi son alternativas altamente potenciales para crear actividades turísticas en el sector. Pero se ha detectado como problema central un limitado manejo de la actividad turística causado por las pocas instalaciones e infraestructura que existe en el lugar, además existe poca información visible para acceder a los establecimientos turísticos y tampoco se conoce los atractivos turísticos que hay en la zona. Por lo cual, establece

como objetivo de estudio diseñar un proyecto de factibilidad para el aprovechamiento de las potencialidades turísticas en la reserva de bosque nublado Alambi, el cual permitirá el mejoramiento y sostenibilidad económica y ambiental en la prestación de servicios recreativos innovadores. Para el desarrollo de la investigación, se hizo el levantamiento de información a través de visitas de campo, utilizando fichas de observación para identificar la riqueza natural, se aplicaron entrevistas a personas vinculadas en el sector turístico y encuestas a visitantes llegando a la conclusión que el establecimiento es óptimo para realizar actividades turísticas como servicios de alojamiento y alimentación, avistamiento de colibríes, recorridos para apreciar el bosque primario y árboles frutales, complementando con canopy, tubing, y canyoning que hacen a este sitio un lugar maravilloso.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. Teoría del desarrollo endógeno**

Este proyecto se basó en la fundamentación teórica del desarrollo endógeno representada por el trabajo de Romer (1986), Lucas (1988), Barro (1990) y Rebelo (1991) quienes concuerdan que la teoría tiene como objetivo describir a la economía como una actividad humana que permite construir una sociedad equitativa, solidaria y respetuosa de la naturaleza mediante un análisis e interpretación de los principios básicos de estas para la aplicación en nuestro convivir diario con el entorno natural y social. En el modelo de Romer (1986), la experiencia en la producción e inversión aumenta la productividad en las empresas, en otras palabras, las instituciones o empresas que aumentan el nivel de experiencia adquirida por el conocimiento mejora la forma en como producir más eficientemente y adquirir mayor capital, de la misma manera, Lucas (1988) usa el argumento de Romer para considerar que el capital comprende tanto al capital físico como al capital humano y la producción de conocimiento ocurre como consecuencia de la inversión en capital humano y los resultados desde un punto de vista económico, se da por la interacción entre los trabajadores y las empresas que permiten eliminar los bajos rendimientos en la acumulación de acervo de capital.

Por su parte, Barro (1990) realiza aportaciones que se consideran más emblemáticas en comparación con las otras teorías, puesto que incluye a la teoría del desarrollo endógeno elementos como la tecnología, el gasto público e impuestos, al ser manejados correctamente estos incidirán positivamente al sector público y privado y aportarán de mejor manera el desarrollo económico del sector.

Por otro lado, Vázquez (2007) señala que el desarrollo endógeno es una interpretación que incluye diversos enfoques, que comparten una misma lógica teórica y un mismo modelo de políticas. Dicho de otra manera, se trata de una aproximación territorial al desarrollo que toma en cuenta procesos de crecimiento y acumulación de capital de territorios que contiene una cultura e instituciones propias, sobre la cual se toman decisiones de inversión. De acuerdo a estos aspectos, la política de desarrollo endogeno constituye la respuesta de los actores locales a los desafíos de la globalización y de esta manera la teoría integra y da cohesión a visiones diferentes del desarrollo, como desarrollo autocentrado, desarrollo humano y el desarrollo sostenible o desde abajo.

El desarrollo autocentrado se entiende como la capacidad que tiene una comunidad local para utilizar el potencial de desarrollo existente en el territorio y dar respuesta a los desafíos que se presentan en cierto momento. Por lo tanto, en un periodo determinado, una comunidad, por cuenta propia, puede encontrar nuevas ideas y proyectos que le permitan utilizar sus recursos y encontrar soluciones a sus necesidades y problemas. En este sentido, los actores locales, a través de sus propias decisiones contribuyen al desarrollo y la dinámica productiva de una localidad. Bajo este contexto, la importancia que debe tener el desarrollo humano para mejorar los procesos de desarrollo territorial están directamente relacionados por factores culturales como el espíritu de trabajo, la capacidad de ahorro y la tolerancia. De esta forma, en una sociedad se premia el esfuerzo y la ética del trabajo, la capacidad emprendedora es un valor social reconocido, y la movilidad social se estimula, la población está en capacidad de responder a los desafíos de mejor manera. Al tener estas cualidades se puede generar desarrollo sostenible o desde abajo que se entiende cómo una comunidad se somete a un proceso de transformaciones generada por la capacidad y creatividad emprendora existente en el territorio que facilitan el progreso económico y social. Es decir, las comunidades desarrollan sus propias propuestas como una forma de llevar adelante la transformación social, cultural y económica de una sociedad.

Los objetivos principales de esta teoría son:

- Erradicar la pobreza
- Mejorar la calidad de vida de las comunidades desasistidas y ubicadas geográficamente en zonas desconcentradas.
- Impulsar una sociedad proactiva y productiva.
- Ventajas del desarrollo endógeno:

- Construcción redes proactivas
- Infraestructura al servicio de la gente.

El desarrollo económico se produce como consecuencia de la utilización del potencial y del excedente generado localmente y la atracción, eventualmente, de recursos externos, así como de la incorporación de las economías externas. Esta teoría se fundamenta en los siguientes pilares:

- La difusión de las innovaciones y del conocimiento

El desarrollo económico y la dinámica productiva dependen de la introducción y difusión de las innovaciones y el conocimiento, que impulsan la transformación y renovación del sistema productivo, ya que, en último análisis, la acumulación de capital es acumulación de tecnología y conocimiento. Para que ello sea posible, es necesario que los actores que integran el sistema productivo local, tomen las decisiones adecuadas de inversión en tecnología y organización.

- La organización flexible de la producción

Uno de los factores centrales que condiciona el proceso de acumulación de capital es la organización de los sistemas productivos, como se ha puesto de manifiesto en Alemania o en las economías de desarrollo tardío del sur de Europa (como Italia y España) y de América Latina (Brasil, Argentina y México) durante las últimas décadas. La cuestión no reside en si el sistema productivo de una localidad o territorio está formado o no por empresas grandes o pequeñas, sino por la organización del sistema productivo local. La organización del entorno en el que se establecen las relaciones entre las empresas, los proveedores y los clientes, condiciona la productividad y competitividad de las economías locales.

- El desarrollo urbano del territorio

En un escenario como el actual, caracterizado por la globalización de la producción y de los intercambios y el aumento de las actividades de servicios, las ciudades se han convertido en el espacio preferente del desarrollo, ya que en ellas se toman las decisiones de inversión y de localización de la industria y los servicios. Su potencial de desarrollo les permite responder a los retos que presenta el aumento de la competitividad, vinculando los procesos de ajuste productivo y organizativo a la utilización de los recursos propios, a la difusión de las innovaciones y al fortalecimiento de las relaciones con otras ciudades.

- La densidad del tejido institucional

Los procesos de desarrollo no se producen en el vacío, sino que tienen profundas raíces institucionales y culturales. El desarrollo de una economía lo promueven, siempre, los actores de una sociedad que tiene una cultura, y formas y mecanismos propios de organización. Cada sociedad alienta el desarrollo de formas específicas de organización e instituciones que le son propias, y que facilitarán o dificultarán la actividad económica debido a que los agentes económicos toman sus decisiones en ese entorno organizativo e institucional y, por supuesto, no siguen siempre las prescripciones teóricas de los modelos económicos.

### **2.2.2. Desarrollo económico**

Un territorio o localidad está compuesto por cierta estructura económica que se clasifica en sector primario, secundario y terciario. Ahora bien, en el sector primario se encuentran todas las actividades productivas que hacen uso de los recursos naturales para su producción (López, Ruiz & Sánchez, 2016), mientras que en el sector secundario se suman otras actividades que hacen uso de maquinarias que automatizan los procesos y ayudan a la transformación de la materia prima y a obtener productos terminados para la utilización de las personas, actividad económica que realizan las fábricas, industrias manufactureras, etc. (López et al, 2016) que se complementan con el sector terciario que son necesarias para el desarrollo económico de la sociedad a pesar de que no producen mercancías o bienes, pero contribuyen al normal funcionamiento de la economía, actividades como el comercio, restaurantes, hoteles, transportes, etc. (Morales, Restrepo, Mauro, Montes, & Velarde, 2011).

La dinámica del mercado da oportunidades a pequeños y grandes negocios que surjan a través de estrategias de marketing y publicidad evitando el ejercicio oligopólico y permitiendo la superación del subdesarrollo dentro de una localidad. Por esta razón la teoría de la dinámica de las economías de Mercado es una contribución a la superación del subdesarrollo, en la medida en que excede los límites y la orientación establecidos por la agenda dominante de investigación (Orihuela, 2013).

Bajo este contexto, en el mercado aparecen dos términos principales conocidos como oferta y demanda. Por una lado, Gary y Kotler (2013) señalan que la oferta es el conjunto de productos y servicios que se ofrecen en un determinado mercado dando lugar a la competencia, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores. Por otro lado, Monferrer (2013) establece que la demanda es el conjunto total de individuos o empresas que tienen deseos o

necesidades, a las cuales, las empresas mediante sus productos o servicios tratan de cubrirlas. Es así que, se entiende que existen dos fuerzas que dan vida a la dinámica del mercado.

Para Gary y Kotler (2013) el marketing es un proceso que integra un conjunto de técnicas y estudios con el objetivo de mejorar la comercialización de un producto cubriendo las necesidades que demanda la sociedad generando valor. Así mismo el autor manifiesta que el plan de marketing consiste en un documento escrito en el que se detalla cómo la empresa debe realizar sus actividades estratégicas para alcanzar los objetivos propuestos relacionados con la mercadotecnia que se hace para la comercialización de un determinado producto, a esto se suma el uso del marketing mix, según Kotler (2000) es el conjunto de herramientas que las empresas gestionan para lanzar al mercado un producto o servicio adecuado a las necesidades del consumidor a un precio adecuado, a través de la manipulación de las variables del marketing conocidas como las 4P que sirven para conseguir objetivos comerciales en relación con el público objetivo.

De esta manera, con el uso de las herramientas y aplicaciones que brinda el marketing, el mismo no solo se limita a promocionar productos o servicios, sino también todo lo que existe en un territorio. Para López (s.f) el marketing territorial ayuda a diseñar estrategias para la promoción económica de localidades, ciudades, regiones, etc. con el objetivo de incrementar su desarrollo socio-económico y productivo, favoreciendo la atracción del comercio, turismo e inversiones y a la vez fortaleciendo su estructura territorial. Así mismo, aparece el modelo del gran consumo que se concentra sobre el interés del proveedor y los efectos que consigue para modificar la conducta de compra del cliente, el consumidor no dispone de ningún tipo de control sobre las decisiones de producción, el productor es quien tiene el control para elegir las estrategias del Marketing, bajo esta perspectiva, el cliente es un sujeto pasivo que tiene una decisión de compra personalizada que satisfaga sus necesidades, gustos y preferencias.

A todo esto, se suman los modelos industriales que sustituyen la visión tradicional por una visión transaccional del comportamiento de compra, donde se construye con el fin de utilizar los factores que influyen sobre la decisión de compra en beneficio del proveedor. Es decir, su decisión se ve como el resultado de interacciones múltiples con otros individuos internos o externos a la organización (López, s.f.).

Bastía, Cuadra, Muñoz, y Quevedo (2013) indican que el BPM es una herramienta que exige el estado de un país con el objetivo de asegurar que un producto fabricado por una empresa sea

seguro y apto para el consumo humano, especialmente en los productos alimenticios u orgánicos. Por tal motivo, dichos productos están sometidos a una transformación que son un conjunto de procedimientos que tienen una secuencia lógica dirigidas a transformar la materia prima en productos elaborados (Olarde, Botero, & Cañon, 2010). Un vez que pasan por esos procedimientos, el siguiente paso es la comercialización conocido como las operaciones que sigue un producto desde su punto de fabricación hasta su punto de venta, que después será adquirido por el consumidor, tomando en cuenta los canales de distribución (Matamoros & Flores, 1985).

Estos procedimientos que lleva una empresa al ser óptimos generan ventaja competitiva, Porter (2010) manifiesta que la cadena de valor es una herramienta que permite describir el desarrollo de las actividades que realiza una empresa con el objetivo de generar ventaja competitiva a través de la actividad estratégica más relevante de cada departamento de apoyo como de valor que tiene la empresa.

Estas características propias de una empresa la define como una unidad u organización conformada por personas, recursos materiales y financieros que realizan actividades coordinadas con el fin de obtener lucro a través de la satisfacción de las necesidades de las personas comercializando sus productos o servicios (Máxima, 2019).

Este autor a categorizado a las empresas según su fin económico los cuales están de la siguiente manera:

Según su fin económico

- Fin económico externo
- Fin económico interno
- Fin social externo
- Fin social interno

Según sus relaciones con el cliente y con otras empresas

- Aisladas o de lazo cerrado: no requiere de ninguna otra entidad para llevar a cabo su proceso económico.
- Redes empresariales o de lazo abierto. Uniones estratégicas de empresas para repartir las labores y gestionarse eficientemente de cara al cliente final.

### Según su tamaño

- Microempresa. Menos de 10 trabajadores
- Pequeña. Entre 10 y 49 trabajadores
- Mediana. Entre 50 y 250 trabajadores
- Grande. Más de 250 trabajadores

### Según su forma jurídica

- Individuales. Pertenecen a un único dueño
- Sociedades. Pertenecen a un conjunto organizado de inversores
- Cooperativas. Forman parte de modelos comunicadores de economía social.

Estas empresas cuentan con una estructura financiera, Besley y Brigham (2009) manifiestan que es la composición del capital que tiene y sus deudas, en el cual, si el capital es mayor a sus deudas significa que la empresa está encaminada hacia el éxito y si sus deudas son mayores a su capital la empresa tiene riesgo de quiebra.

Además de contar con una estructura financiera adecuada, las empresas buscan relacionarse con otras para lograr sus objetivos planteados. Wiewell y Hunter (1985) parten desde una óptica la cual define a las relaciones que tienen las empresas como la existencia de ellas en un mismo mercado, en el cual el precio de venta y sus utilidades tienen un poco de dependencia de acuerdo al movimiento comercial que haga la otra. Ahora bien, Alcantar (s.f) menciona que las Cadenas emprendedoras son mecanismos integradores que asocia a personas físicas o morales de escala micro, pequeña y mediana empresa formalmente constituidas, convirtiéndose en una alternativa de cooperación que las agrupa para facilitarles el acceso a servicios comunes, así como para la generación de economías de escala por las actividades conjuntas para comprar, producir y vender.

Del mismo modo, Formichella (2004) establece que el emprendimiento es una actividad en la cual las personas por medio del desarrollo de un proyecto pueden crear una empresa y generar empleo con fines económicos, sociales, políticos, etc. y a través del encadenamiento que es la relación a largo plazo que tienen las empresa con el objetivo de obtener beneficios colectivos permiten el desarrollo económico, de allí que el interés de las políticas públicas por promoverlos debe sustentarse en los beneficios económico-sociales

### **2.2.3. Bienestar y cohesión social**

Hopenhayn (2007) dice que una comunidad está conformada por un conjunto de individuos que comparten un sin número de actividades, de ahí que aparece el sentido de pertenencia hacia un grupo social que persigue objetivos en común. Por esta razón la cohesión social se entiende como la capacidad que tiene una sociedad para asegurar el bienestar de todos sus miembros, mermar disparidades y evitar diferencias para generar una comunidad de apoyo mutuo. La cohesión social está directamente relacionada con la integración social, para la integración el tema central es donde existen mecanismos de vínculos sociales o remediar aquellos que son inestables, es decir, su finalidad es matizar las normas o las instituciones que ayuden con la vinculación de la sociedad, o los mecanismos sistemáticos que permiten desarrollar acciones comunes con la sociedad.

El acceso a la salud y el bienestar es un derecho humano que tenemos todas las personas sin distinción alguna, así mismo la salud interviene como un mecanismo principal de la cohesión social que asegura el progreso de los miembros (Briceño, 1999). De ahí la importancia de que una comunidad cuente con el servicio de centros de salud para que la ciudadanía pueda ser atendida por cualquier situación que agrave el estado de salud como también la distribución de medicamentos. De la misma manera, la educación ha sido la pieza clave para la evolución de la especie humana y que ha permitido la especialización en ciertas formas específicas de conocer, pensar, sentir y percibir actividades cotidianas. Gracias a la pedagogía los seres humanos pueden alcanzar mejores dominios que posteriormente serán aplicados haciéndose notable una diferencia de razonamiento con otras especies (Bruner, 1997). Es decir, la salud y la educación dentro de una sociedad o comunidad aseguran el bienestar y desarrollo de todos, por ello, los gobiernos centrales y seccionales trabajan continuamente para garantizar la accesibilidad de todas las personas a estos beneficios sociales.

Otro de los aspectos que permiten mantener a una comunidad bien cohesionada es la cultura. Bruner (1997) menciona que la cultura es toda acción que el hombre ha establecido gracias a que el entorno le ha provisto de un sin número de cualidades para crear ya sea de forma individual o colectiva. De esta manera, el hombre puede crear tecnología, religión, ciencia, mitos, artes, lenguaje, costumbres, la moral, formas de pensar, de hacer, simbolismos y significados que son elementos únicos que caracterizan a una determinada sociedad establecida en un territorio o localidad.

Así pues, una comunidad o grupo social se caracteriza por abarcar un conjunto de individuos que comparten múltiples actividades o que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, tradiciones, valores, tareas, actitudes, comportamientos y acciones que se manifiestan al momento de interactuar entre todos, en otras palabras, esto se le conoce como la cultura de una sociedad (Vargas, 2013). Estos elementos son los responsables para que cada miembro cree un sentido de pertenencia hacia dicha sociedad o comunidad que vaya en beneficio o no de su desarrollo. Dicho esto, la cultura nace desde la formación en los hogares, las diferentes formas de vida, unas buenas y otras malas, pero que en lo particular todas llevan a un fin. De esta manera, los miembros de una sociedad crean sentido de pertenencia hacia la comunidad y se le conoce como una necesidad psicológica básica que tienen los humanos donde buscan sentirse respetados, aceptados, ser reconocidos y premiados por los méritos individuales, estos elementos pertenecen al tercer escalafón en la jerarquía de las necesidades humanas para preservar el estado de salud y bienestar (Fadiman & Frager, 2001). De esta forma, la necesidad de formar parte de una sociedad cumple un rol indispensable en la vida de las personas.

El capital territorial dentro del entorno económico incorpora elementos tangibles e intangibles de recursos y de la organización social que son conocidos como patrimonio de un determinado territorio. Dentro de los elementos tangibles se incluye factores productivos y de infraestructura, y los elementos intangibles incluyen el conocimiento, formas de expresión, conducta social, etc. que conforman la cultura de una sociedad siendo pieza indispensable del capital territorial (Roberto, Caraglui & Perucca, 2011).

El patrimonio tangible se conforma por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, zonas típicas, monumentos y patrimonio histórico, los cuales, contribuyen a la identidad cultural de la sociedad. La conservación de estos bienes y valores culturales garantizan la transmisión de costumbres y tradiciones de generación en generación promoviendo la cohesión social y el bienestar común.

La tradición es un proceso de transmisión, que viene del pasado al presente, se realiza mediante una serie de repeticiones que no tienen igual similitud, sino que presentan cambios e innovaciones que se van acumulando para generar lo que se conoce como tradición. También, para hablar de tradición se requiere del estudio y conocimiento del panorama físico y entorno cultural donde esta se presenta (Miranda, 2005). Además, la tradición se considera como la instauración de usos sociales relacionados al trabajo, a las relaciones de parentesco, a la política,

al saber cosmológico, médico, arquitectónico, creencias y rituales religiosos, agrícolas, de producción y del período de vida de las personas (Tapia, 1989). Así pues, las tradiciones que existen dentro de una comunidad permiten que se diferencie del resto de comunidades dándose a conocer por sus singulares formas de expresión, festividades, técnicas, culinarias, recreativas.

Estos aspectos generan al capital social de un sector o territorio, Marx (1849) manifiesta que el término capital hace énfasis en los recursos que se invierten para obtener beneficios a través de las relaciones sociales de explotación entre capitalistas y trabajadores. Es decir, en el contexto marxiano los empleadores recogen los valores añadidos generados por el trabajo de los empleados. Así mismo, Coleman (1988) añade que el capital social es una serie de recursos reales o potenciales que son ganados a través de las relaciones sociales que hacen posible el logro de ciertos fines que no serían alcanzados de forma individual.

#### **2.2.4. Capital territorial**

Reig, Goerlich, y Cantarino (2016) define al capital territorial como un conjunto de activos tangibles e intangibles con una característica principal en el hecho de ser específicos para una zona territorial y genere una mayor rentabilidad, es decir, son más utilizables para algunos tipos de inversión y para otros no, además, tienen una ubicación geográfica en un lugar específico ya sea un país, ciudad, cantón, parroquia incluso su ubicación con coordenadas (Rodríguez, 2018).

La accesibilidad geográfica es importante porque permite conocer una ubicación referente a los servicios con respecto a las comunidades para determinar la distancia o separación física que se mide en tiempo y longitud de recorrido (Backoff, 2005), dichas características que tiene un determinado territorio, se puede identificar un sin número de cualidades, capacidades y recursos que existen en el lugar y a través de ello se logra hacer el posicionamiento del territorio siendo el resultado de una estrategia y el punto de partida de las acciones de mercadeo (Van, Lebon & Durand, 2014).

Estos recursos al ser bien aprovechados son capacidades que permiten el desarrollo de un territorio porque se vuelven ventajas competitivas. Por un lado, Castro (2015) dice que es una ventaja esencial que contiene el producto o servicio a la vista del consumidor y tiene la capacidad de hacer competitiva a la marca debido a que ésta es percibida por los clientes como igual o mejor que el de la competencia. Por otro lado, Porter (1985) menciona la ventaja competitiva de una empresa se incrementará a razón del valor que una empresa puede generar. Es decir, es la capacidad que tiene una empresa para competir con otras similares mediante la

aplicación de estrategias logrando innovar y mejorar a su manera. Las características del territorio Renault (2010) define como la descripción y presentación de un territorio geográfico específico donde existen municipios, distritos o comunidades, además se toma en cuenta puntos geográficos como ríos, lagos, rutas, asentamientos humanos, reservas indígenas. Además, aparecen las actividades económicas que existen dentro de cierto territorio como la agricultura y ganadería.

Borja y Valdivia (s.f) dicen que la agricultura es el trabajo que se hace directamente en la tierra e incluye todos los procesos relacionados al tratamiento del suelo como la plantación de vegetales. Dichas actividades agrícolas están destinadas a la producción de alimentos tales como verduras, frutas, hortalizas, granos, etc. que implican la transformación del medio ambiente con la finalidad de satisfacer las necesidades que tiene el hombre.

La ganadería es una actividad que forma parte del sector primario en la estructura económica de un territorio, región o localidad que consiste en la crianza, tratamiento y reproducción de animales domésticos que son utilizados para el consumo humano. Borja y Valdivia (s.f) recalcan que la agricultura y la ganadería son técnicas para producir y obtener bienes a través de los recursos disponibles de la naturales.

La riqueza de los recursos naturales también es importante porque generan beneficios a la ciudadanía con el aprovechamiento adecuado de los mismos. Según Anzil (2006) menciona que son parte de la naturaleza y gracias a la intervención del hombre permiten la explotación y el aprovechamiento de recursos renovables y no renovables con la finalidad de satisfacer sus necesidades. De esta manera, se habla de que un territorio cuenta con riqueza de recursos naturales y que son muy valiosos para la sociedad que contribuyen al desarrollo socioeconómico de forma directa e indirecta. Dicho de otra manera, estos recursos forman parte de la biodiversidad que contiene enorme variedad de formas de vida y de diferentes especies que cohabitan en el planeta, ya sean animales, plantas, virus o bacterias que ocupan un espacio y forman ecosistemas (Dorado, 2010). El medio ambiente se le conoce como el espacio donde prevalecen los sistemas naturales, la protección y conservación de los ecosistemas, donde aparecen estrechas relaciones entre factores bióticos o seres vivos, abióticos o seres sin vida y artificiales que son elementos creados por el hombre (SINA, 2002).

Otros de los aspectos que componen al capital territorial, es la infraestructura de una comunidad que son el conjunto de obras, estructuras y bienes de capital que tiene un territorio siendo

elemento indispensable de una economía. Así mismo, se entiende como la base material de la sociedad que determina la organización para el desarrollo y cambio social donde se incluyen las relaciones de producción y las fuerzas productivas (Marx, 1865). Entonces, la infraestructura dentro de una economía se refiere al acervo de capital con el que cuenta una determinada región o localidad que hace uso para el desarrollo de sus actividades productivas.

El transporte es un elemento clave que conforma la infraestructura porque permite el desplazamiento de un sitio a otro, de bienes y pasajeros, obligados por la necesidad de estar en un lugar y llegar a otro (Thompson, 1976). En otras palabras, el transporte consiste en el movimiento sobre un determinado espacio físico de personas y mercancías, el mismo dota de movilidad y accesibilidad a diferentes localidades y tiene una importancia clave en el desarrollo económico de un país o región.

El factor hidráulico también forma parte de la infraestructura de una región y se la asocia como la red de agua que existe en el territorio y es aprovechado con fines productivos y de sobrevivencia para las sociedades. Así pues, la red de agua es un sistema de abastecimiento que consiste en un conjunto de procesos necesarios para captar, conducir, tratar, almacenar y distribuir el agua desde fuentes naturales hasta las viviendas (Cárdenas & Patiño, 2010).

Por otra parte, en la actualidad los medios de comunicación constituyen instrumentos en la construcción de imágenes de realidad social y donde se forma, conserva y expresa visiblemente los valores y la cultura de grupos sociales y de la sociedad en general (Cruz, 2012). De esta manera, el rol que desempeñan los medios de comunicación dentro de la sociedad es informar todos los acontecimientos, permitiendo que las personas interactúen, se comuniquen, opinen y estén siempre al tanto de lo que pasa en la comunidad y el mundo entero.

Al día de hoy por medio de la globalización, los avances de la ciencia y la tecnología han dado paso a que las personas tengan mayor acceso a la comunicación e información, las cuales están cambiando como nunca antes se había visto la dinámica económica, política y social. Este fenómeno puede ser catalogado bueno o malo. Por un lado, lo positivo que tiene la comunicación globalizada es tener bien informado a la sociedad de los eventos más importantes que se suscitan en cualquier entorno. Por otro lado, si bien el papel fundamental es informar, los mismos han sido los responsables de ir demoliendo poco a poco la cultura e identidad de la mayoría de comunidades a cambio de la introducción de nuevas tendencias sociales que se dan en otros lugares y que se van adaptando sin mayor esfuerzo por las nuevas generaciones.

## III METODOLOGÍA

### 3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

#### 3.1.1 Enfoque

La investigación presenta un enfoque cuantitativo al recolectar datos de medición numérica como el número de actividades agrícolas y ganaderas, número de productos y servicios, así como también, la elaboración de escalas de medición de uno a cinco que miden el nivel de importancia de: manifestaciones culturales, costumbres y tradiciones, gastronomía, patrimonio tangible e intangible, técnicas artesanales, eventos recreativos y componentes del capital territorial de la parroquia.

#### 3.1.2 Tipo de investigación

La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. De esta manera, con esta investigación se puede plantear hipótesis descriptivas del valor de variables que se puede observar en un determinado contexto (Sampieri, 2014).

Se hizo uso de esta investigación para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación del método cuantitativo con información proporcionada por la población de estudio. Este tipo de investigación permitió estudiar la situación actual de la parroquia San Rafael en donde se describe los componentes del desarrollo económico, el bienestar y cohesión social y el capital territorial. Además, se pudo diseñar la hipótesis de investigación.

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes (Fidias G. & Arias, 2012). Se utilizó este tipo de investigación para recolectar información necesaria mediante instrumentos como cuestionarios para la aplicación de encuestas a la ciudadanía de la parroquia San Rafael.

La investigación bibliográfica es un proceso sistemático y secuencial de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis del contenido de material empírico impreso, gráfico, físico y/o virtual que servirá de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada (Fidias G. & Arias, 2012)

Se utilizó este tipo de investigación ya que es la primera etapa del proceso investigativo y de esa manera se pudo recolectar información de investigaciones existentes y también buscar información en diferentes fuentes ya sean primarias o secundarias como libros, artículos científicos, periódicos, tesis de grado, páginas web, entre otras.

## **3.2 HIPÓTESIS**

H0: La parroquia San Rafael no cuenta con potencialidades productivas para el desarrollo económico.

Ha: La parroquia San Rafael cuenta con potencialidades productivas para el desarrollo económico.

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

### **3.3.1 Definición de variables**

**Desarrollo económico:** es la capacidad de los ingresos de los países o regiones para crear riqueza a fin de mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Un territorio tiene la posibilidad de brindar más y mejores bienes, productos y servicios de acuerdo con la mejora de la composición económica, cadenas productivas y emprendedoras.

**Bienestar y cohesión social:** integración social que permite a la población de un territorio identificarse con su imagen urbana, patrimonio y tradiciones, costumbres, gastronomía y técnicas artesanales que forman la cultura de la misma, así como también la participación cívica, asociatividad y liderazgo de opinión que asegura el bienestar de los ciudadanos bajo normas colectivas y lazos de confianza. La cohesión social designa, el grado de consenso de los miembros de un grupo social o la percepción de pertenencia a un proyecto, situación común o hacia una comunidad.

**Capital territorial:** es el conjunto activos tangibles e intangibles con una característica principal en el hecho de ser específicos para una zona territorial y genere una mayor rentabilidad, son más utilizables para algunos tipos de inversión y para otros no, además, tienen una ubicación geográfica en un lugar específico ya sea un país, ciudad, cantón, parroquia incluso su ubicación con coordenadas. Todos esos recursos disponibles al ser aprovechar y explotados adecuadamente sin causar daño al ambiente permiten el desarrollo socioeconómico de sus habitantes.

### 3.3.2 Operacionalización de variables

**Tabla 1**  
*Operacionalización de variables*

<b>Variables</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fuente</b>
Desarrollo económico	Composición Económica	Tipos de actividades Agrícolas	Encuesta a agricultores y ganaderos
		Tipos de actividades Ganaderas	
	Dinámica del mercado	Tipos de empresas prestadoras de servicios	PD y OT
		Tipos de productos locales	
		Tipos de Servicios locales	
Cadena emprendedora	Caja de ahorros	Encuesta a emprendedores	
	Instituciones sin ánimo de lucro		
Bienestar y cohesión social	Salud	Tipos de sub centros de salud	Encuesta a población general
		Tipos de patrimonio tangible	
		Tipos de patrimonio intangible	
		Tipos de tradiciones	
		Tipos de fiestas tradicionales	
	Cultural	Tipos Fiestas religiosas	
		Tipos de costumbres	
		Tipos de comidas típicas	
	Capital social	Tipos de vestimentas	
		Tipos de grupos étnicos	
Tipos de Medios de comunicación			
Capital territorial	Ubicación geográfica	Tipos de eventos recreacionales	PD y OT
		Tiempo en horas y minutos para llegar a la parroquia	
	Riqueza de los recursos naturales	Porcentaje de áreas sin cultivar	
		Porcentaje de áreas cultivadas	
		Tipos de Flora endémica	
Infraestructura	Tipos de Fauna endémica		
	Redes de Agua natural		
		Disponibilidad de conectividad	

*Nota:* La tabla muestra la estructura y composición de las variables estudiadas en la investigación, mismas que sirvieron para la orientación y desarrollo del estudio. Pupiales E. & Crihan D. 2021

### 3.4 MÉTODOS UTILIZADOS

#### 3.4.1 Método deductivo

Para el desarrollo de esta investigación se inició con el estudio de la teoría, de la que se derivan expresiones lógicas para formular hipótesis que el investigador somete a prueba donde se pretende identificar leyes universales y causales, es decir va de lo general a lo particular (Sampieri, 2014). De esta manera, se realizó un análisis que permitió deducir por medio del razonamiento lógico conclusiones necesarias y válidas que se presentan en la parroquia San Rafael.

En esta investigación se utilizó el método deductivo porque partió del estudio de datos generales como las variables de estudio: desarrollo económico, bienestar y cohesión social y capital territorial, a lo particular tomando en cuenta las subdimensiones de cada variable donde se

determinó la situación actual de la parroquia San Rafael y posteriormente la elaboración de la estrategia para la promoción económica.

También se analizaron criterios para obtener beneficios en esta investigación, despertando interés en la ciudadanía sobre el buen aprovechamiento de los recursos y potencialidades que actualmente existen en la parroquia San Rafael, además que se partió de teorías existentes de documentos y evidencias que describen la buena utilización de recursos y qué se pueden adaptar a la realidad del bajo nivel de la cultura productiva de la ciudadanía.

### **3.4.2 Técnicas e instrumentos**

Las técnicas que permitieron obtener, clasificar, ordenar y cuantificar los datos y la información obtenida, fueron las encuestas y fichas bibliográficas, en la cual cada herramienta tuvo su respectivo instrumento y aplicación para el estudio de las variables. Datos que permitieron determinar el diagnóstico situacional actual del desarrollo económico, bienestar y cohesión social y del capital territorial de la parroquia San Rafael.

Casas, Labrador, y Campos (2003) manifiesta que “la encuesta es la técnica que, mediante un instrumento ampliamente utilizado como procedimiento de investigación, permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (p. 143). Por tal motivo, se realizaron un total de 240 encuestas divididas acorde a cada población de cada una de las comunidades que comprenden a la parroquia (ver anexo 1).

Una ficha bibliográfica corresponde a un documento breve que contiene la información clave de un texto utilizado en una investigación. Puede referirse a un artículo, libro o capítulos de este (Alazraki, 2007). En este instrumento se registró todos los datos secundarios importantes obtenidos en la investigación a través de documentos y libros (Ver anexo 2).

### **3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Para el análisis e interpretación de la presente investigación se utilizó paquetes informáticos como Excel e IBM SPSS, herramientas que ayudaron a obtener resultados para evaluar la problemática detectada. Con toda la información recopilada se procedió a elaborar la base de datos activa en la que se incluyó los datos de cada instrumento aplicado para su recolección. Dicha base de datos fue depurada con el fin de eliminar inconsistencias, datos duplicados o perdidos que comprometan los resultados obtenidos a través del software estadístico SPSS. Para el tratamiento de la información se elaboraron los siguientes estadísticos:

- Tablas de frecuencia con el objetivo de mostrar la distribución de los datos mediante sus frecuencias para ordenarlos de manera que se presenten numéricamente las características del conjunto de datos de la muestra.
- Análisis de medias al sumar de una manera ponderada de todos los indicadores que pertenecen a una pregunta, ya que los formularios fueron realizados a base de constructos, se pudo determinar cuál de todos los ítems que conforman la pregunta tuvo la media más alta con el propósito de conocer, matemáticamente, las respuestas dadas por la población de la parroquia San Rafael. Con esa información se procedió a elaborar gráficos en el Microsoft Excel para el análisis de los resultados.

### **3.5.1 Matriz de jerarquización**

Para establecer las potencialidades que tiene la parroquia San Rafael, en primer lugar, se seleccionó aquellos resultados que obtuvieron mayor importancia para los habitantes de la parroquia San Rafael y, en segundo lugar, se utilizó una matriz de jerarquización para seleccionar las potencialidades que permitirán la promoción económica de la parroquia San Rafael.

Para elaborar la matriz se establecen las siguientes actividades:

- a) Definir alternativas que van a ser jerarquizadas
- b) Definir los criterios de evaluación
- c) Definir el peso que tendrá cada uno de los criterios
- d) Construir la Matriz de Evaluación
- e) Definir la escala de valoración de cada criterio
- f) Multiplicar el valor obtenido con cada criterio
- g) Sumar todas las casillas del lado derecho
- h) Ordenar las alternativas en orden decreciente

El peso que se asignó a cada uno de los criterios fue en función al conocimiento, aplicación y manejo que tienen los habitantes de la parroquia sobre los mismos y el aporte técnico y profesional de quienes elaboraron esta investigación, cada criterio tiene un peso que al ser sumados dan la cantidad de 100.

Para definir la escala de evaluación de cada criterio, se estableció una escala que va desde 1 hasta el 5 considerando que el 1 tiene menor peso y 5 tiene mayor peso.

La aplicación de la matriz de jerarquización conlleva un paso previo de determinación de las opciones sobre las que decidir, así como de identificación de criterios y de valoración del peso o ponderación que cada uno de ellos tendrá en la toma de decisiones.

Las utilidades que tiene esta matriz son determinar alternativas y los criterios a considerar para adoptar una decisión. Priorizar o clarificar problemas, oportunidades de mejora de proyectos y en general, establecer prioridades entre un conjunto de elementos para facilitar la toma de decisiones.

### **3.5.2 Población y muestra**

El perfil de la población para esta investigación fue la población económicamente activa de la parroquia San Rafael, según el último censo del año 2010 con proyección al año 2020 la parroquia cuenta con una población de 1884 habitantes, de las cuales 640 pertenecen a la población económicamente activa.

Población de emprendedores: para la población de emprendedores de la parroquia San Rafael se aplicó un total de 30 encuestas dirigidas a los propietarios de pequeños bazares ubicados en cada una de las comunidades que conforman la parroquia. (Ver anexo 4, tabla 15)

Población de agricultores: para esta población se aplicó un total de 50 encuestas dirigidas a las asociaciones de pequeños agricultores de la parroquia San Rafael de cada una de las comunidades. (Ver anexo 5, tabla 16)

Población general: dentro de esta población, se aplicó 160 encuestas dirigidas a la población en general, es decir, personas económicamente activas que puedan responder a las preguntas que van dirigidas al diagnóstico de la situación actual de la parroquia. (Ver anexo 6, tabla 17)

#### **3.5.1.2 Muestra**

El tipo de muestra que se aplicó en esta investigación fue el método probabilístico, el cual permitió conocer la probabilidad con la que cada individuo fue incluido en la muestra a través de una selección al azar. Los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en donde todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra (Otsen & Manterola, 2017).

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$Muestra = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1)E^2 + Z^2 * P * Q}$$

**Donde:**

**Z**= Nivel de confianza

**P**= Porcentaje de aceptación

**Q**= Porcentaje de negación

**N**= Población

**E**= Porcentaje de error aceptable

### ***3.5.1.3 Cálculo de la muestra***

$$n = \frac{196^2 * 0,5 * 0,5 * 640}{(640 - 1)0,05^2 + 1,96 * 0,5 * 0,5}$$

$$\mathbf{n = 240}$$

El número de encuestas que se aplicara a la parroquia San Rafael es de 240 encuestas.

Al determinar la muestra se procedió a la investigación de campo con encuestas que fueron diseñadas para tener información acerca de la situación actual de la parroquia San Rafael, para conocer el número de encuestas a realizar en cada una de las comunidades de la parroquia, se aplicó la estratificación dividiendo la población de cada una de las comunidades para el total de la población que conforma toda la parroquia obteniendo un porcentaje, posteriormente se lo multiplicó por el total de encuestas a realizar y se dio como resultado que para la comunidad de El Rosal se aplicó el 10% de las encuestas, para la comunidad de Caldera el 60%, para la comunidad del Sixal el 15% y para la comunidad de San Rafael el 15% (Ver anexo 3, tabla 14).

## IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

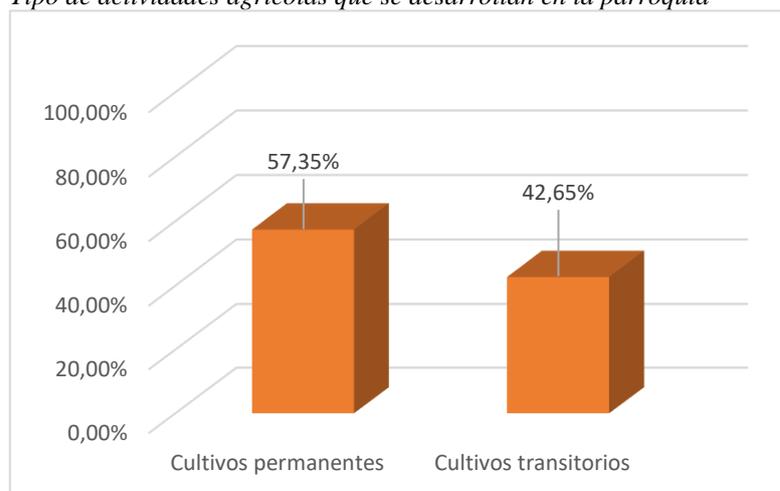
### 4.1 RESULTADOS

#### 4.1.1 Situación actual de la parroquia San Rafael

##### 4.1.1.1 Aporte de los tipos de productos agrícolas que se desarrollan en la parroquia y su aporte a la economía local.

**Figura 1**

*Tipo de actividades agrícolas que se desarrollan en la parroquia*



*Nota:* En el gráfico se muestra los tipos de productos agrícolas que se realizan en la parroquia. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Entre los tipos de actividades agrícolas que se desarrollan en la parroquia se encuentran el cultivo de plantas permanentes y el cultivo de plantas transitorias. La mayoría de los agricultores manifestaron que los cultivos permanentes (plantas de ciclo largo) tienen más rentabilidad que los cultivos transitorios (plantas de ciclo corto), esto se debe, a que el costo de producción de ese tipo de actividad agrícola es más económico ya que los cultivos transitorios y las cosechas son mucho más estables, por lo tanto, no conlleva tanto riesgo y tienen menos pérdidas.

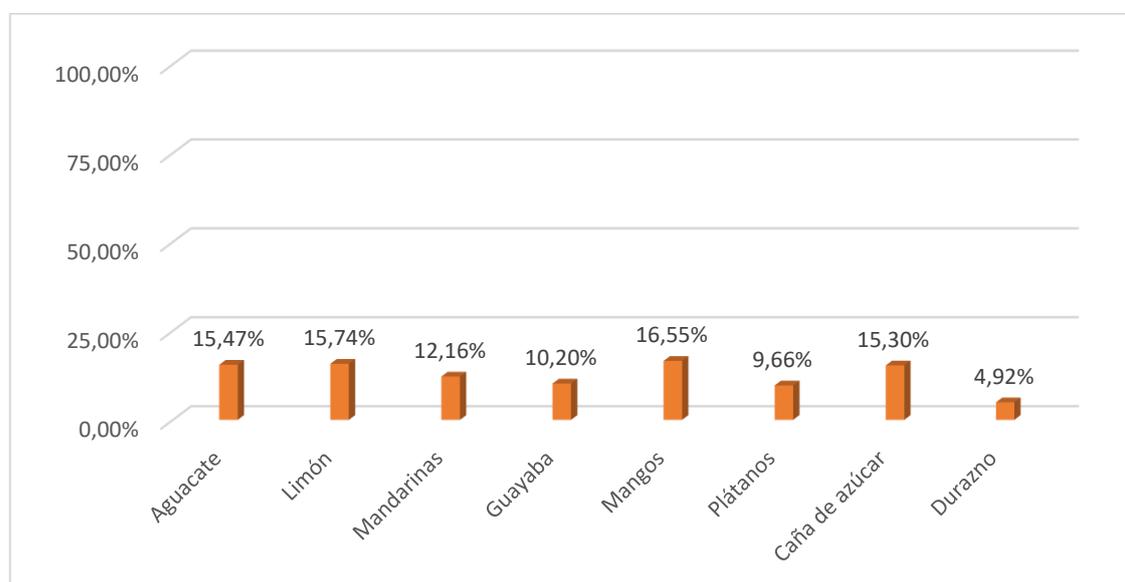
Sin embargo, otro grupo de agricultores manifestaron que los cultivos transitorios tienen más rentabilidad que los cultivos permanentes, esto se debe a que su proceso de cultivo es mucho más rápido, ya que dicho proceso, en promedio, no supera los 3 meses mientras que el tiempo mínimo del proceso de cultivo de los productos agrícolas permanentes es de 8 meses, en ese tiempo ellos expresaron que pueden tener hasta dos cosechas de los productos derivados de los

cultivos transitorios pero el riesgo es más elevado ya que si esos cultivos salen mal el agricultor pierde toda la inversión puesta en esa actividad.

#### 4.1.1.2 Nivel de rentabilidad de los productos agrícolas

Gracias a su posición geográfica y diferentes pisos climáticos la parroquia de San Rafael tiene condiciones favorables que permiten el cultivo de una gran variedad de productos agrícolas como se muestra en la figura 2, los cuales se pueden encontrar tanto en las zonas altas y frías por ejemplo en la comunidad de el Sixal, y los de las zonas más cálidas como son en las comunidades de Caldera, San Rafael y El Rosal.

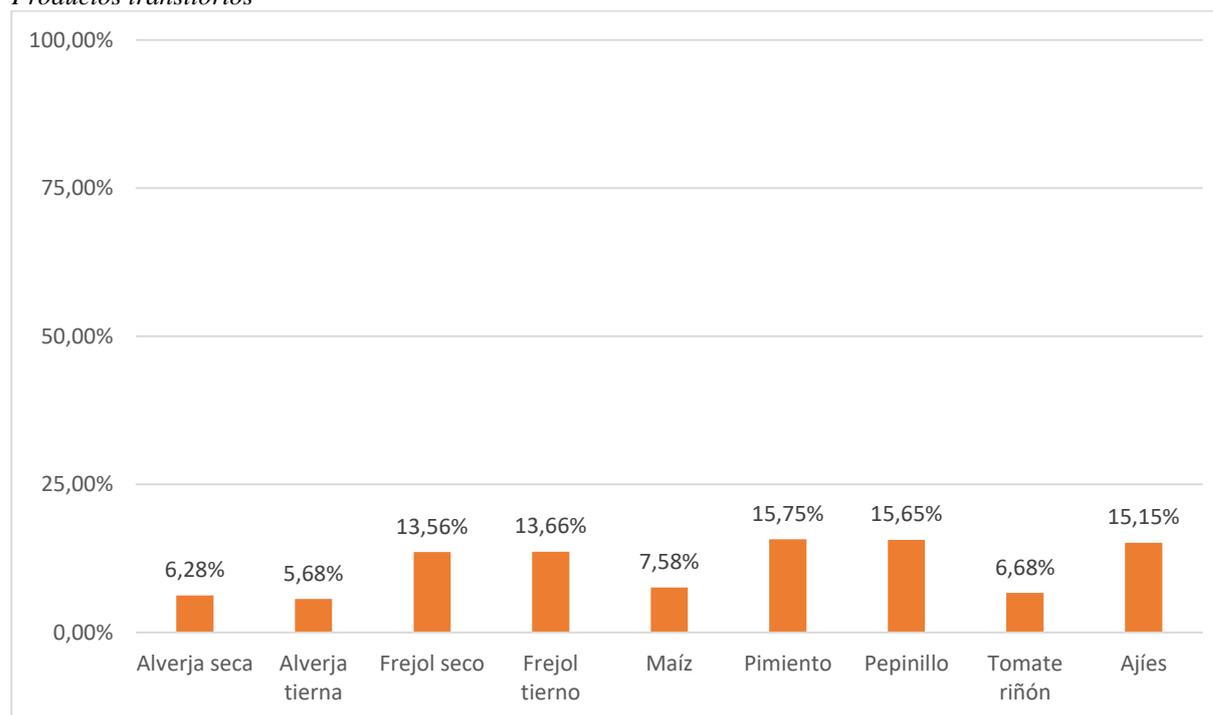
**Figura 2**  
*Tipos de productos agrícolas que se cultivan en la parroquia*



*Nota:* Se muestra los diferentes productos agrícolas que se cultivan en la parroquia. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

En este gráfico se puede observar que el aguacate, el limón, la caña de azúcar y el mango son los productos más rentables para los agricultores, este último ha ganado mucha popularidad entre los agricultores por el precio elevado que tiene en los mercados donde se ofertan estos productos, el aguacate sigue siendo considerado rentable y se la puede considerar como un producto tradicional dentro de la parroquia de San Rafael ya que por lo menos existen más de dos plantas en la mayoría de los terrenos de los agricultores de esta parroquia, el limón tiene muchas cosechas en el año y su proceso de cultivo es muy económico además que su precio puede alcanzar los \$30 dólares por bulto en los mercados donde se oferta. El principal cliente de la caña de azúcar para los agricultores es el Ingenio Azucarero del Norte, la empresa agroindustrial más importante de Imbabura y Carchi, del cual pueden sacar diferentes derivados como la panela, azúcar blanca y licor.

**Figura 3**  
*Productos transitorios*



*Nota:* Diferentes productos transitorios que se cultivan en la parroquia. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

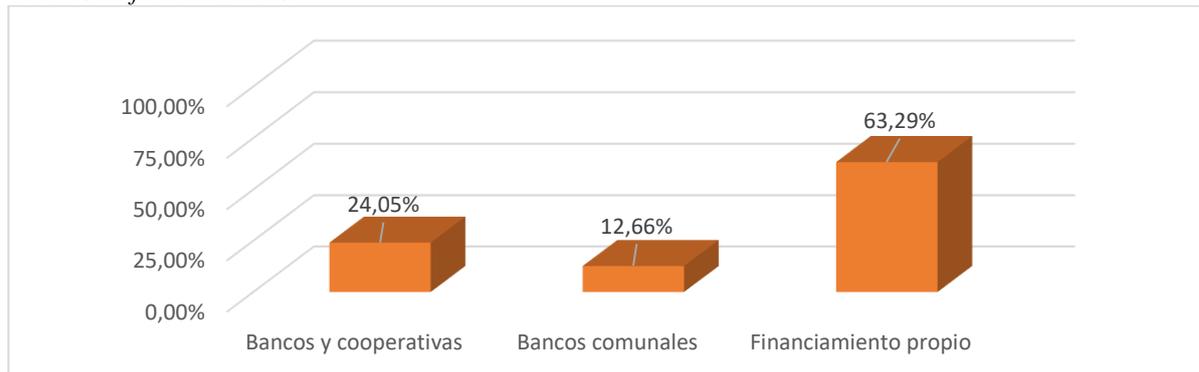
Los productos agrícolas transitorios más rentables para los agricultores de la parroquia, en promedio, son el pimiento, el fréjol, el pepinillo y el ají. La volatilidad de los precios en el mercado, la procedencia y calidad de la semilla, las impredeciones de las condiciones climáticas y medioambientales son algunos de los factores que afecta el cultivo y producción de este tipo de productos agrícolas, así como pueden llegar a ser muy rentables los agricultores, en la mayoría de los casos, pierden toda la cosecha y la inversión realizada, por tal motivo, afirman que es muy riesgoso invertir en este tipo de cultivo y optan por el cultivo de productos agrícolas permanentes que garantizan una mejor rentabilidad.

#### ***4.1.1.3 Incentivos y fuentes de financiamiento destinados a los agricultores y ganaderos.***

En la parroquia de San Rafael existen tres tipos de financiamiento: a través de bancos y cooperativas, bancos comunales o financiamiento propio. En esta parroquia solo existe una entidad financiera, la Cooperativa Santa Anita, que se dedica a ofrecer varios tipos de créditos lo que se convierte en la única institución para obtener financiamiento. Otras de las fuentes de financiamiento son las asociaciones que existen entre los diferentes pobladores de la parroquia, dando lugar a que se formen los bancos comunales en las que las personas ahorran semanalmente y ofrecen créditos.

**Figura 4**

*Fuentes de financiamiento*



*Nota:* Diferentes fuentes de financiamiento. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

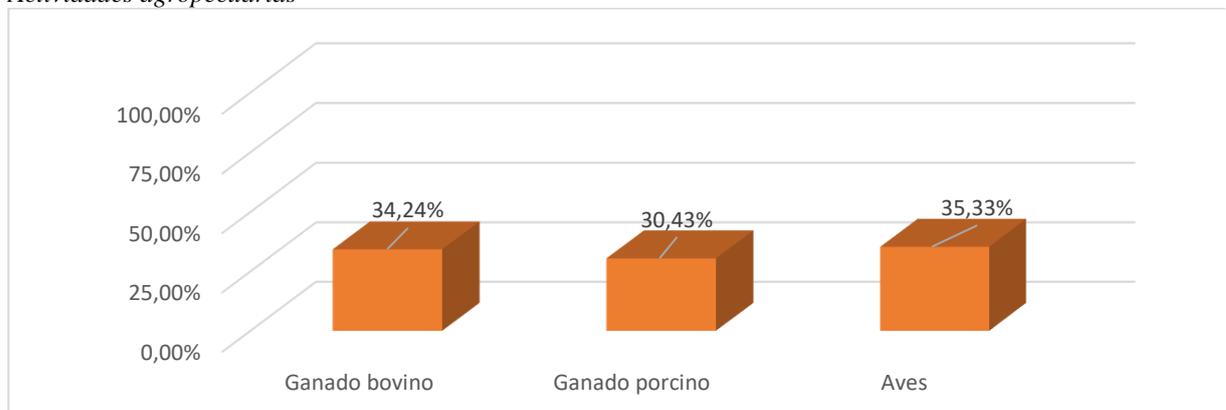
En este gráfico se puede observar que la mayoría de los agricultores invierten de su propio dinero para el cultivo de sus productos, ellos manifiestan que no acuden a las instituciones financieras porque muchas veces les han negado los préstamos que han solicitado. Otros agricultores obtienen financiamiento para el cultivo de sus productos de instituciones como la Cooperativa Santa Anita y el BanEcuador mientras que en menor cantidad reciben financiamiento gracias a los bancos comunales que se realizan en la parroquia.

#### **4.1.1.4 Nivel rentabilidad de las actividades agropecuarias**

San Rafael, además de ser una parroquia cuya actividad principal se basa en la explotación de las tierras para obtener productos agrícolas, algunos de sus habitantes también se dedican a la producción de algunos derivados agropecuarios como leche, queso y algunas carnes. La mayor concentración de esta actividad se encuentra en la comunidad de el Sixal, donde existen varios lugares con ganado vacuno del cual se obtiene la mayor producción de leche y carnes que abastece a la parroquia.

**Figura 5**

*Actividades agropecuarias*



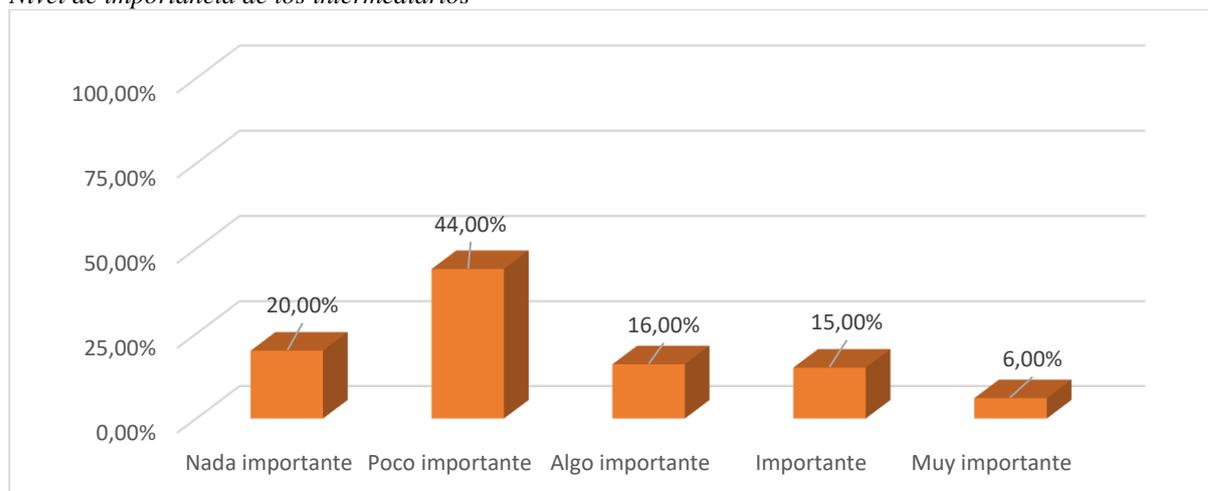
*Nota:* Diferentes actividades agropecuarias que se elaboran en la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Entre las principales actividades agropecuarias que se destacan en la parroquia se encuentran la ganadería bovina, porcina y la crianza de pollos de los cuales se sacan productos como leche, los huevos, el queso y las carnes, además de ser los más rentables para sus productores. Productos como la carne de aves y los peces se producen para el abastecimiento interno de cada comunidad desarrollados por pequeños emprendedores. Algunos comerciantes externos a la parroquia distribuyen la carne de aves y mariscos en todas sus comunidades.

#### **4.1.1.5 Importancia de la participación de los intermediarios dentro de los procesos comerciales.**

Para la comercialización de productos los productores están obligados a tener una buena relación con los intermediarios, a pesar de que en muchas ocasiones se culpa de incrementar el precio final del bien o servicios. Los intermediarios facilitan a los productores las negociaciones porque traspasan todos los costes operativos hacia ellos y por lo tanto se evitan el proceso logístico para hacer llegar sus productos hacia el consumidor final.

**Figura 6**  
*Nivel de importancia de los intermediarios*



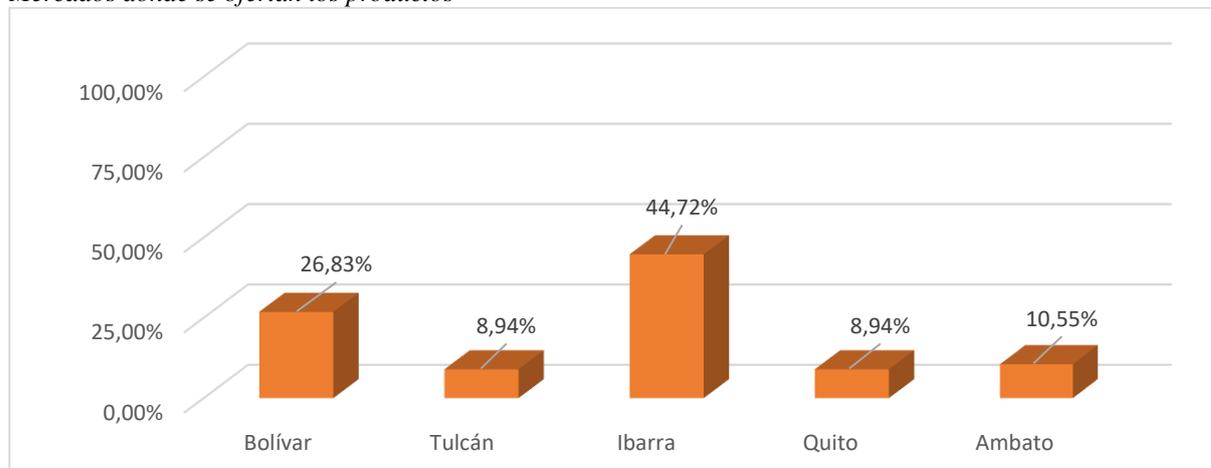
Nota: El gráfico muestra el nivel de importancia de los intermediarios. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Los intermediarios en la parroquia de San Rafael se desplazan hacia los terrenos de los agricultores para empezar las negociaciones de los productos, que en muchas ocasiones ofrecen un valor inferior al que está en el mercado, lo que los motiva a negociar directamente con los minoristas implicando costes de transportes, mano de obra para la carga y descarga. Es por eso que el nivel de importancia de los intermediarios en la parroquia es bajo para los agricultores, a pesar de que pueden llegar a ser muy importantes porque todo el proceso logístico y los costes operativos se los transfiere a ellos.

#### 4.1.1.6 Mercados donde se ofertan los productos agrícolas de la parroquia San Rafael

**Figura 7**

*Mercados donde se ofertan los productos*



*Nota:* Se muestra los diferentes mercados donde se ofertan los productos. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

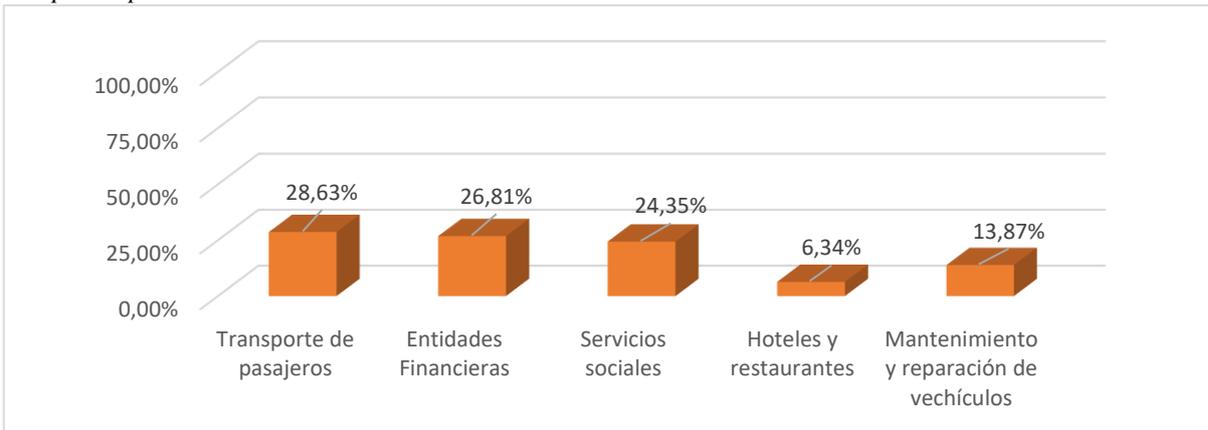
En la parroquia de San Rafael los agricultores prefieren ofrecer sus productos en el mercado de la ciudad de Ibarra debido a su cercanía, también se encuentra la ciudad de Bolívar entre las favoritas para vender las cosechas, pero esta ciudad es más visitada por los agricultores de las comunidades de El Rosal, El Sixal y San Rafael mientras que la mayoría de los agricultores de la comunidad de Caldera optan por el Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra, aunque este mercado también es el favorito de los agricultores de las otras comunidades que conforman la parroquia (El Rosal, El Sixal y San Rafael).

#### 4.1.1.7 Empresas de servicios presentes en la parroquia

En la Parroquia de San Rafael existen varias empresas que se dedican a la prestación de servicios y son muy importantes para la economía local, véase en la tabla N.º....., aunque el origen de algunas de ellas no sea de la parroquia pero pertenecen al mismo sector geográfico, por ende, su contribución es suficiente para que sean indispensables para las personas que habitan allí. Entre las diferentes empresas que se dedican a la prestación de servicios en la parroquia están:

- Las empresas Ibamonti CIA Ltda. y la Cooperativa Valle del Chota ofrecen el servicio de transporte de pasajeros
- La Cooperativa de ahorro y crédito Santa Anita Ltda. perteneciente al sector financiero.
- ONG'S como Ayuda en Acción y algunas empresas locales legalmente constituidas.

**Figura 8**  
*Empresas prestadoras de servicios*

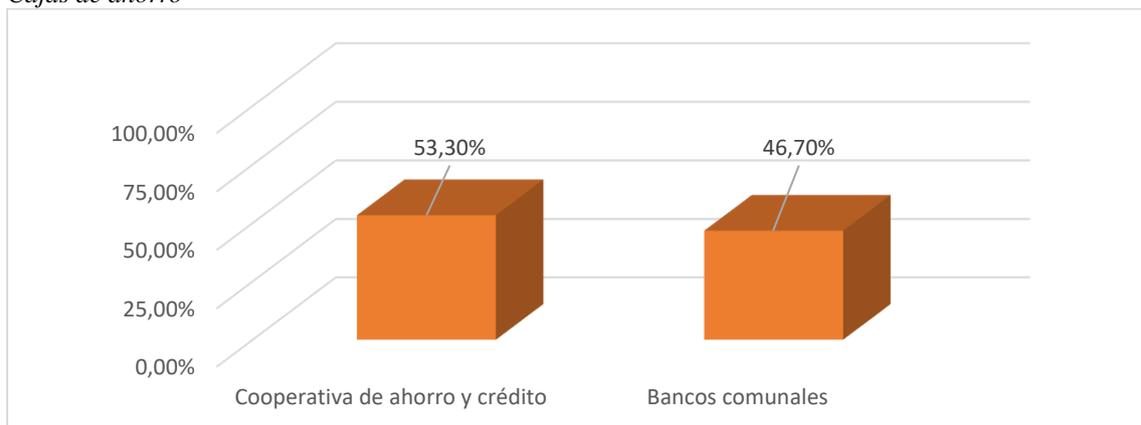


*Nota:* El gráfico muestra las empresas prestadoras de servicios. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Las empresas como la Ibamonti, Valle del Chota, Cooperativa Santa Anita y las empresas que se dedican a los servicios sociales son las más importantes para los habitantes de la parroquia. Existen pequeños negocios que se dedican al mantenimiento y reparación de vehículos, principalmente motocicletas y son importantes en especial para los hombres, debido a que la mayoría de ellos se trasladan a sus lugares de trabajo en este tipo de vehículos. En la parroquia no existen hoteles y solo hay un restaurant que ofrece sus servicios en días festivos a las personas extranjeras que llegan ahí.

**4.1.1.8 Tipos de cajas de ahorro que existen en la parroquia.**

**Figura 9**  
*Cajas de ahorro*



*Nota:* Se muestra los tipos de cajas de ahorro. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Las cajas de ahorro son asociaciones de personas que tienen como objetivo común la capitalización de sus recursos para su desarrollo productivo. En la parroquia de San Rafael los

bancos comunales son muy populares, pero algunas personas sienten todavía desconfianza en este tipo de asociaciones ya que la mayoría de ellas no son jurídicas, es por eso que prefieren capitalizar sus recursos y solicitar créditos a las entidades financieras, en especial a la COAC Santa Anita, la única entidad financiera existente en la parroquia, debido a su seguridad y legalidad.

#### 4.1.2 Bienestar y cohesión social

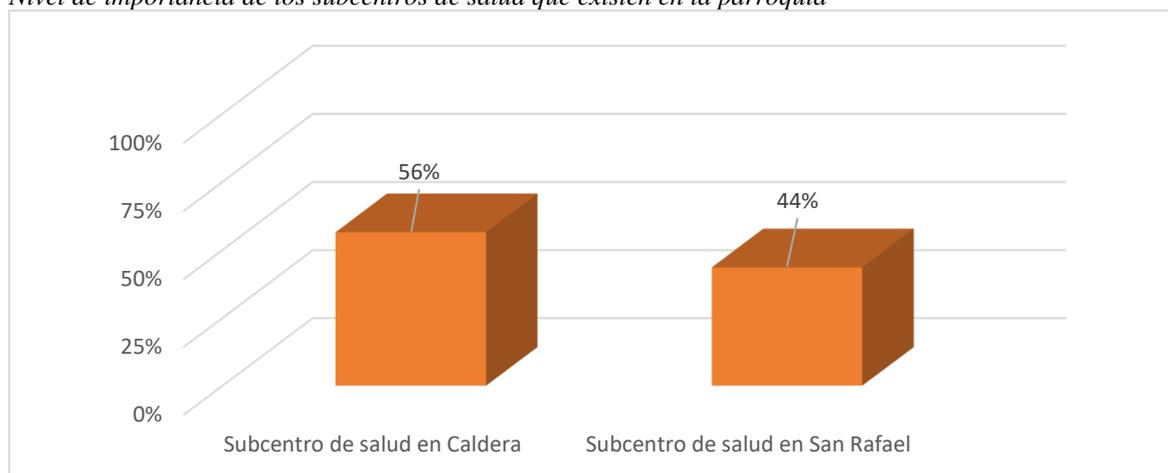
El bienestar y cohesión social ayudan a reducir las disparidades entre los individuos para generar oportunidades, capacidades, cooperación; lograr comportamientos que abarcan espacios diversos como la confianza, el sentido de pertenencia y solidaridad, la aceptación de normas de convivencia, y la disposición de participar en actos de deliberación y en proyectos colectivos dentro de una comunidad.

##### 4.1.2.1 Importancia de la salud y bienestar social para los moradores de la parroquia.

La salud se considera como un estado de bienestar y equilibrio tanto físico como mental, es un derecho que todas las personas sin excepción alguna deben poseer. En San Rafael existen centros de salud que brindan atención médica para asegurar la salud y bienestar social de la ciudadanía.

**Figura 10**

*Nivel de importancia de los subcentros de salud que existen en la parroquia*



*Nota.* Muestra la importancia que tienen los subcentros de salud para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

La mayor importancia que tiene el subcentro de salud de Caldera para los moradores de la parroquia, se debe a que pertenece al ministerio de salud pública, al cual, acuden la mayoría de las personas para atenderse de sus necesidades médicas, mientras que el subcentro de salud ubicado en la cabecera parroquial pertenece al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

(IESS), solamente acuden quienes estén afiliados al seguro. La finalidad de estas instituciones es asegurar que los ciudadanos se encuentren en excelentes condiciones de salud siendo el eje principal para garantizar el bienestar social.

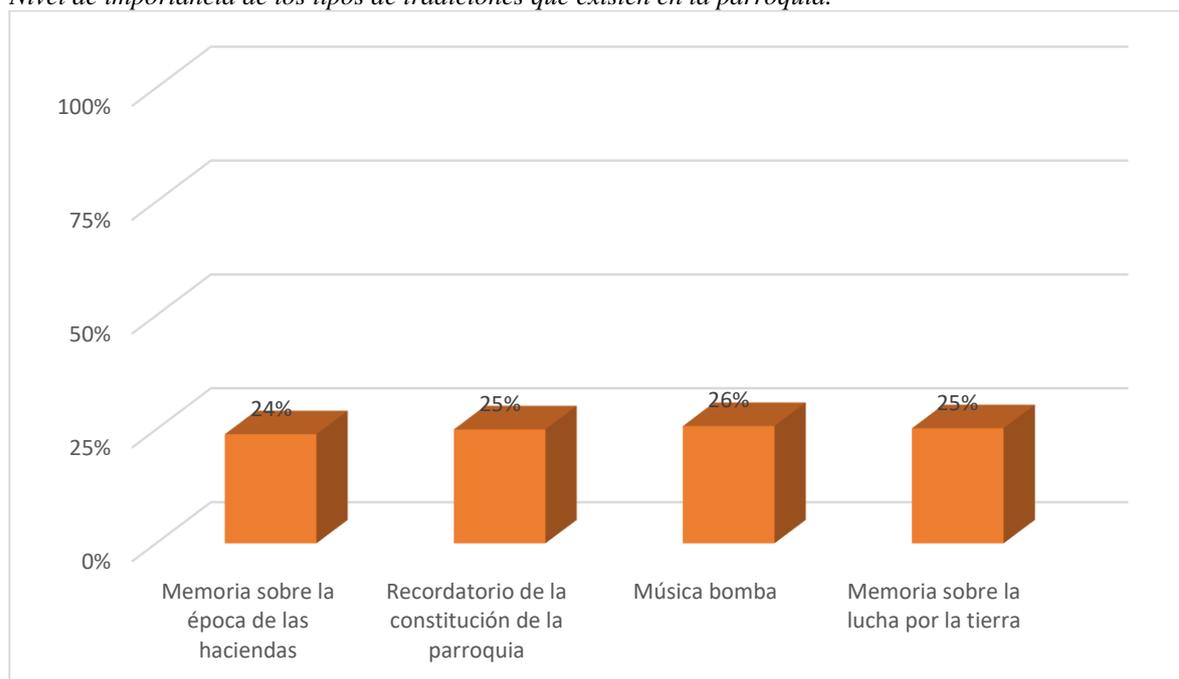
#### 4.1.2.2 Importancia de la cultura como aporte al sentido de pertenencia

En la parroquia San Rafael sus habitantes disponen de todas las cualidades y elementos que conforman a la cultura; las tradiciones, costumbres, conocimientos, fiestas tradicionales, eventos recreativos hasta la gastronomía forman parte de una pieza clave para que la comunidad se desempeñe a su manera y logre generar un ambiente donde todos los miembros son participes de eventos y actividades que se hacen en la parroquia con el único objetivo de generar el progreso y desarrollo continuo del sector. Todas estas acciones permiten a la ciudadanía formar lazos significativos de cohesión y sentido de pertenencia.

#### 4.1.2.3 Importancia de las tradiciones para los moradores de la parroquia

**Figura 11**

*Nivel de importancia de los tipos de tradiciones que existen en la parroquia.*



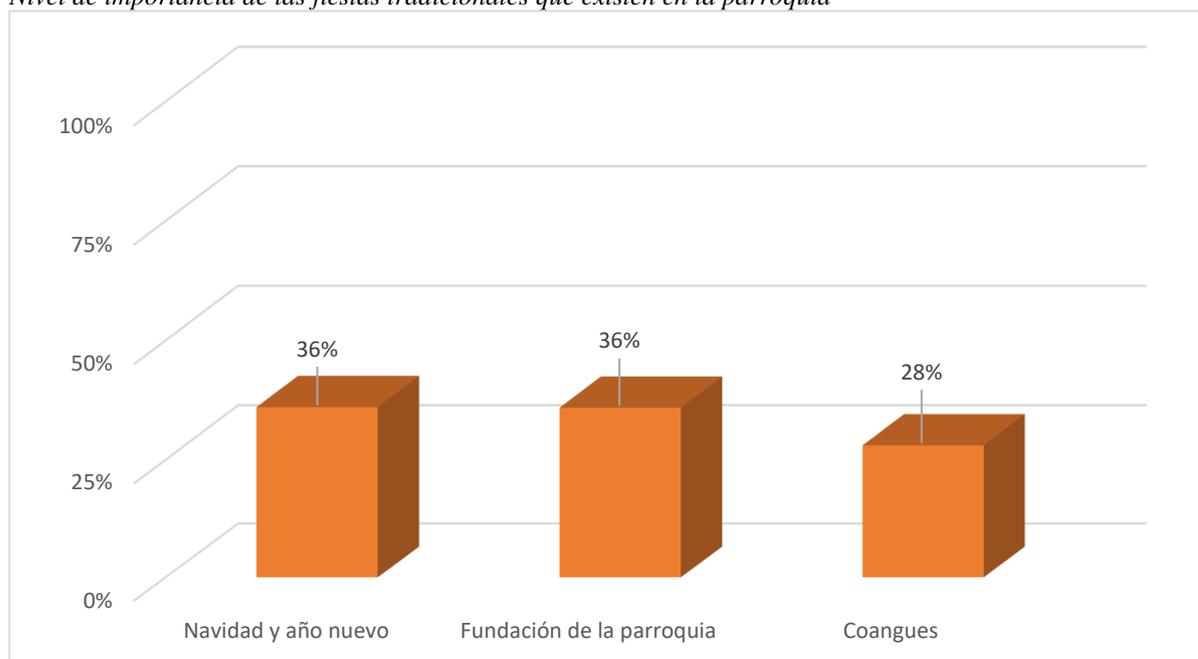
*Nota.* Importancia que tienen las tradiciones para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

La mayoría de los habitantes menciona que las tradiciones que existen en la parroquia son importantes porque generan sentido de pertenencia hacia la comunidad. La música bomba caracterizada por ser alegre está presente cuando se celebra diferentes eventos sociales a lo largo de la parroquia. Para otro grupo de moradores, la memoria sobre la época de las haciendas,

recordatorio que celebra la liberación de la esclavitud por dueños de haciendas también es una tradición importante, sin embargo, es conmemorada solamente en la comunidad de Caldera. A pesar de ser importantes para los habitantes ninguna de las tradiciones presenta preferencia o mayoría. Estas tradiciones son recordadas de generación en generación y permiten que la población no pierda sus raíces culturales, mismos que aportan a la cohesión social.

**Figura 12**

*Nivel de importancia de las fiestas tradicionales que existen en la parroquia*



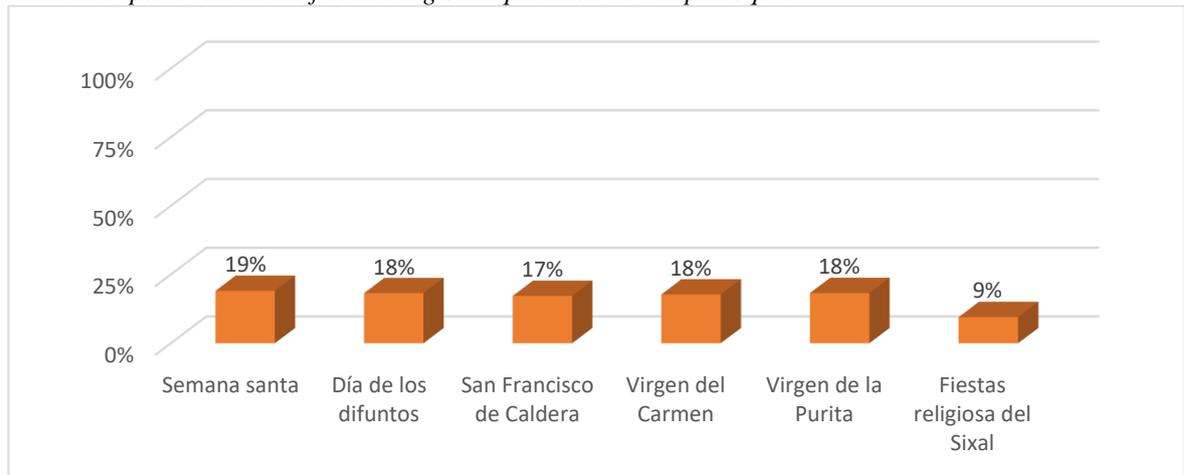
*Nota.* Se muestra la importancia que tienen las fiestas tradicionales para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

La importancia que tienen las fiestas tradicionales para los moradores de la parroquia, se da porque contribuyen a la preservación y transmisión de la cultura a las siguientes generaciones. A nivel general de la parroquia, tanto las fiestas de navidad y año nuevo como también la fundación de la parroquia permiten que las familias se unan y puedan compartir diferentes actividades que se celebran en determinadas fechas. Por otro lado, y menos importante, la fiesta tradicional de los Coangues es popular a orillas del río Chota.

La parroquia san Rafael cuenta con una población afrodescendiente, por tal motivo, los Coangues o también conocido como los carnavales se celebra año tras año en este sector donde se demuestra la riqueza cultural, resalta su melodiosa y alegre música bomba, su comida típica, su personalidad, sus juegos tradicionales, etc. Estas tradiciones a pesar de ser importantes, ninguna muestra una mayoría que indique preferencia para los moradores y pueda convertirse en una potencialidad, pero a su vez ayudan a mejorar el nivel de cohesión social y sentido de pertenencia hacia la parroquia.

**Figura 13**

*Nivel de importancia de las fiestas religiosas que existen en la parroquia*

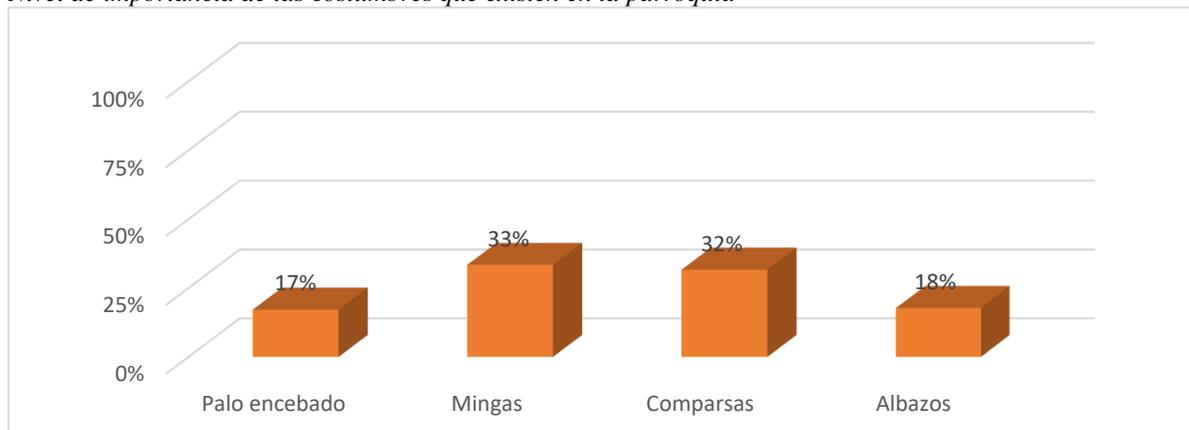


*Nota.* El gráfico muestra la importancia que tienen las fiestas religiosas para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Las creencias y fiestas religiosas juegan un papel significativo en la actitud de un grupo social, esta conducta permite a los habitantes de la parroquia realizar diferentes celebraciones en honor a imágenes divinas y fechas significativas que han marcado su trayectoria de vida. En su mayoría los moradores de la parroquia San Rafael mencionan que las fiestas tradicionales son importantes porque permiten crear un ambiente de armonía y el compartir entre todos las costumbres y tradiciones que enriquecen la cultura del pueblo. En cambio, las fiestas religiosas del Sixal para los habitantes es algo importante porque no es tan conocida, debido a que se celebra solo en la comunidad del Sixal y al igual que las demás fiestas, permite que los pobladores de este sector convivan año a año dichas festividades. El conjunto de conocimientos, pensamientos y cualidades han sido transmitidos de generación en generación desde el pasado, hasta el presente y para el futuro.

**Figura 14**

*Nivel de importancia de las costumbres que existen en la parroquia*

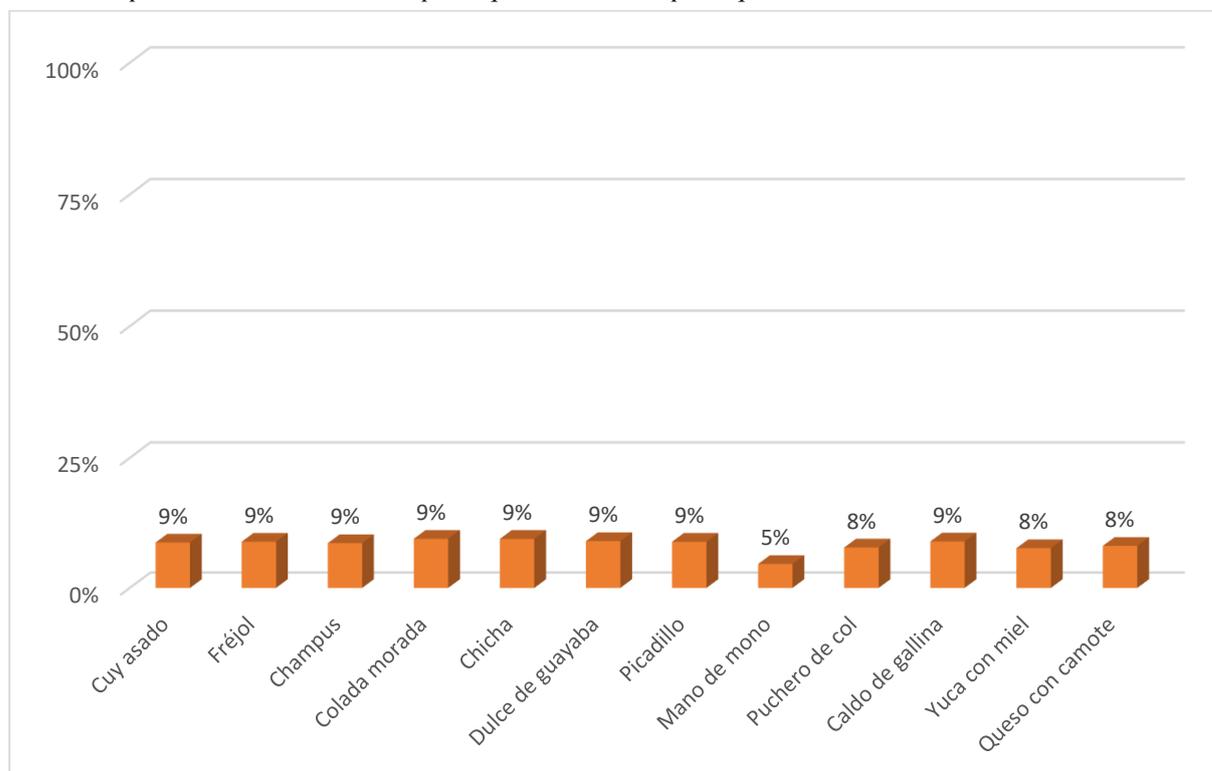


*Nota.* Importancia que tienen las costumbres para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Las costumbres que tienen los habitantes de la parroquia San Rafael han sido heredadas de por sus antepasados con el objetivo de mantener una convivencia adecuada y armónica, donde todos formen parte de actividades que se desarrollan dentro de la comunidad. Los moradores en su mayoría mencionan que las mingas al igual que las comparsas son de las costumbres más importantes que tiene la comunidad. Por un lado, la minga ha sido una pieza importante para el desarrollo de la parroquia, en el pasado no existían maquinarias como en la actualidad que ayuden a realizar trabajos que demande de gran esfuerzo. Un ejemplo de esto fue la apertura de caminos que unen comunidades cercanas, todo ese trabajo se elaboró únicamente con el esfuerzo físico de los pobladores que participaban en las mingas. Por otro lado, las comparsas se presentan cuando los habitantes celebran fechas importantes como es la celebración de la fundación y constitución de la parroquia, las personas forman grupos coreográficos y coloridos llenos de música y alegría que transmiten a los espectadores la cultura que existe en el sector. En tanto al palo encebado y los albazos para los habitantes son costumbres algo importantes que no se practican frecuentemente en la parroquia.

**Figura 15**

*Nivel de importancia de las comidas típicas que existen en la parroquia*



*Nota.* El gráfico muestra la importancia que tiene la gastronomía para los moradores de la parroquia de San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

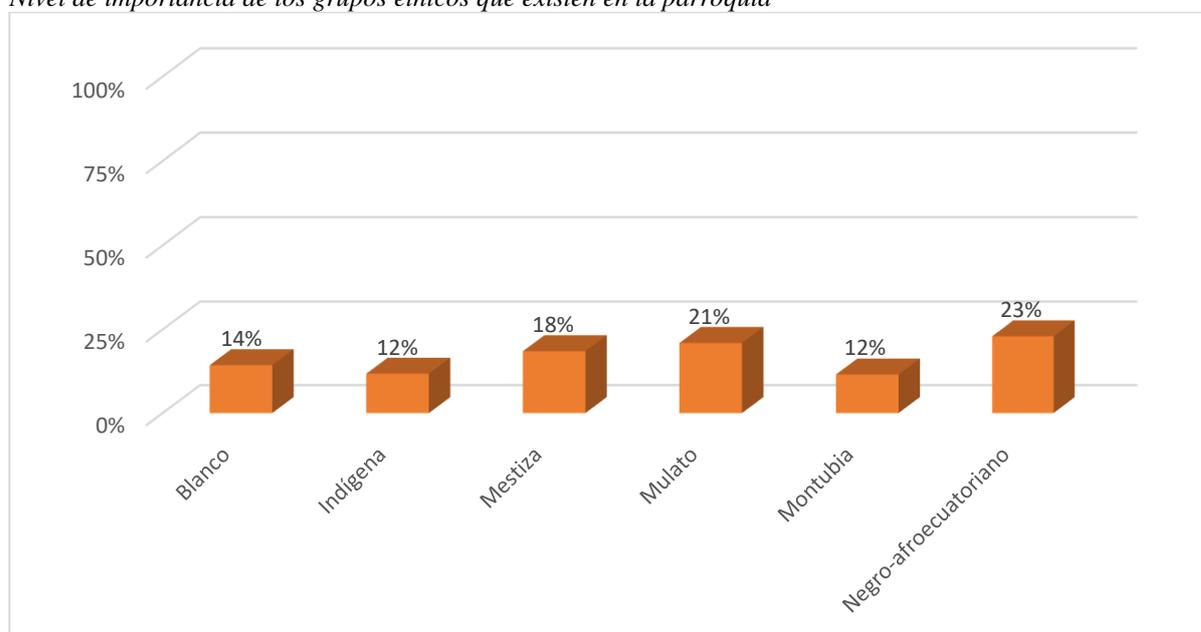
La gastronomía es otra de las actividades que determinan a una comunidad, pues cada localidad se caracteriza por poseer una gran variedad de platos típicos, esto se debe por el tipo de producto

que se cultiva y se produce en la zona y por los gustos que tienen sus habitantes. Estas actividades enriquecen la cultura de los pueblos y ayudan a la diferenciación e identificación del resto de comunidades que existen en una región. En San Rafael la diversidad de platos típicos hace que el sector gastronómico de la localidad sea amplio por la aplicación de técnicas culinarias tradicionales. La importancia que tienen los platos típicos para los moradores de la parroquia se da porque están presentes en las mesas familiares y cada uno de ellos es preferido por igual. En tanto, la mano de mono (plato que contiene guandul) es preparada solo por los moradores de la comunidad de Caldera.

#### 4.1.2.4 Indiferencia entre etnias a favor de la cohesión y el bienestar social

**Figura 16**

*Nivel de importancia de los grupos étnicos que existen en la parroquia*



*Nota.* Importancia que tienen los grupos étnicos para los moradores de la parroquia de San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

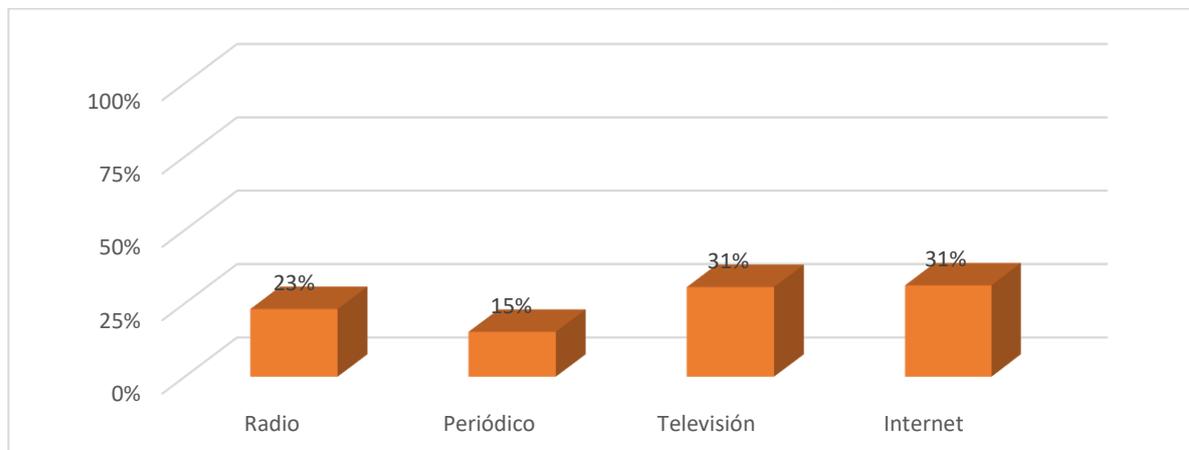
La parroquia de San Rafael se caracteriza por tener diferentes etnias, entre ellas afroecuatorianos, mestizos y mulatos como las más importantes en términos de población. En el levantamiento de la información de campo se pudo determinar la participación que tienen estas etnias en los eventos socioculturales que se desarrollan en la parroquia, en las cuales hay una combinación cultural gracias al aporte que hacen cada una de ellas compartiendo diferentes platos de comida, danzas, deportes, etc.

Esto evidencia que en la parroquia existe un alto grado de cohesión social entre todos sus habitantes sin importar las diferencias étnicas gracias a la buena convivencia que se da en el diario vivir de todas sus comunidades.

#### **4.1.2.5 Importancia de los medios de comunicación y el bienestar social para los moradores de la parroquia**

**Figura 17**

*Nivel de importancia de los medios de comunicación que existen en la parroquia*



*Nota.* El gráfico muestra la importancia que tienen los medios de comunicación para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Varios son los medios de comunicación que utilizan los habitantes de la parroquia de San Rafael con la finalidad de informarse de las noticias y acontecimientos importantes a nivel local, nacional e internacional. En su mayoría los moradores de San Rafael manifiestan que en la actualidad el uso del internet y televisión son los canales de información más importantes debido a nuevas tendencias y acontecimientos que se presentan en la sociedad y el mundo.

A manera de ejemplo, a raíz de la pandemia denominada COVID-19 que obligo al país a establecer medidas de bioseguridad a partir del mes de marzo del 2020, en la que se establecieron normas de restricción social para evitar aglomeraciones y el avance del contagio, cualquier actividad o evento público esta estrictamente sancionado por el Comité de Operaciones de Emergencia (COE), esto incluye el retorno de estudiantes a diferentes planteles educativos, empleados a oficinas de trabajo, ferias, etc. Por tal motivo, el sistema de educación y el trabajo sufrió grandes cambios y se optó por la educación virtual y teletrabajo. Este acontecimiento obliga a todas las personas y padres de familia a contratar el servicio de internet y televisión, mientras que otra parte de la población mantiene a la radio y periódico como principales medios de comunicación.

#### **4.1.2.6 Importancia de los eventos recreativos y cohesión social**

Los eventos recreativos forman parte de los elementos que constituyen a la cultura de una comunidad, dichos eventos permiten compartir una serie de actividades, en la cual, habitantes conviven adecuadamente asegurando el bienestar y cohesión social.

En la parroquia de San Rafael se practican diferentes juegos recreativos, entre ellos están los siguientes:

**Fútbol:** deporte que se practica entre dos equipos de once jugadores que tratan de introducir un balón en la portería del equipo contrario usando los pies, la cabeza o cualquier parte del cuerpo excepto las manos y los brazos.

**Ecuavóley:** el Ecuavóley es una variante del voleibol que se practica solo en Ecuador.

**Rayuela:** la rayuela es un juego tradicional infantil, el cual se dibuja una rayuela en el piso, se lanza una piedra plana y se salta por los cuadros en un solo pie.

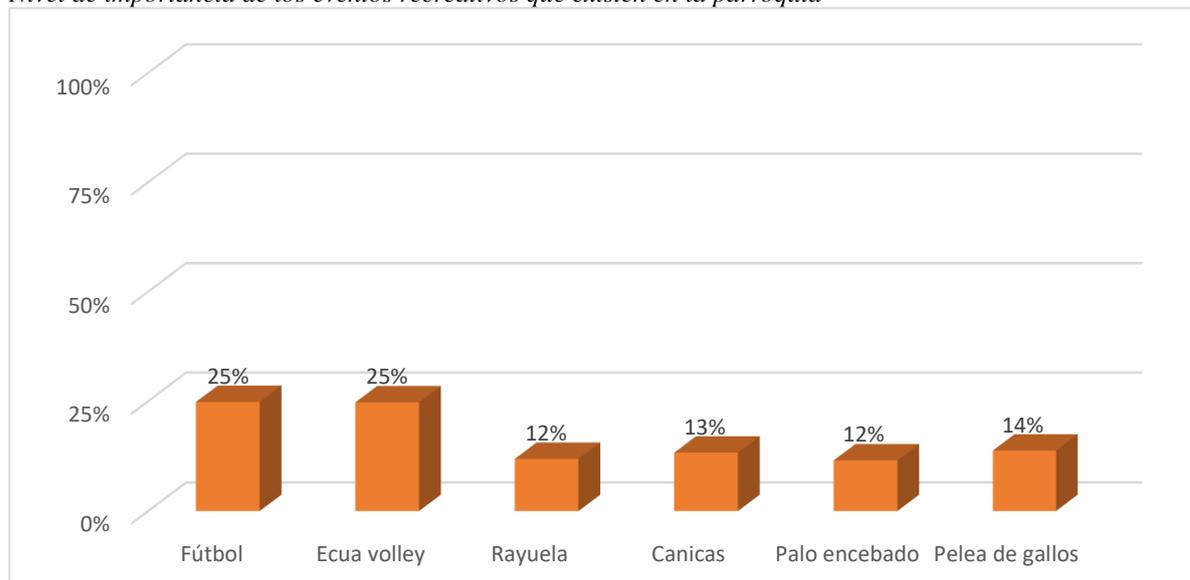
**Canicas:** es un juego infantil que se utiliza una pequeña esfera de cristal, se dibuja un círculo y él se colocan las canicas para luego intentar sacarla con otra canica.

**Palo encebado:** consiste en un palo de 20 centímetros de diámetro y de 5 a 6 metros de altura que se encuentra enterrado en la tierra. El palo es untado en grasa por el cual una persona tratara de trepar para alcanzar el premio que está colocado en la cima.

**Pelea de gallos:** consiste en el combate que se lleva a cabo entre dos gallos.

**Figura 18**

*Nivel de importancia de los eventos recreativos que existen en la parroquia*



*Nota.* Se muestra el nivel de importancia que tienen los eventos recreativos para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

En la parroquia de San Rafael los eventos recreativos permiten compartir momentos de alegría entre grupos de amigos, familiares y conocidos para mejorar el nivel de cohesión social, el

bienestar y sentido de pertenencia hacia la comunidad. De esta manera, los moradores en su mayoría manifiestan que el fútbol y el Ecuavóley son los juegos recreativos más importantes que se practican en todo momento a largo de la parroquia, permitiendo a propios y extraños participar de estas actividades. En tanto a los juegos como la rayuela, canicas, palo encebado y la pelea de gallos los habitantes mencionan que son poco importantes y no se practican frecuentemente, por tal motivo, estos juegos van perdiendo valor en las nuevas generaciones.

### **4.1.3 Capital territorial**

La importancia del patrimonio tangible e intangible como aporte al capital territorial dentro del entorno económico incorpora elementos tangibles e intangibles de recursos regionales y de la organización social del territorio. Dentro de los elementos tangibles se incluye factores productivos y de infraestructura, y los elementos intangibles incluyen el conocimiento, formas de expresión, conducta social, etc.

#### ***4.1.3.1 Patrimonio tangible que existe en la parroquia***

El patrimonio tangible se conforma por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, zonas típicas, monumentos y patrimonio histórico, los cuales, contribuyen a la identidad cultural de la sociedad. La conservación de estos bienes y valores culturales garantizan la transmisión de costumbres y tradiciones de generación en generación promoviendo la cohesión social y el bienestar común.

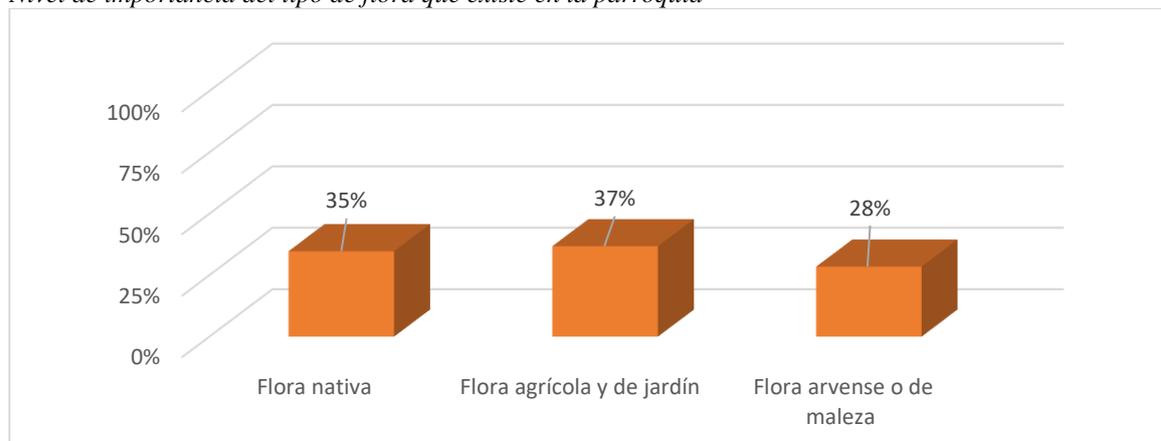
Según El PDOT (2015) en la parroquia San Rafael se puede encontrar patrimonio tangible mueble e inmueble siendo la evidencia material y la expresión artística, social, económica y cultural de un período histórico definido. Por un lado, el patrimonio mueble San Rafael posee 5 bienes muebles como son: San Pedro Apóstol, Alegoría de la Trinidad con las almas del Infierno y Purgatorio, Virgen Inmaculada Concepción, niño Jesús y San José.

Por otro lado, en el patrimonio inmueble se encuentran las obras o construcciones que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro que demuestran características y valores particulares, entre ellos esta: Archivo de la Quiroga, Hacienda de San Rafael, Parque central San Rafael y alrededor de 7 viviendas en estado de ruinoso, deterioro y sólido. Todos estos patrimonios son el legado histórico que lleva la parroquia y forman parte de la cultura que tienen los habitantes convirtiéndose en la esencia ancestral heredada por sus fundadores y respetada por su actual población lo que muestra una riqueza cultural y patrimonial que se encarga de entregar a la parroquia atributos que los propios y extraños disfrutan.

#### 4.1.3.2 Importancia de la flora y fauna para los moradores de la parroquia

**Figura 19**

Nivel de importancia del tipo de flora que existe en la parroquia

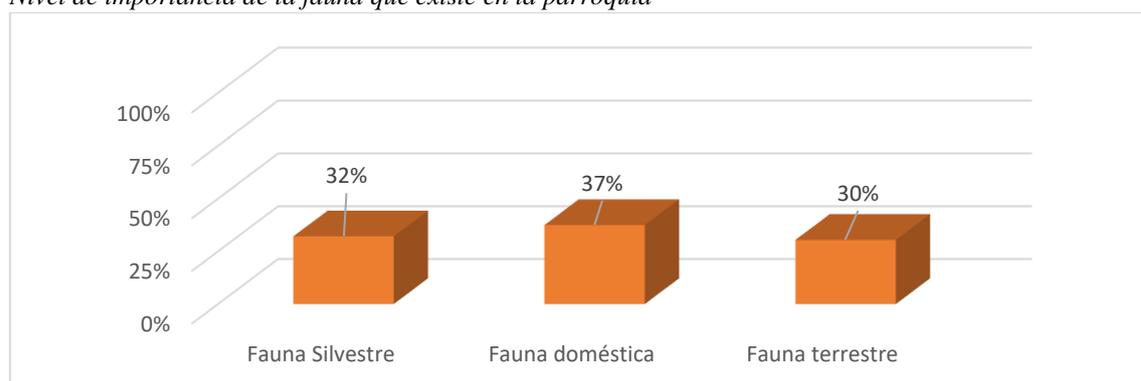


Nota. Se detalla porcentualmente la importancia que tiene la flora para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Los moradores de la parroquia manifiestan que existen diferentes clases de flora. Entre ellas la flora agrícola y de jardín que comprende a los sembríos y cultivos va ganando mayor importancia y espacio del territorio, seguido de la flora nativa que se compone de especies endémicas del sector como son: *Croton elegans* y *Vriesea boeghii* también son importantes para mantener un ecosistema equilibrado, por último la flora arvense o de maleza que es impregnada en los ecosistemas endémicos por causa de terceros como son: Fabácea, Asteraceae, Malvaceae para los habitantes es algo importante porque no contribuyen positivamente tanto al medio ambiente como al capital territorial.

**Figura 20**

Nivel de importancia de la fauna que existe en la parroquia



Nota. El gráfico muestra la importancia que tiene la fauna para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

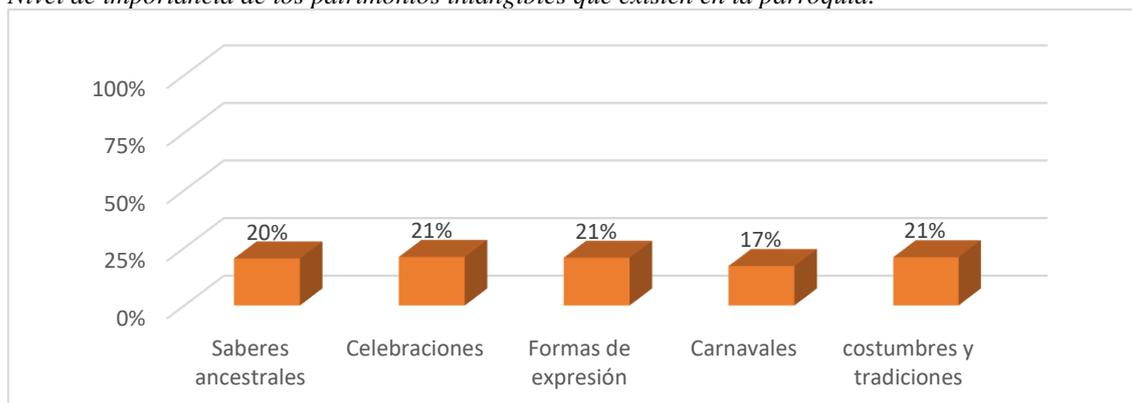
Otro de los aportes principales para el capital territorial de la parroquia es la fauna, misma que está clasificada en 3 grandes grupos. Los moradores en su mayoría manifiesta que la fauna doméstica es la más importante, pues, son aquellas especies bajo el dominio de las personas

como es el ganado vacuno, porcino, caprino, ovino, cuy, conejo, aves, etc. seguido está la fauna silvestre y terrestre que es calificada como algo importante porque la presencia de especies endémicas en el sector es mínima, lo que se entiende como la carencia de las mismas por la pérdida de hábitat por causa del crecimiento acelerado de la población.

#### 4.1.3.3 Importancia del Patrimonio intangible para los moradores de la parroquia

**Figura 21**

*Nivel de importancia de los patrimonios intangibles que existen en la parroquia.*



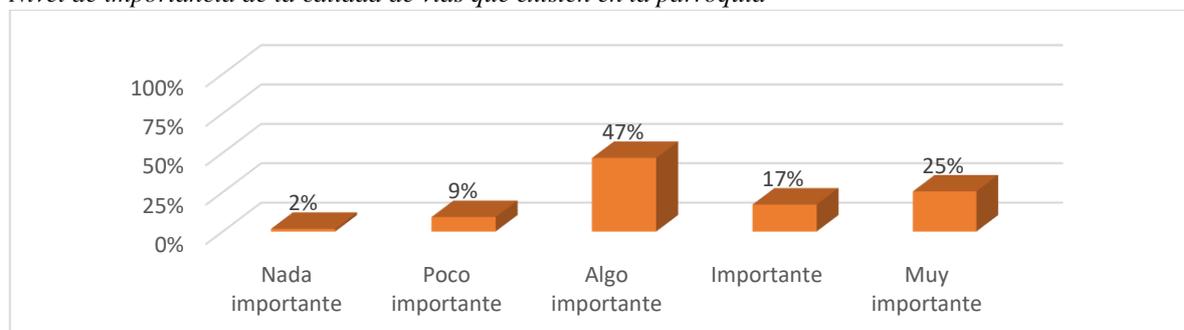
*Nota.* Se indica la importancia que tiene el patrimonio intangible para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

San Rafael también se caracteriza por la cultura tradicional que llevan sus habitantes, siendo como uno de los elementos de la cultura el patrimonio intangible, el cual contribuye al bienestar y cohesión social que resaltan el enriquecimiento del capital territorial que tiene la parroquia. La mayoría de los moradores manifiestan que son importantes y conocidas, si bien, en San Rafael existen dos grupos étnicos (mestizos y afrodescendientes) cada uno de ellos tienen diferentes culturas, por tal motivo, los carnavales son algo importantes porque este patrimonio más se practica en la comunidad de Caldera más no en toda la parroquia.

#### 4.1.3.4 Importancia del tejido vial como aporte al capital territorial

**Figura 22**

*Nivel de importancia de la calidad de vías que existen en la parroquia*



*Nota.* El gráfico muestra la importancia que tienen la calidad de vías para los moradores de la parroquia San Rafael. Datos tomados de encuestas a la ciudadanía 2020

Como se sabe el capital territorial se constituye mediante factores materiales e inmateriales que posee una localidad, mismos que crean fuentes de riqueza a través de los recursos disponibles que fomentan a las redes productivas del sector. En la parroquia uno de los factores que ha permitido el desarrollo local es el sistema vial que brinda varios servicios, acceso a la educación, a los servicios de salud, a destinos turísticos, a las tierras cultivables, a centros de producción, a los mercados, etc., pero la calidad de vías juega un papel importante. La mayoría de los habitantes mencionan que la calidad del sistema vial en San Rafael es algo importante, percepción que describe al estado de las vías que en su mayoría son de tercer orden.

#### 4.1.4 Potencialidades de la parroquia San Rafael

##### Matriz de jerarquización

El objetivo de esta matriz es ayudar a la toma de decisiones más objetivas, cuando se requiere hacerlo en base a criterios múltiples, dicho de otra manera, establece prioridades entre un conjunto de elementos o alternativas, para facilitar la toma de decisiones.

**Tabla 2**

*Facilidad de comercialización*

Potencialidades	Facilidad de comercialización		
	Participación (Sobre 100)	Peso ponderado (sobre 5)	Total, ponderado
Empresas de servicios	30	3	90
Flora nativa	30	2	60
Producción de leche, huevos, carne y queso	30	3	90
Fiestas parroquianas	30	4	120
Platos típicos	30	4	120
Comparsas	30	4	120
Cultivos permanentes	30	4	120
Coangues	30	5	150

Nota: Facilidad de comercialización de las potencialidades

La facilidad de comercialización que tienen cada una de las actividades dentro de la parroquia, las mismas que proporciona beneficios económicos para sus productores. Entre las más destacadas se encuentran los cultivos permanentes, las comparsas, los platos típicos, fiestas parroquianas y Coangues. Los eventos culturales son los más comerciales gracias a la gran

acogida de personas que conlleva celebrarlos. Los productos agrícolas son muy demandados en los mercados donde se los comercializa.

**Tabla 3**

*Facilidad de aplicación*

Potencialidades	Facilidad de aplicación		
	Participación (Sobre 100)	Peso ponderado (sobre 5)	Total, ponderado
Empresas de servicios	20	3	60
Flora nativa	20	2	40
Producción de leche, huevos, carne y queso	20	2	40
Fiestas parroquianas	20	2	40
Platos típicos	20	3	60
Comparsas	20	4	80
Cultivos permanentes	20	4	80
Coagues	20	3	60

Nota: Facilidad de aplicación de las potencialidades

La facilidad de aplicación significa el bajo nivel de complejidad en términos técnicos y económicos que implica desarrollar ciertas actividades. Esto es muy importante para las personas que no tienen conocimientos avanzados para la elaboración de determinados productos, de esta manera, se evitan recurrir a especialistas o mano de obra calificada que supondría mayor gasto. Los eventos culturales requieren un mayor grado de dificultad debido a una serie de procesos, organización de talento humano y financiación.

**Tabla 4**

*Aceptación de los productores*

Potencialidades	Aceptación de los productores		
	Participación (Sobre 100)	Peso ponderado (sobre 5)	Total ponderado
Empresas de servicios	30	2	60
Flora nativa	30	3	90
Producción de leche, huevos, carne y queso	30	4	120
Fiestas parroquianas	30	3	90
Platos típicos	30	3	90
Comparsas	30	3	90
Cultivos permanentes	30	5	150
Coagues	30	2	60

Nota: Aceptación de los productores

La aceptación de los productores se refiere a la predisposición que tienen los agricultores y emprendedores para realizar actividades económicas dentro de la parroquia. Teniendo en cuenta factores como la rentabilidad y disponibilidad de recursos, los cuales influyen en el desarrollo y toma de decisiones. Las más aceptadas son los platos típicos, cultivos permanentes y la producción de leche, huevos, carne y queso.

**Tabla 5**

*Aceptación del consumidor*

Potencialidades	Aceptación del consumidor		
	Participación (Sobre 100)	Peso ponderado (sobre 5)	Total, ponderado
Empresas de servicios	30	3	90
Flora nativa	30	2	60
Producción de leche, huevos, carne y queso	30	4	120
Fiestas parroquianas	30	4	120
Platos típicos	30	4	120
Comparsas	30	4	120
Cultivos permanentes	30	5	150
Coagues	30	5	150

Nota: Aceptación de los consumidores

La aceptación del consumidor toma en cuenta los gustos y preferencias que tienen los clientes por determinado producto o servicio. Contribuye a la viabilidad para ingresar nuevos productos al mercado o a su vez a nuevos mercados. Esto garantiza al agricultor y emprendedor mantener, disminuir o incrementar su nivel de producción. Entre las que se consideran las más aceptadas están los eventos culturales debido a la gran demanda de personas que contrae realizarlos y los cultivos permanentes por su gran acogida en los mercados donde se los comercializa.

**Tabla 6**

*Potencialidades de la parroquia San Rafael*

Potencialidades	TOTAL
Empresas de servicios	300
Flora nativa	250
Producción de leche, huevos, carne y queso	370
Fiestas parroquianas	370
Platos típicos	390
Comparsas	410
Cultivos permanentes	500
Coagues	420

Notas: Potencialidades escogidas

En la matriz se observa la calificación que se le dio a cada una de las potencialidades y se multiplicó por el peso que tiene cada criterio, esos resultados que se obtuvieron se adicionó entre sí dando el total que obtiene cada potencialidad. Las potencialidades que alcanzaron un mayor peso se las consideró como factibles de realizar y puedan otorgar un valor agregado a la parroquia y generar beneficios competitivos con los cuales se pueda promocionar y potencializar, estos ayudarán a cambiar la realidad socioeconómica que afrontan sus habitantes.

Las principales potencialidades que se identificaron son todos los eventos culturales y el cultivo de plantas permanentes. La potencialidad que se eligió fue el cultivo de plantas permanentes, los eventos culturales fueron descartados ya que se los realiza 3 veces en el año mientras que la temporalidad de los cultivos permanentes es más frecuente ya que es la principal actividad económica que es desarrollada por los habitantes de la parroquia San Rafael.

## **4.2 DISCUSIÓN**

### **4.2.1 Situación actual de la parroquia San Rafael en términos productivos.**

Según los resultados de la investigación la parroquia de San Rafael se dedica exclusivamente a la agricultura como actividad principal, mediante la cual, la mayor parte de su población obtiene sus ingresos, generan empleo y de alguna manera, ayudan a su desarrollo económico. En esta investigación se pudo determinar que los principales tipos de actividades agrícolas que se desarrollan en esta parroquia son el cultivo de plantas de ciclo largo (limón, aguacates, mangos, etc.) y el cultivo de plantas de ciclo corto (cebolla, fréjol, pimiento, etc.). Los cultivos de ciclo corto ha sido la actividad productiva que se ha realizado a lo largo de la historia de la parroquia, a pesar de ello, la situación socioeconómica que afronta refleja que esta actividad no ha proporcionado los suficientes beneficios para que sus habitantes mejoren su estilo de vida, dejen de emigrar hacia otras ciudades y se dediquen a otro tipo de actividades económicas; esto es similar a lo encontrado por Nicolalde (2013) quien argumenta que en la parroquia Pilahuín existen varios factores externos que alteran los cultivos y en consecuencia disminuye su producción, sumado a la volatilidad de los precios que ofrecen los mercados genera incertidumbre en sus habitantes y por ende sus ingresos no son lo suficiente para que disminuya los altos niveles de pobreza que azota a esa parroquia y como resultado sus habitantes se ven obligados a abandonar sus tierras en busca de nuevas oportunidades. Dada la similitud de los resultados en ambas parroquias relacionados con la emigración es necesario plantear estrategias o alternativas que den solución a esos problemas, a través de la elaboración de planes que contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes.

Una de las potencialidades que se pudo determinar en la parroquia es el cultivo de plantas de ciclo largo ya que esta actividad económica es rentable gracias a su seguridad y estabilidad en términos de cultivo y cosecha, lo que conlleva a la reducción del riesgo de pérdida; uno de estos cultivos puede ser el mango ya que como lo afirma Casanova (2015) que el mango ecuatoriano ha sido siempre de calidad lo que lo convierte en una preferencia tanto nacional como internacional, pero uno de los problemas que tiene nuestro país es la poca capacidad instalada para poder cubrir la demanda en el mercado interno y externo. El cultivo de este tipo de productos con preferencia internacional, pueden contribuir al desarrollo económico de la parroquia dada su alta demanda.

Otras de las actividades económicas es la producción de leche, huevos, queso y carne de cerdo. Estos son los productos de los cuales sus productores obtienen mayores ingresos, en especial de la carne de cerdo gracias a su gran acogida por parte de la población. Pozo (2018) en su investigación determinó que es factible la producción de carne de cerdo en la parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena presentando altos niveles de rentabilidad, así mismo, Guaman y Sotamba (2011) concluyen que la implementación de un sistema de producción de huevos criollos presenta una gran acogida al mercado en la Parroquia El Valle, del Cantón Cuenca. Estas investigaciones concuerdan con el presente trabajo en que la producción de este tipo de productos presenta altos índices de factibilidad para su desarrollo. Es por eso que se establece como una potencialidad económica dentro de la parroquia la producción de las carnes de cerdo y los huevos después de este análisis y los criterios técnicos con los cuales se evaluaron las alternativas para esta conclusión.

Unos de los aspectos fundamentales en los que se sostiene la lógica teórica sobre el desarrollo endógeno es “el desarrollo autocentrado de las localidades y territorios” el cual según argumenta Vázquez (2007) este desarrollo implica la capacidad que tienen las comunidades de utilizar su potencial para dar respuesta a los desafíos a los cuales que se enfrentan las localidades en el proceso de globalización, como se observó los habitantes de la parroquia aún no han podido lograr este desarrollo autocentrado y por este motivo se generan problemas como la salida de sus habitantes a otras localidades o ciudades; además el aprovechamiento de las potencialidades podría llevar al desarrollo endógeno por medio, por ejemplo, de los cultivos permanentes aprovechando las bondades del suelo y del clima con el que cuenta la parroquia Este proceso de globalización, desde esta perspectiva, se refiere al tratamiento de los indicadores que reflejan el progreso de la economía, la internacionalización del sistema productivo, el aumento de la competencia en los mercados y las nuevas necesidades y demandas

de servicios que exigen las sociedades en la actualidad. Con este análisis se enfatiza la importancia que tienen las potencialidades en el desarrollo, el cual ayuda a la creación de riquezas con el objetivo de promover y mantener el bienestar económico y social de los habitantes de una localidad.

En la parroquia San Rafael, la cohesión social ha permitido en cierto grado mejorar la dinámica del progreso y el bienestar de sus habitantes. Por lo tanto, es importante mencionar que la cohesión está conformada por mecanismos de integración e inclusión tales como: la salud, sistemas de educación, políticas de equidad y protección social, costumbres y tradiciones, eventos sociales y actividades recreativas. De la misma forma, Hopenhayn (s.f) afirma que el bienestar y cohesión social ayuda a reducir las disparidades entre los individuos para generar oportunidades, capacidades y la cooperación. Estos comportamientos abarcan espacios diversos como la confianza, el sentido de pertenencia y solidaridad, la aceptación de normas de convivencia, y la disposición de participar en actos de deliberación y en proyectos colectivos.

En esta investigación se pudo identificar los principales aspectos que contribuyen al bienestar y cohesión social de los habitantes de San Rafael. La cultura de la parroquia es el eje principal que permite generar sentido de pertenencia en los moradores. Es así que los Coangues o también conocido como los carnavales, fiesta tradicional que se celebra año tras año a orillas del río Chota donde asisten propios y extraños, conviven entre todos diferentes costumbres y actividades recreativas, convirtiéndose en uno de los patrimonios inmateriales y potencialidades de la parroquia. De la misma manera, Reinoso (2017) afirma que estas celebraciones contribuyen el enriquecimiento cultural de la región, además permiten generar turismo local porque propician experiencias y encuentros culturales de calidad entre los turistas y las comunidades; traduciéndose como otra fuente de ingreso para mejorar la calidad de vida de los habitantes, actividad que no se aprovecha en la parroquia de San Rafael.

Otro aspecto que favorece la cohesión social de los habitantes es la gastronomía. San Rafael al estar ubicado en un área geográfica donde existen diferentes pisos climáticos, permiten la producción de gran variedad de productos agrícolas y agropecuarios, los mismo son utilizados por los moradores para la elaboración de platos típicos tradicionales. Estas actividades representan la cultura y se denominan como los valores distintivos y únicos que posee la parroquia, por los cuales, los habitantes demuestran gran sentido de pertenencia hacia la comunidad. Por su parte, Guerra (2013) afirma que la gastronomía tradicional es un eje principal para el desarrollo de la actividad turística, convirtiéndose en un imán para el turismo

nacional e internacional que gusta de la comida típica. Por tanto, la gastronomía se convierte en una potencialidad que puede aportar al desarrollo económico de la parroquia como también generar una comunidad bien cohesionada.

Las costumbres presentes en la parroquia según los moradores son muy importantes porque contribuyen la vinculación social y el sentido de pertenencia hacia la comunidad. Por tal motivo, las comparsas son costumbres que se celebran en fechas importantes como en la fundación y constitución de la parroquia San Rafael, en la que participan muchas personas, donde prevalece la armonía social, la integración, la solidaridad, la equidad e igualdad y el respeto hacia el entorno. Por su parte, Ottone (2014) argumenta que una comunidad está conformada por un conjunto de individuos que comparten un sin número de actividades, aparece el sentido de pertenencia hacia un grupo social que persigue objetivos en común. Por esta razón, la cohesión social tiene la capacidad de asegurar el bienestar de todos sus miembros, mermar disparidades y evitar diferencias para generar una comunidad de apoyo. De esta manera, el estado de bienestar nace como un referente donde los individuos de una sociedad participan en diferentes pactos sociales los mismos que benefician a todos. Por ello los miembros de una sociedad deben sentirse parte del todo con la finalidad de conseguir beneficios comunes.

La flora nativa presente en San Rafael es importante porque contiene diferentes especies de plantas endémicas y constituyen ecosistemas únicos que se caracterizan por el tipo de geografía y relieve que hay en el territorio de la parroquia. En otros sectores, estas particularidades son aprovechadas para el turismo comunitario y permiten generar nuevas fuentes de ingresos para los habitantes. Así mismo, Villavicencio (2018) argumenta que en la Reserva de Bosque Nublado Alambí existe una rica diversidad biológica, clima subtropical y una excelente ubicación, esto permite que cuente con los suficientes recursos naturales que lo hacen potencialmente turístico para ofertar actividades relacionadas con el turismo de naturaleza y de aventura. De esta manera, en la parroquia San Rafael los recursos naturales al ser aprovechado de manera responsable y sostenible pueden contribuir al desarrollo económico del sector.

El adecuado aprovechamiento de los recursos disponibles que existe en la parroquia pueden aportar al desarrollo socioeconómico para mejorar paulatinamente las condiciones y estilo de vida de los moradores y de todos quienes constituyen el territorio, tal como lo establece Vásquez en su teoría del desarrollo endógeno. Para determinar si las potencialidades de la parroquia San Rafael permiten su desarrollo económico se calculó la media a cada uno de los constructos lo

cual permitió conocer si las actividades económicas que se desarrollan en la parroquia proporcionan beneficios a sus habitantes. Los resultados obtenidos al aplicar este estadístico descriptivo demostraron que la actividad económica que más beneficios otorga a sus habitantes es el cultivo de plantas permanentes, así mismo, se utilizó una matriz de jerarquización en la que se establecieron las potencialidades más importantes de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas para posteriormente calificarlas de acuerdo a criterios con la finalidad de escoger la potencialidad que mayores beneficios económicos conceda a los habitantes y el resultado coincidió que el cultivo de plantas permanentes es la actividad económica más importante en la parroquia San rafael.

Con este antecedente se establece que esta actividad económica al ser una potencialidad de la parroquia San Rafael, generará beneficios económicos adicionales a los productores, por lo cual, se mejorará la situación económica de las familias. De esta manera, para seleccionar la hipótesis descriptiva que se basa en la afirmación o confirmación del supuesto y que no indica como se relacionan las variables a diferencia de la hipótesis correlacional que especifica la relación entre dos o más variables, no fue necesario la aplicación de estimaciones o cálculos matemáticos para validar la hipótesis, por el contrario, la descripción del valor que tuvieron las variables de estudio (Sampiere, 2014). De acuerdo a esto, permitió aceptar la hipótesis alternativa ( $H_a$ ): “Las potencialidades productivas de la parroquia San Rafael permiten el desarrollo económico” y rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ): “Las potencialidades productivas de la parroquia San Rafael no permiten el desarrollo económico”.

## V ESTRATEGIA

La estrategia se realizará en base a las potencialidades que tiene la parroquia, las cuales son capacidades que pueden generar beneficios económicos para sus habitantes. Para identificar las potencialidades que existen en la parroquia de San Rafael se utilizó una matriz de jerarquización que permitió ordenar todas las actividades económicas que se realizan en la parroquia, mediante el uso de criterios técnicos, objetivos y subjetivos que son evaluados de acuerdo a cada circunstancia que presenta realizar dichas actividades económicas.

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

Gracias a la matriz de jerarquización se pudo conocer que la principal potencialidad de la parroquia San Rafael es el cultivo de plantas permanentes, especialmente el mango, el limón y el aguacate. De acuerdo con los resultados, mediante esta actividad económica sus habitantes obtienen la mayor parte de sus ingresos. Uno de los problemas radica en que estos productos se dirigen a los mercados mayoristas de las ciudades de Ibarra y Bolívar a los cuales llegan los mismos productos, pero de distintos lugares generando una sobreoferta y reduciendo su precio.

### 5.2 Análisis de la estrategia

Después de analizar el problema la estrategia se realizará para buscar nuevos mercados a través de la asociación de los agricultores que se dedican al cultivo de mangos, limón y aguacate para que estos productos sean comercializados bajo una marca que manifieste sus atributos y calidad con el objetivo de diferenciarlos de los productos que se cultivan en otras zonas.

### 5.3 Objetivos:

#### **Objetivo general:**

- Diseñar una estrategia para la promoción y comercialización del mango, limón y aguacate, productos cultivados por los agricultores de la parroquia de San Rafael.

#### **Objetivos específicos:**

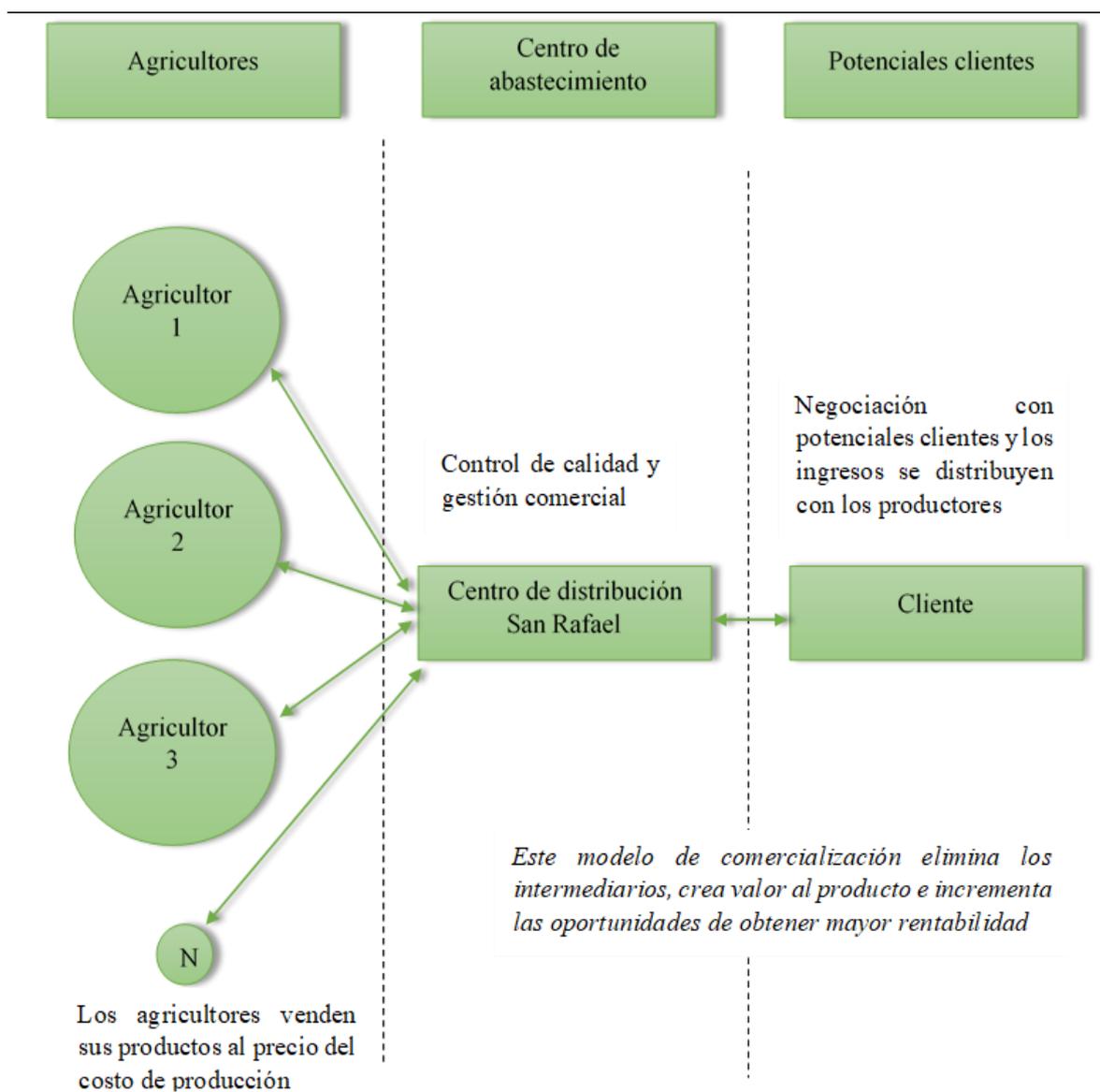
- Diseñar un modelo descentralizado de comercialización a través de un centro de abastecimiento.
- Crear una marca para el centro de abastecimiento mediante la cual se promocionará y comercializará el mango, el limón y el aguacate producidos en la parroquia San Rafael.

## 5.4 Modelo de comercialización descentralizada

Con este modelo de comercialización se pretende eliminar a los intermediarios quienes estancan la rentabilidad de los agricultores ya que el precio que ofrecen ellos son menores al precio real del mercado.

**Figura 23**

*Modelo de comercialización descentralizada*



*Nota:* Modelo estratégico del centro de acopio que se implementará en la parroquia de San Rafael. Pupiales E. & Criban D. 2021

En este modelo se puede apreciar que los agricultores serán los principales proveedores del mango, el limón y el aguacate al centro de distribución el cual se encargará de un control de calidad seleccionando los mejores productos y de la gestión comercial como el transporte y la negociación con los clientes.

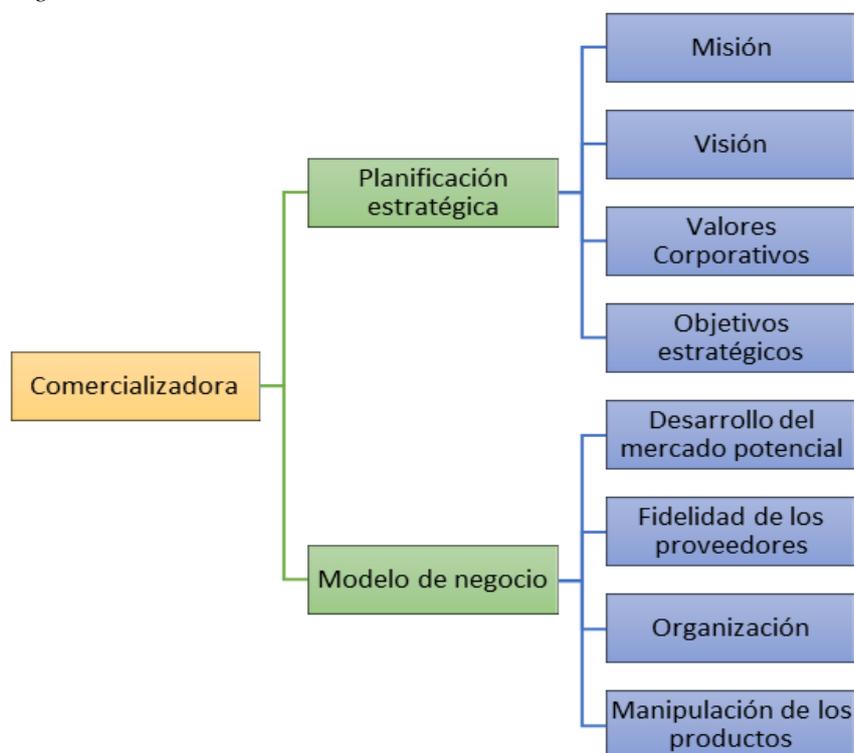
Los agricultores venderán sus productos al centro de distribución al costo de producción, una vez que se concluyan las negociaciones con los potenciales clientes las utilidades generadas serán repartidas entre ellos.

### 5.5 Esquema estratégico del centro de distribución.

El centro de distribución contará con una planificación estratégica y su modelo de negocio estará enfocado en ofrecer productos de calidad.

**Figura 24**

*Esquema estratégico*



*Nota:* Esquema estratégico del centro de acopio que se implementará en la parroquia San Rafael. Pupiales E. & Crihan D. 2021

#### **Planificación estratégica:**

Esta planificación está constituida por la misión, visión, valores y objetivos estratégicos, todos ellos con una duración de 5 años.

Misión:

*Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos agrícolas desarrollados a través de la agricultura sostenible enfocada en el cuidado del medio ambiente y comprometida con la región.*

Visión:

*Ser una empresa industrializada líder en la región por la producción, distribución y comercialización de productos agrícolas y sus derivados comprometida con la sociedad y el medioambiente.*

Valores:

- *Innovación:* Buscar derivados de los productos agrícolas a través de un proceso de industrialización
- *Compromiso:* Compromiso con la sociedad y las familias involucradas
- *Honradez:* Ganarse la confianza de todos los clientes internos y externos
- *Respeto:* Respeto hacia el medio ambiente y trabajando en el marco de la ley.

### **Modelo de negocio:**

El modelo de negocio será la forma en la que se creará la ventaja competitiva para poder competir en el mercado. Este modelo de negocio está compuesto por las siguientes áreas:

- **Desarrollo del mercado potencial:** Se busca tener oportunidades en la demanda de productos con el propósito de encontrar un nicho de mercado al cuál satisfacer sus necesidades. Estará enfocado en la comercialización directa de los productos a los principales minoristas como pueden ser supermercados o retails.
- **Fidelidad de los proveedores:** Los agricultores serán los principales proveedores de los productos ya que la distribuidora estará constituida por ellos.
- **Organización:** Debe considerarse la filosofía organizacional y empresarial sobre la cual la empresa trabajará.
- **Manipulación de los productos:** Su principal objetivo será seleccionar los productos de mayor calidad y buscar un valor agregado a los productos rechazados.

### **Objetivos estratégicos:**

Estos objetivos serán desarrollados según el modelo de negocio y establecidos de acuerdo a las áreas claves las pueden tener uno o varios objetivos.

- Desarrollo del mercado potencial
- Manipulación de los productos
- Organización empresarial
- Fidelidad de proveedores

**Tabla 7**

*Objetivos estratégicos*

Áreas claves	Objetivos estratégicos
Desarrollo del mercado potencial	Vender a nivel regional el 80% de la producción.
Manipulación de los productos	Tener máximo el 4% de la devolución de los productos por una inadecuada selección y control de calidad.
Organización empresarial	Desarrollar un esquema empresarial que se ajuste a las necesidades del modelo de comercialización.
Fidelidad de los proveedores	Captar el 95% de los productos desarrollados por los agricultores de la parroquia.

*Nota:* Objetivos estratégicos que se aplicarán en el centro de acopio de la parroquia San Rafael

En esta tabla se muestra todas las estrategias a desarrollar para lograr el buen funcionamiento del modelo de negocio de la empresa. Por cada estrategia se establecerán las actividades a desarrollarse para el cumplimiento de los objetivos.

**Tabla 8**

*Primer objetivo estratégico*

Objetivo estratégico	Actividades	Variable	Control
Vender a nivel regional el 80% de la producción.	Definir el mercado meta	Listado de los clientes potenciales	Incremento de clientes por mes
	Establecer buenas relaciones comerciales	Clientes visitados	Visita de clientes cada 15 días
	Desarrollo de contratos de venta	Contratos firmados	Número de contratos firmados
	Elaborar un catálogo para los productos	Catálogo de productos	Productos en el catálogo

*Nota:* Primer objetivo estratégico a implementar en centro de acopio.

Este objetivo estratégico busca el posicionamiento en el mercado gracias a las relaciones empresariales con los clientes y la oferta de productos de calidad.

**Tabla 9**

*Objetivo estratégico 2*

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Actividades</b>	<b>Variable</b>	<b>Control</b>
Captar el 95% de los productos	Listado de los agricultores no miembros de la organización	Base de datos de esos agricultores	Visita a esos agricultores
	Incentivos a los agricultores no miembros de la organización	Lista de incentivos	Check list de la lista de incentivos

*Nota:* Segundo objetivo estratégico a implementar en el centro de acopio.

Uno de los problemas que pueden surgir al establecer esta estrategia es que algunos agricultores no podrán ser parte de la organización por diversos factores ajenos al bien común de la parroquia es por ello que se buscará fidelizarlos y de esta manera cumplir con el segundo objetivo estratégico.

**Tabla 10**

*Objetivo estratégico 3*

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Actividades</b>	<b>Variable</b>	<b>Control</b>
Tener máximo el 4% de la devolución de los productos por una inadecuada selección y control de calidad.	Devolución de productos	Listado de los productos devueltos	Registro de esos productos
	Estandarizar el proceso de control de calidad	Documento detallado del proceso	Entrega de ese documento a cada responsable

*Nota:* Tercer objetivo estratégico a implementar en el centro de acopio

La idea principal sobre este objetivo es entregar productos de calidad a los consumidores finales a través de procesos eficientes sobre el control de calidad con el fin de ir adquiriendo una buena percepción por parte de los clientes, además de ir consolidando una buena imagen empresarial.

**Tabla 11**  
*Objetivo estratégico 4*

<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Actividades</b>	<b>Variable</b>	<b>Control</b>
Desarrollar un esquema empresarial que se ajuste a las necesidades del modelo de comercialización.	Establecer un equipo de trabajo multidisciplinario	Contrato personas de diferentes áreas	Registro de personal
	Realizar un diagrama empresarial	Documento con dicho diagrama	Presentación de ese documento al personal
	Descripción y asignación de puestos de trabajo	Asignación de puestos de trabajo	Estructura empresarial

*Nota:* Cuarto objetivo estratégico a implementar en el centro de acopio.

Con un diagrama adecuado y los puestos de trabajo asignados habrá más posibilidades de cumplir al 100% el modelo de negocio propuesto.

### **Desarrollo del mercado potencial:**

El mercado potencial estará compuesto principalmente por minoristas y consumidores finales quienes serán fundamentales para el crecimiento de la empresa. Las estrategias a utilizar para captar

- A. Restaurantes y negocios de frutas: Este segmento comprende aquellas unidades comerciales establecidas alrededor de la parroquia.
  - Minoristas y tenderos
  - Servicio a domicilio.
- B. Hoteles y hostales de las ciudades cercanas a la parroquia debido al aumento y desarrollo del turismo
  - Establecer todos los productos que se van a ofertar permanentemente
  - Servicio a domicilio.
- C. Empresas que se dedican a la elaboración de productos derivados de las frutas a ofertar, agroindustrias cercanas a la zona, en este caso se establecerá una relación proveedor-cliente.

- D. Empresas que se dedican a la exportación de estos productos, al igual que el caso anterior se establecerá una relación proveedor-cliente.
- E. Minoristas que se dedican a la venta del producto al consumidor final estableciendo una relación proveedor-cliente.

### 5.6 Temporalidad de cosechas

La temporalidad en la cual se cosechan el aguacate y el limón depende del tiempo en el que el agricultor empezó el proceso de cultivo. Por lo general la duración de una cosecha a otra en el aguacate es de aproximadamente 4 meses. En el limón oscila entre los 3 y 4 meses dependiendo de las condiciones del terreno y factores climáticos que en algunas ocasiones retrasan la cosecha en una o dos semanas. Así pues, en promedio tanto el limón como el aguacate tienen entre 3 y 4 cosechas al año. Los periodos de cosecha en el mango son más largos, en general son dos veces al año.

**Tabla 12** *Temporalidad de las cosechas*

*Temporalidad de las cosechas*

Periodo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Aguacate												
Limón												
Mango												

Nota: La tabla muestra la temporalidad de cosechas de los productos que se cultivan en la parroquia San Rafael.

En esta tabla se muestra, en forma general, más o menos las cosechas que realizan los agricultores de cada producto. Aunque los meses que están pintados y se pueden apreciar en la tabla no son en los que todos los agricultores realizan sus cosechas ya que estos productos salen de la parroquia San Rafael todos los meses del año a excepción del mango. Como está explicado en las primeras líneas del párrafo anterior los meses de cosecha dependen del tiempo en el que el agricultor empezó el proceso de cultivo.

## 5.7 Construcción de la marca

La elaboración de la marca se la hizo en base a la misión, visión y objetivos estratégicos del centro de distribución

Para la elaboración de la marca con la que se resaltarán los atributos y la calidad de los productos mencionados anteriormente se realizó un imagotipo, una representación visual compuesta por una imagen y texto.



Para el diseño del imagotipo se tomó en cuenta los siguientes aspectos que caracterizan a la parroquia San Rafael:

- La imagen del logo representa las características únicas y maravillosas que tiene la parroquia San Rafael dando a conocer la diversidad de pisos climáticos de ambientes cálidos y fríos que proveen un sin número de recursos que encantarán a propios y extraños.
- Se eligió el color verde gracias a que la mayor parte de su territorio está cubierto por vegetación y cultivos de plantas.
- Las montañas dentro del punto de ubicación representan la irregularidad geográfica que posee su suelo ya que es una zona con múltiples elevaciones.
- Con el slogan “te encantará” se pretende comunicar todas las características culturales, geográficas y turísticas que tiene la parroquia San Rafael con el objetivo de cautivar al visitante.
- La letra cursiva con la cual fue escrito “San Rafael” personifica la sencillez y humildad de su gente.

## 5.8 Estrategias de posicionamiento

### Segmento del mercado.

Estos productos están dirigidos a las empresas que se dedican a la elaboración de sus derivados, tiendas, hoteles y a las empresas que se dedican a la exportación.

### Estructura online

Para la promoción de los productos que se establecieron en la parroquia San Rafael, se utilizará canales de comunicación no tradicionales. Los medios de comunicación no tradicionales son las redes sociales y las páginas web que en la actualidad son más utilizadas por las personas por tal motivo, la estrategia de comunicación está orientada a realizarse por estos medios para poder llegar de diferentes puntos al público objetivo.

A través del uso del internet, se creará contenido llamativo y dinámico que estará disponible para el usuario en páginas web y redes sociales. La página web es importante para transmitir mucha información, por medio de ésta se tiene la oportunidad de interactuar con los clientes de manera más sencilla, dar la posibilidad a los clientes de ordenar o solicitar los productos o servicios por la red, la experiencia de compra se hace mucho más fácil y accesible para las personas, además existen herramientas que permiten realizar análisis de ellas para tomar decisiones dirigidas al producto y al cliente.

Las redes sociales que se utilizarán para la promoción de los productos de la parroquia son Facebook, YouTube, Instagram y WhatsApp por ser los medios digitales más utilizados y por donde se puede llegar más rápido con el mensaje publicitario a las personas.

## 5.9 Plan de acción

**Tabla 13**

*Plan de acción 1*

---

**1. Visibilidad - Dar a conocer**

---

- Búsqueda (SEO): blog (artículos con texto, gráficos y vídeos)
  - Comunidad: Redes Sociales
  - Publicidad pagada: anuncios en Facebook, YouTube, Google
  - Directorios Locales (recomendaciones): Google my business, otros
-

- 
- Movilidad: compatible con dispositivos móviles
  - Networking: colaboración con negocios en el mismo nicho (que no sean competencia)
- 

*Nota:* Implementación del plan de acción

Este plan de acción busca informar a través de los medios digitales la existencia de los productos tales como el limón, el aguacate y el mango mediante el uso de la marca propuesta anteriormente con el objetivo de comunicar todos sus atributos e ir adquiriendo un gran posicionamiento en la mente de los consumidores.

**Tabla 14**

*Plan de acción 2*

---

**2. Captación de prospectos (Incentivo / motivación)**

---

- Versión/ Prueba gratis, Versión de prueba, reporte gratis, video gratis, etc.
  - Página de aterrizaje / página de captura (landing page)
  - Email Marketing
  - Facebook Messenger
- 

*Nota:* Implementación del plan de acción 2

**Tabla 15**

*Plan de acción 3*

---

**3. Seguimiento de las acciones**

---

- Email
  - Facebook Messenger
  - Redes sociales
  - Contenido de ayuda (Vídeos, artículos, gráficos, reportes).
- 

*Nota:* Implementación del plan de acción 3

Con la idea de incentivar y captar nuevos y potenciales clientes en este plan de acción se puede observar las diferentes estrategias para con las que se pretende lograr eso. Todas estas estrategias están ideadas para que su realización se la haga a través del marketing digital utilizando los medios adecuados que permitan un mejor acercamiento con los clientes.

Controlar y dar seguimiento a todas acciones y esfuerzos de marketing es importante para conocer si todo está saliendo según lo planeado. Para hacer eso se puede utilizar las herramientas que las diferentes empresas proporcionan como son Facebook, Google Analytics o YouTube.

Para fidelizar a los clientes se establecieron varias estrategias para conseguir eso. Todas las estrategias propuestas en este plan de acción están enfocadas en brindar varios servicios, promociones e incentivos.

## 5.10 Cronograma estratégico

**Tabla 17**

*Cronograma estratégico*

Área	Concepto	Q1		Q2		Q3		Q4	
		Enero	Marzo	Abril	Junio	Julio	Septiembre	Octubre	Diciembre
Marca	Definición de marca	■							
	Identidad visual			■					
Estrategia	Identidad verbal			■					
	Plan estratégico	■							
Presencia	Web corporativa					■			
	Ecommerce					■			
	Blog					■			
	SEO					■			
Atracción	Social Media			■					
	Plan de contenidos			■					
	Creatividades			■					
Promoción	Campaña publicidad			■					
	Configuración			■					
Fidelización	Landing			■					
	Marketing automotion			■					
Seguimiento	Cuadro de mando			■					
	Acompañamiento			■					

Nota: Cronograma estratégico del marketing online

**Tabla 16**

*Plan de acción 4*

### 4. Fidelización

- Programa de compras recurrentes
- Contenido de ayuda
- Email marketing
- CRM - software de marketing digital automatizado (avanzado)

Nota: Implementación del plan de acción 4

La implementación de el plan estratégico del marketing digital está pensado para que sea realizado trimestralmente (en la tabla se indica como Q). Todas las acciones serán realizadas por varios responsables según sea el área. El plazo para su ejecución es de 1 año, cabe recalcar que varias de las acciones tomarán más de 1 trimestre cumplirlas.

### **5.11 Plan de promoción digital**

#### **Facebook**

Por medio de Facebook se puede interactuar de manera directa con los clientes, también las herramientas de una página en Facebook, permiten realizar publicidad en una zona determinada a cambio de un pago que es mucho menos costoso que pagar por publicidad en una televisora.

#### **Objetivo:**

Dar a conocer el mango, el limón y el aguacate de la parroquia San Rafael:

- Crear una cuenta en Facebook con el imago tipo como foto de perfil y el slogan como foto de portada
- Crear contenido (fotos y videos) mostrando los terrenos de los agricultores de la parroquia.
- Crear contenido (fotos y videos) mostrando los mangos, aguacate y limón.
- Realizar un video que muestre el proceso de cultivo que utilizan los agricultores en el cual se pueda verificar una agricultura sostenible.
- Utilizar Facebook Ads como herramienta principal para la promoción de este contenido.

#### **YouTube**

YouTube es un sitio web el cual permite a sus usuarios subir, compartir, visualizar videos, es importante porque por medio de videos llamativos se puede ganar audiencia y formar una comunidad, la cual tendrá interacción directa con información de la parroquia, además es una plataforma que permite obtener ingresos por las visualizaciones de videos.

#### **Objetivo:**

Mejorar el posicionamiento de la marca territorial de la Parroquia San Rafael

### **Líneas de acción:**

- Crear videos donde se muestre los diferentes árboles de los que se obtiene el aguacate, el limón y el mango con una duración superior a los 3 minutos e inferior a los 8 minutos.
- Solicitar la ayuda de influencers locales como el canal de Ovo Pepino Ovo en el que los actores describan algunos lugares de la parroquia, degusten sus .
- Realizar un contrato con cantantes localmente reconocidos en el que se establezca grabar videos en los diferentes lugares de la parroquia.

### **Instagram**

Instagram, esta red social en la actualidad cuenta con miles de usuarios, además es una de las redes sociales más importantes del momento, por medio de Instagram se puede compartir imágenes y clips de corta duración en los cuales se dará a conocer la marca, Instagram permite crear una comunidad o audiencia que posteriormente pueden convertirse en clientes fieles.

Impulsar la imagen territorial de la parroquia de San Rafael a través de su marca.

- Realizar un video de corta duración donde se describa los atributos de la marca territorial de la parroquia
- Subir fotos en alta resolución en las que estén los mangos, aguacates y limones que se cultivan en la parroquia de San Rafael.
- Subir videos de corta duración donde se muestre la pulpa de las frutas anteriormente mencionadas.
- Subir videos de corta duración en los que estén los paisajes que componen a la parroquia
- Subir videos de corta duración en los que la reina de la parroquia mencione frases que van a acorde a la marca.

### **WhatsApp**

WhatsApp es una aplicación de mensajería la cual permite enviar y recibir mensajes de manera gratuita, esta aplicación permite a las empresas u organizaciones tener una interacción mucho más directa.

### **Objetivo general:**

Ofrecer las potencialidades de la parroquia San Rafael a sus potenciales clientes.

### **Líneas de acción:**

- Obtener una base de datos con más de 500 contactos telefónicos de las personas que habitan en la parroquia
- Invitar a esos contactos a promocionar las potencialidades a través de sus “estados”.
- Subir “estados” en los que las autoridades inviten a la población en general a visitar la parroquia y consumir sus productos, distinguidos con la marca territorial.
- Enviar mensajes masivos en los que se encuentre el contacto de la persona que dará mayor información sobre las potencialidades de la parroquia.

### **Imagen de marca.**

La imagen que se pretende comunicar está relacionada con la esencia de la vida, el medioambiente, es por eso que todos los colores e imágenes contenidas en el imago tipo se centran en un contexto rural con el campo de fondo. Todos los esfuerzos de marketing deben estar ajustados a promocionar todas las agro cualidades que tiene la parroquia San Rafael y de esa manera lograr un posicionamiento de marca relacionado a los productos que se ofrecen en esta localidad.

### **Experiencia de marca**

La experiencia que queremos otorgar a través de los productos a promocionar está enfocada en la seguridad y la calidad. La seguridad porque todos sus productos están desarrollados con procesos de cultivos donde los químicos tienen poca o nula participación y la calidad porque el mango, el limón y el aguacate contienen todas sus vitaminas y minerales.

### **Diferenciación.**

El 10% del pedido que realicen los clientes entregarlos en pulpas para que comprueben la calidad del producto.

## VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

- A través de la fundamentación teórica llevada a cabo en la investigación, se estableció que el estudio está enmarcado en la teoría del desarrollo endógeno propuesta por el trabajo de Paul Romer (1986; 1990), Robert Lucas (1988), Robert Barro (1990), Sergio Rebelo (1991) y Vásquez (2007) con la cual se establece un modelo económico, donde las comunidades desarrollan sus propias propuestas, que se convierten en una forma de llevar adelante la transformación social, cultural y económica de la sociedad. Se basa en la reconquista de las tradiciones, el respeto al medio ambiente y las relaciones equitativas de producción, que permiten convertir los recursos naturales de la localidad en productos que se puedan explotar, consumir y distribuir. Esta teoría cobija a las tres variables estudiadas en la investigación, el desarrollo económico, bienestar y cohesión social y el capital territorial que son los pilares principales que aportan al desarrollo socioeconómico de la parroquia San Rafael.
- Mediante la aplicación de la matriz de jerarquización se logró identificar las principales potencialidades que tiene la parroquia San Rafael, las cuales pueden aportar al desarrollo y dinamismo económico del sector. De todas estas potencialidades, después de un análisis técnico, objetivo y subjetivo entre las más importantes se encuentran el cultivo de plantas permanentes donde el 57,35% de los moradores de la parroquia afirmaron que es la actividad principal que forja mayores beneficios económicos. La rentabilidad que genera los cultivos de plantas permanentes como el limón, la caña de azúcar y el mango son muy importantes para los agricultores, por esta razón el mango ha ganado mucha popularidad entre los agricultores por el precio elevado que tiene en los mercados donde se ofertan estos productos, el aguacate sigue siendo rentable y se puede considerar como un producto tradicional dentro de la parroquia de San Rafael ya que por lo menos existen más de dos variedades de aguacate que cultivan la mayoría de los agricultores de la parroquia.
- Las condiciones climatológicas que existen en la parroquia son aptas para el cultivo de productos agrícolas antes mencionados, el 51,45% del territorio tiene un clima que oscila entre los 16 a 18°C según el PDOT de San Rafael, esto significa que la mayor parte de la parroquia cuenta con las condiciones ambientales óptimas para la producción

de este tipo de cultivo y se convierte en una de las potencialidades más rentables del sector.

- Se determinó que la cultura de los habitantes de la parroquia es el eje principal que ha permitido generar cohesión social y sentido de pertenencia hacia la comunidad, en ella se enmarca su gastronomía, costumbres y tradiciones. La importancia que tienen las celebraciones, las costumbres y tradiciones para los moradores se da porque contribuyen a crear alianzas, vínculos sociales, participación en eventos y actos que persiguen objetivos en común y que los mismo han sido los factores que intervienen a la hora de generar bienestar social. No obstante, la riqueza cultural que existe en la localidad no ha sido aprovechada desde el lado turístico debido a que tienen mucho potencial para atraer turistas que buscan conocer nuevas experiencias culturales.
- El nivel de desarrollo socioeconómico de la parroquia San Rafael se ve estancado por un modelo económico enfocado en su actividad principal, la agricultura tradicional, la cual no ha permitido el crecimiento de sus habitantes en términos monetarios quienes se ven obligados a buscar mejores oportunidades en diferentes ciudades del país. El desarrollo empresarial de esta parroquia es casi nulo gracias a la escasez de fuentes de inversión o por la falta de interés de su población ya que el 63% de los agricultores manifestaron que el financiamiento es propio para la realización de los cultivos. A pesar de este antecedente el 57,35% de los agricultores manifestaron que obtienen mayores beneficios económicos con el cultivo de plantas permanentes mientras que el 42,65% de ellos opinan que los cultivos transitorios les proporcionan mayores beneficios gracias a que su proceso de cultivo es más corto.
- La principal potencialidad identificada en la parroquia San Rafael es el cultivo de plantas permanentes. La estrategia está enfocada a esta actividad económica con la que se pretende crear un centro de acopio que permita acoger productos de calidad con la finalidad de ser comercializados a los diferentes mercados del país, además de ser responsable de analizar e investigar nuevas oportunidades de comercialización y estrategias orientadas en buscar la diferenciación que permita una mayor competitividad en los mercados.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda al GAD de la parroquia San Rafael, inversionistas, entidades financieras y a los agricultores que la actividad económica que genera mejores ingresos económicos es el cultivo de productos permanentes. Por lo tanto, se debe impulsar a este sector con proyectos que se inclinen hacia el aprovechamiento de estas actividades porque son potencialidades que tiene San Rafael y por ende el adecuado uso de estos recursos permitirán el desarrollo económico y la promoción de la parroquia.
- La parroquia de San Rafael debe diversificar su economía con el desarrollo de actividades económicas diferentes a las que comúnmente sus habitantes están acostumbrados, esto con el propósito de no depender de una sola fuente de ingresos ya que esto genera un estancamiento económico donde los principales afectados son las familias que componen a la parroquia. Las autoridades deben buscar mecanismos con los cuales capaciten a la población sobre emprendimiento e innovación además de capacitar a los agricultores con personal calificado.
- Se recomienda aplicar la estrategia ya que permitirá que los agricultores tengan mayores oportunidades de ingresos. Las autoridades deben gestionar a través de bancos y cooperativas financiamiento para su implementación. La asociación debe conformarse por todos los agricultores que estén dispuestos a trabajar por el bien común, además que utilicen procesos de cultivos de calidad y amigables con el medioambiente. Se debe capacitar a los agricultores sobre temas empresariales para una adecuada administración del centro de acopio.

## VII REFERENCIAS

- Alazraki, R. (2007). *Elaborar fichas*. Buenos Aires Argentina: Prometeo Libros.
- Alcantar, D. A. (s.f.). *Dirección y administración de pequeñas empresas*. Obtenido de [https://cursos.aiu.edu/Direccion%20y%20Administracion%20de%20Pequeñas%20Empresas/PDF/Tema%203\\_4.pdf](https://cursos.aiu.edu/Direccion%20y%20Administracion%20de%20Pequeñas%20Empresas/PDF/Tema%203_4.pdf)
- Alcántara, M., & García, M. (2018). *Memoria del 56° congreso internacional de americanistas*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Anzil, F. (2006). *Zona económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/recursos-naturales>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación* (Sexta edición ed.). Caracas: Editorial Episteme.
- Backoff, P. (2005). *Transporte y espacio geográfico*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Barro, R. (1990). *Government Spending in a simple model of Economic Growth*. *The Journal of Political Economy*. Obtenido de [http://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo\\_Economico\\_3/Revista%20de%20Desarrollo%20Econ%C3%B3mico%20V2%20N3\\_1.pdf](http://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico_3/Revista%20de%20Desarrollo%20Econ%C3%B3mico%20V2%20N3_1.pdf)
- Bastía, J., Cuadra, M., Muñoz, O., & Quevedo, R. (2013). *Correlación entre las buenas prácticas de manufactura*. Chile: Revista Chilena de nutrición.
- Besley, & Brigham. (2009). *Fundamentos de la administración financiera*. México D.F.: Cengage learning editores.
- Borja, J., & Valdivia, R. (s.f.). *Introducción a la agronomía*. Quito, Ecuador : Editorial EDIMIC
- Brenes, A. (2014). *Encadenamiento de negocios entre empresas*. Obtenido de <https://www.elindependiente.co.cr/2014/06/encadenamientos-de-negocios-entre-empresas/>
- Briceño, L. (1999). *Bienestar, Salud y cambio social*. Caracas: Fundación Polar.
- Bruner, J. (1997). *La educación puerta de la cultura*. Madrid: Visor .
- Cárdenas, D., & Patiño, F. (2010). *Estudios y diseños definitivos del sistema de agua potable de la comunidad de Tutucám, cantón Paute, provincia del azuay*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/725/1/ti853.pdf>
- Castro, A. (2015). *Planificación y gestión de la demanda*. Editorial Elearning S.L.

- Casas, A., Labrador, R., & Campos, D. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703792221?via%3Dihub>
- Casanova, P. J. (2015). Estudio económico para la producción y comercialización de mango para exportación y su incidencia en el periodo 2009 - 2021. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9392/1/tesis%20pablo%20yar.pdf>
- CEPAL. (2007). *Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. Santiago: AECI Y SEGIB.
- Coleman, J. (1988). *Capital social en la creación de capital humano*. American Journal of Sociology.
- Cruz, M. (2012). *Los medios masivos de comunicación y su papel en la construcción de identidades*. La Habana: Reflexiones.
- Dorado, A. (2010). *¿Qué es la biodiversidad?* Obtenido de <http://www.ecomilenio.es/wp-content/uploads/2010/10/que-es-la-biodiversidad-web.pdf>
- Fadiman, J., & Frager, R. (2001). *Teorías de la personalidad*. México: Universidad Iberoamericana.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con su educación, el empleo y el desarrollo local*. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Gary, & Kotler. (2013). *Fundamentos de marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México.
- Guerra, D. (2013). *La gastronomía tradicional y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6761/1/FCHE-TH-164.pdf>
- Gill, & Feinstein. (1994). *Una valoración crítica de las medidas de calidad de vida*. JAMA.
- Gómez, A. (2015). *Marcas del marketing territorial que intervienen en las marcas regionales y los productos con denominación de origen*. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1484/2/ANEXO.pdf>
- Guillén, O., Calienes, R., & Rondán. (1977). *Medio ambiente y producción primaria*. Callao: Editorial y Librería Salesiana.
- Herrera, F. (s.f.). *Fiestas populares tradicionales*. Obtenido de [http://www.lajiribilla.cu/2001/n14\\_agosto/etno/fiestastxt.htm](http://www.lajiribilla.cu/2001/n14_agosto/etno/fiestastxt.htm).
- Hopenhayn, M. (2007). *Cohesión social en América Latina y el Caribe: una revisión perentoria de algunas de sus dimensiones*. Obtenido de [https://eulacfoundation.org/es/system/files/cohesion\\_soc.pdf](https://eulacfoundation.org/es/system/files/cohesion_soc.pdf)

- Hopenhayn, M. (s.f) Cohesión social: una perspectiva en proceso de elaboración, en CEPAL, cohesión social en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Ana Sojo y Andras Uthoff.
- Kotler, P. (2000). *Dirección de marketing*. Madrid: Prentice-Hall.
- López, A. E. (s.f.). *Marketing territorial*. Obtenido de Asociación profesional, formación y empleo .
- López, R. S. (2016). *Estructura socioeconómica de Méxio*. Ciudad de México: Secretaría de educación Pública .
- Lucas, R. (1988). *"On the mechanics of economic growth"*. Obtenido de file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-ElCrecimientoEndogeno-4276746.pdf
- Marx, K. (1849). *Wage-labour and Capital*. New York: International Publishers.
- Marx, K. (1865). *Filosofía contemporanea - Infraestructura*.
- Matamoros, E., & Flores, A. (1985). *Comercialización de los productos agropecuarios*. San José: Editorial Universidad a Distancia.
- Máxima, J. (2019). *¿Qué es una empresa?* Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/empresa/>
- Miranda, M. (2005). *Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición*. Toluca, México: Contribuciones desde Coatepec.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castelló de la plana : Publications de la Universitat Jaume.
- Morales, Restrepo, B., Mauro, F., Montes, A., & Velarde, M. (2011). *Economía*. Manizales: Espacio gráfico Comunicaciones S.A.
- Nicolalde, M. (2013). *Plan de desarrollo local de la parroquia Pilahuín del cantón Ambato en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de [http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1700/1/T-UCE-0005-287.pdf?fbclid=IwAR0weF2MJHB1gROIf6\\_ZWVjwmXMYNhTku69d3-9TaCSgc9zGb2D8X50EMQ](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1700/1/T-UCE-0005-287.pdf?fbclid=IwAR0weF2MJHB1gROIf6_ZWVjwmXMYNhTku69d3-9TaCSgc9zGb2D8X50EMQ)
- Olarte, W., Botero, M., & Cañon, B. (2010). *Importancia del mantenimiento industrial dentro de los procesos de producción*. Scientia et Technica Año XVI.
- Orihuela, D. (2013). *Teoría de la dinámica de las economía del mercado*. Madrir: Plaza y Vales Editores .
- Otsen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a Estudio*. Obtenido de SCIELO: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

- Porter, M. (1985). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Editorial Diana.
- Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Pozo, M. (2018). *Plan de negocio para la asociación de porcicultores Manantial de Chanduy de la provincia de Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4287/UPSE-TAA-2018-0008.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rebelo, S. (1991). *"Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth"*,. Obtenido de [file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-TeoriaDelCrecimientoEndogenoEconomiaPoliticaYEcono-4935005%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-TeoriaDelCrecimientoEndogenoEconomiaPoliticaYEcono-4935005%20(2).pdf)
- Reig, E., Goerlich, F., & Cantarino, I. (2016). *Delimitación de áreas rurales y urbanas a nivel local*. Fundación BBVA.
- Reinoso, N. G. (2017). *El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador*. Obtenido de Revista Scielo: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-235X2017000100105&lang=es](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2017000100105&lang=es)
- Renault, A. (2010). *Guía para formulación y gestión de planes de desarrollo rural sostenible*. Asunción: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Roberto, C., Caraglui, A., & Perucca, G. (2011). *Capital Territorial*. Milán .
- Rodríguez, R. (2018). *Preservación de docuemntos sonoros y auviovisuales de origen digital*. México: Universidad Nacional Autónoma de México .
- Romer, P. (1986). *"Increasing retums and long-nin growth"*. Obtenido de <file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-ElCrecimientoEndogeno-4276746.pdf>
- SINA. (2002). *Ministerio del Ambiente* . Colombia : Educación Nacional.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* . México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Tapia, J. (1989). *Tradición y costumbre*.
- Thompson. (1976). *Teoría económica del transporte*. Madrid, España: Alianza Universidad.
- Van, L., Lebon, N., & Durand, B. (2014). *La caja de herramientas en mercadotécnica*. Grupo Editorial Patria S.A. .
- Vargas, M. (2013). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara.
- Vázquez, A. (2007). *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2500824>

Villavicencio, W. (2018). *Proyecto de factibilidad para el aprovechamiento de la potencialidad turística en la Reserva de Bosque Nublado Alambi - provincia de Pichincha*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16365/1/T-UCE-0005-CEC-001-P.pdf>

Wiewell, S., & Hunter, A. (1985). *The interorganizational network as a resource*.

## VIII ANEXOS

### Anexo 1

Encuesta para el levantamiento de información



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

ENCUESTA DE REQUERIMIENTOS 2019

FORMULARIO No. 001



**OBJETIVO:** Recolectar información sobre la situación socioeconómica de la parroquia San Rafael

**INDICACIÓN:** Indicación: Escoja la respuesta que usted crea es más conveniente de acuerdo a las preguntas planteadas. La información obtenida en este cuestionario será manejada con fines académicos, agradecemos su tiempo.

#### Datos generales

SEXO	Masculino		Femenino	
------	-----------	--	----------	--

#### Edad

18 a 25 -----

26 a 35 -----

36 a 40 -----

41 en adelante -----

#### Instrucción

Primaria -----

Bachillerato -----

Grado -----

Posgrado -----

#### Nivel de ingresos

Menos de 394 -----

394 a 600 -----

601 a 800 -----

más de 800 -----

#### Lugar de residencia

Caldera -----

San Rafael -----

El Sixal -----

El Rosal -----

## 1. DESARROLLO ECONÓMICO

El desarrollo económico se basa en su capacidad para generar riqueza y progreso en el conjunto de la sociedad.

1.1.- Califique el nivel de importancia de los tipos de actividades agrícolas que existen en la parroquia.

ACTIVIDADES AGRICOLAS	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Cultivos permanentes					
Cultivos transitorios					
Pastos cultivados					
Pastos naturales					
Páramos					
Montes y bosques					

1.2.- Califique el nivel de importancia de los tipos de actividades ganaderas que existen en la parroquia

Productos pecuarios	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Ganado bovino					
Ganado porcino					
Ganado caprino					
Aves					
Peces					

1.3.- Califique el nivel de importancia de los tipos de industrias que existen en la parroquia.

TIPOS DE INDUSTRIAS	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Industria manufacturara					

Industria alimenticia					
Industria textil					
Industria automotriz					
Ninguna					

1.4.- Califque el nivel de importancia de los tipos de empresas prestadoras de servicios que existen en la parroquia.

EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIO	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Transporte de pasajeros					
Entidades financieras					
Servicios sociales					
Hoteles y restaurantes					
Mantenimiento y reparación de vehículos					

1.5.- Califque el nivel de importancia a los tipos de productos agrícolas existen en la parroquia.

TIPOS O PRODUCTOS	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Alverja (seca)					
Alverja (tierna)					
Cebada (grano seco)					
Fréjol (seco)					
Fréjol (tierno)					
Haba (tierna)					
Haba (seca)					
Maíz					

Aguacates					
Limón					
Durazno					
Papas					
Mandarinas					
Pimientos					
Pepinillo					
Tomate (riñón)					
Tomate (de árbol)					
Ajíes					
Guayaba					
Mangos					
Plátanos					
Caña de azúcar					

1.6.- Califique el nivel de importancia a los derivados de productos agropecuarios existen en la parroquia.

Productos pecuarios	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Leche					
Huevos					
Carnes					
Queso					
Aves					
Peces					

1.7 Califíquese el nivel de importancia a los tipos de afecciones de la demanda nacional.

Tipos que afectan la demanda nacional	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Precio					
Bienes sustitutos					
Tecnología					
Expectativas empresariales					

1.8 Califíquese el nivel de importancia a los niveles de relación que afectan la demanda internacional.

Nivel de relación que afectan la demanda internacional	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Precio					
Bienes sustitutos					
Tecnología					
Expectativas empresariales					
Preferencia					
competencia					

Califíquese el nivel de importancia a los tipos de industrialización existe en la parroquia.

Tipos de industrialización existe en la parroquia	NIVEL DE Industrialización de la parroquia				
	1	2	3	4	5
Industrial					
Semi industrial					
Ninguna					

Califique el nivel de importancia a los tipos de intermediarios que actúan en la parroquia.

Que tipos de intermediario que existen en la parroquia	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Mayoristas					
Minoristas					

Califique el nivel de importancia a los tipos de empresas que existen en la parroquia.

Tipos de empresas	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Compañía de nombre colectivo					
Compañía en comandita simple y dividida por acciones					
Compañía de responsabilidad limitada					
Sociedad anónima					
Compañía de economía mixta					
Pública					
Privada					
Empresas familiares					
PYMES					

Califique el nivel de importancia a la estructura financiera que tienen las entidades financieras que existen en la parroquia.

	NIVEL DE IMPORTANCIA

2.1 Estructura financiera económica de la empresa	1	2	3	4	5
% Inversión					
% nivel de endeudamiento					
% de ventas					
% utilidad neta					

Califique el nivel de importancia a los tipos de emprendimientos que existe en la parroquia.

EMPREDIMIENTOS EN LA PARROQUIA	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Emprendimiento social					
Emprendimiento especialista					
Emprendimiento multifuncional					
Emprendimiento por accidente					
Emprendimiento oportunista					
Emprendimiento por necesidad					
Emprendimiento por innovación					

¿Existe en la parroquia caja de ahorros? En caso de que exista califique el nivel de importancia.

Existe cajas de ahorro	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Si					
No					

¿Existe en la parroquia instituciones sin ánimo de lucro? En caso de que exista califique el nivel de importancia.

Instituciones sin ánimo de lucro	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Si					
No					

¿Existe en la parroquia caja de ahorros? En caso de que exista califique el nivel de importancia.

Instituciones sin ánimo de lucro	NIVE DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Si					
No					

### Bienestar y cohesión social

Bienestar y cohesión social es el grado de consenso de los miembros de un grupo social o la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común.

Califique el nivel de importancia a los subcentros de salud que existen en la parroquia.

Subcentros de salud	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Subcentro de Caldera					
Subcentro de San Rafael					

Califique el nivel de importancia a los tipos de patrimonios intangibles que existe en la parroquia.

Patrimonios intangibles	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Saberes ancestrales					
Celebraciones					
Formas de expresión					
Carnavales					
Costumbres y tradiciones					

Califique el nivel de importancia a los tipos de patrimonios tangibles que existe en la parroquia.

Patrimonios tangibles	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Obras de ingeniería					
Centros industriales					
Zonas típicas					

Monumentos					
Patrimonios Históricos					
Patrimonios Arqueológicos					
Patrimonios naturales					
Patrimonios artísticos					

Califique el nivel de importancia a los tipos de tradiciones que existe en la parroquia.

Tipos de tradiciones	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Memoria sobre la época de las haciendas					
Recordatorio de la constitución de la Parroquia					
Música bomba					
Memoria sobre la lucha por la tierra					

Califique el nivel de importancia a los tipos de fiestas tradicionales que existe en la parroquia.

Fiestas tradicionales	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Navidad y año nuevo					
Fiesta de la fundación de la parroquia					
Celebración de los coangues					

Califique el nivel de importancia a los tipos fiestas religiosas que existe en la parroquia.

Fiestas religiosas	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Semana Santa					
Día de los difuntos					
Fiestas de San Francisco de Caldera					
Fiestas de la Virgen del Carmen					
Fiestas religiosas de la Virgen la Purita (San Rafael)					
Fiestas de religiosas El Sixal					

Califique el nivel de importancia a los tipos de costumbres que existe en la parroquia.

Costumbres	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Palo encebado					
Minga					
Comparsas					
Albazos					

Califique el nivel de importancia a los tipos de comidas típicas que existe en la parroquia.

Comida típica	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Cuy asado					
Frejol					
Champús					

Colada morada					
Chicha					
Dulce de guayaba					
Picadillo					
Mano de mono					
Puchero de col					
Caldo de gallina					
Yuca con miel					
Queso con camote					

Califique el nivel de importancia a los tipos de técnicas artesanales que existe en la parroquia.

Técnicas artesanales	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Arado con mula o caballo					
Instrumentos musicales con cabuya					
Cocinas de leña					
Pondos					
Molino de agua					

Califique el nivel de importancia a los tipos de costumbres que existe en la parroquia.

Herramientas utilizadas	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Palas					
Palancón					
Rastrillo					

Machete					
Tractor					
Segadora					
Molino					

Califique el nivel de importancia a los tipos de vestimentas tradicionales que existe en la parroquia.

Vestimentas tradicionales	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Falda					
Pañuelo					
Faldas flixadas					
Enagua					
Blusa pomposa					
Faldas rectas					

Califique el nivel de importancia a los tipos de etnias que existe en la parroquia.

Etnias	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Blanca					
Indígena					
Mestiza					
Mulata					
Montubia					
Negro-afroecuatoriano					

Califique el nivel de importancia a los tipos de los medios de comunicación que existe en la parroquia.

Medios de comunicación	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Radio					
Periódico					
Prensa					
Televisión					
Internet					

Califique el nivel de importancia a los tipos de eventos recreacionales que existe en la parroquia.

Evento recreacional	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Fútbol					
Ecuavolley					
Rayuela					
Canicas					
Palo encebado					
Pelea de gallos					

## CAPITAL TERRITORIAL

Califique el nivel de importancia al tiempo que se demora en llegar a la parroquia.

Tiempo promedio	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
10-20 minutos					
21 – 30 minutos					
31 – 40 minutos					
De 41 en adelante					

Califique el nivel de importancia a los tipos de lugares turísticos que existe en la parroquia.

Lugares turísticos	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Turismo ecológico					
Turismo excursionista					
Agroturismo					
Turismo de aventura					
Turismo deportivo					
Turismo de montaña					

Califique el nivel de importancia a los tipos de destinos de producción agrícola a los que llegan los productos de la parroquia.

Destinos de producción	NIVEL DE ACEPTACION				
	1	2	3	4	5
Bolívar					
Tulcán					

Ibarra					
Quito					
Ambato					
Otavalo					

3.4 Califique el nivel de importancia a los tipos de destinos de producción agropecuaria a los que llegan los productos de la parroquia.

Destinos de producción	NIVEL DE ACEPTACION				
	1	2	3	4	5
Bolívar					
Tulcán					
Ibarra					
Quito					
Ambato					
Otavalo					

3.5 Califique el nivel de importancia a los tipos de flora que existen en la parroquia.

Tipos de Flora	NIVEL DE IMPORTANCIA				
	1	2	3	4	5
Flora nativa					
Flora agrícola y de jardín					
Flora arvense o de la maleza					

3.6 Califique el nivel de importancia a los tipos de fauna que existen en la parroquia.

Tipos de fauna	NIVEL DE IMPORTANCIA

	1	2	3	4	5
<b>Fauna silvestre</b>					
<b>Fauna domestica</b>					
<b>Fauna marina</b>					
<b>Fauna terrestre</b>					

## Anexo 2

Fichas bibliográficas que fueron utilizadas para el levantamiento de información de fuentes secundarias.

		<b>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI</b>			
<b>FICHA BIBLIOGRAFICA</b>				<b>Ficha Nro. 001</b>	
<b>Autor:</b> GAD San Rafael		<b>Ciudad, País:</b> Quito - Ecuador			
<b>Tema:</b> Áreas cultivadas y áreas sin cultivar		<b>Página:</b>			
<b>Año:</b> 2015		<b>Editorial:</b> Grupo ACMA			
<b>Fecha de revisión:</b> 24 de noviembre del 2020					
<b>Resumen del contenido:</b> El 36,44% del territorio es utilizado para la producción de cultivos y pastos, el 21,04% de la parroquia se encuentra cubierta por vegetación arbustiva que puede ser utilizada para actividades agrícolas y pecuarias.					

		<b>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI</b>			
<b>FICHA BIBLIOGRAFICA</b>				<b>Ficha Nro. 002</b>	
<b>Autor:</b> GAD San Rafael		<b>Ciudad, País:</b> Quito - Ecuador			
<b>Tema:</b> Número de calles		<b>Página:</b>			
<b>Año:</b> 2015		<b>Editorial:</b> Grupo ACMA			
<b>Fecha de revisión:</b> 24 de noviembre del 2020					
<b>Resumen del contenido:</b>					



FICHA BIBLIOGRAFICA

Ficha Nro. 003

Autor: GAD San Rafael

Ciudad, País: Quito - Ecuador

Tema: Características del medio ambiente

Página:

Año: 2015

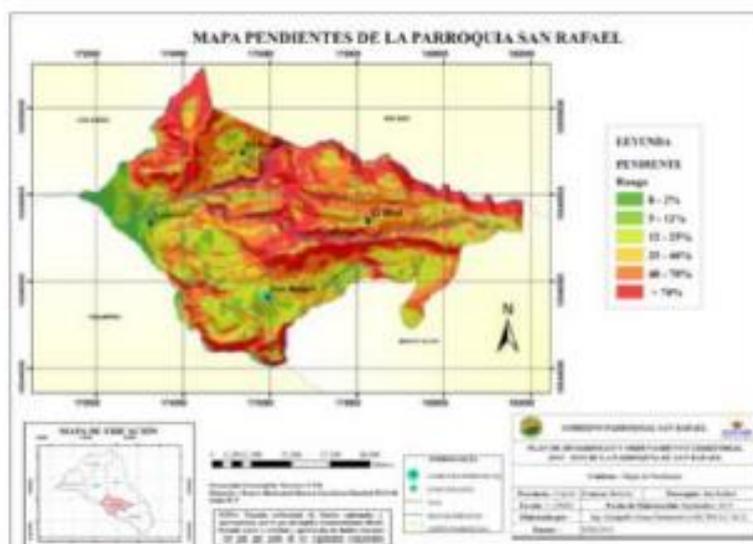
Editorial: Grupo ACMA

Fecha de revisión: 24 de noviembre del 2020

Resumen del contenido:

San Rafael está conformada por aquellos elementos antes mencionados que caracterizan al medio ambiente que existe en la localidad. El Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Rafael (PDOT) muestra datos del relieve, geología, suelos y factores climáticos

a) Relieve



En este mapa se observa el relieve de la parroquia que está conformado por pendientes donde el 28,42% del territorio posee pendientes fuertes de 40% a 70%, seguido de un

25,68% se categoriza como pendientes muy fuertes del 70% y solo el 29,65% del territorio posee pendientes del 30% aptas para el cultivo y la construcción.

**b) Geología**



La parroquia de San Rafael posee una geología que está compuesta por Depósitos piroclásticos que está representada por el 63,40% de su territorio seguido de Sedimentos Vulcano Lacustres con el 19,54% y solo un 0,01% corresponde a material volcánico.

**c) Tipos de suelos**



La parroquia de San Rafael cuenta con diferentes tipos de suelos, donde S/D representa la mayor parte del territorio con un 54,37%, seguido de Inceptisoles con un 27,29% que comprende a cangaguas de 20 a 40 cm de profundidad con costra de carbono, suelo negro y limoso con arena fina, seguido de Molisoles con un 16,91% que comprende a un suelo

arcilloso, arenoso negro profundo con una profundidad de un metro y por último el Entisoles con un 1,46% presente en los suelos de la parroquia.

#### d) Usos del suelo



En la parroquia de San Rafael se hace uso del suelo para diferentes actividades como se observa en el mapa el uso más representativo con un 36,44% corresponde a los cultivos de distintos tipos y pastos (ciclos cortos, mosaicos y permanentes), incluyendo en áreas de pendientes fuertes obligando a los agricultores a realizar mayor esfuerzo a la hora de obtener el producto, además de presentar problemas de accesibilidad, seguido la vegetación arbustiva con un 21,04% del territorio, el área erosionada representa el 7,64% y por ultimo con porcentajes inferiores al 5% que corresponde a bosques naturales, pasto natural y cultivado y cuerpo de agua.

#### e) Factores climáticos



Para medir los factores climáticos se tiene como consideración las precipitaciones y temperatura que se presenta en la parroquia San Rafael. En el mapa de Isoyetas se observa que San Rafael presenta precipitaciones que oscilan entre los 0 – 500mm y 500 – 750mm donde las menores precipitaciones se presentan en el noroeste del territorio (5.04%), el 94,95% del territorio presenta precipitaciones entre 500 – 750mm debido a las condiciones de posición en las estribaciones orientales y occidentales de la cordillera, de los valles interandinos y las características de relieve que hacen la distribución de las precipitaciones.



La variación de temperatura en la parroquia San Rafael ocurre como consecuencia de las diferencias de altitud sobre el nivel del mar. De esta manera como se observa en el mapa el área que está coloreada de rojo intenso tiene una temperatura que oscila entre 16 a 18 °C la cual abarca el 51,45% del territorio, seguida está el área coloreada de rosado con una temperatura que oscila entre 14 a 16 °C que abarca el 37,48% del territorio y por último una pequeña parte coloreada de rosado claro tiene una temperatura entre 12 a 14 °C que abarca el 11,06% del territorio.



FICHA BIBLIOGRAFICA

Ficha Nro. 004

Autor: GAD San Rafael  
Tema: Disponibilidad de conectividad  
Año: 2015

Ciudad, País: Quito - Ecuador  
Página:  
Editorial: Grupo ACMA

Fecha de revisión: 24 de noviembre del 2020

Resumen del contenido:

La Cabecera parroquial presenta una articulación directa inter parroquial a través de una vía que esta empedrada pero no tiene un mantenimiento constante, convirtiéndose en un vía principal para la parroquia y al mismo tiempo en una fortaleza para el desarrollo e interconexión GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL SAN RAFAEL 166 Actualización Del Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia San Rafael parroquial y cantonal también la parroquia tiene articulación con la Panamericana, en donde hay secciones que se encuentran asfaltada. Esto supone grandes beneficios a la localidad por encontrarse en un punto cercano a la Panamericana y a cabeceras cantonales entre el flujo productivo. Sin embargo, el acceso vial a las comunidades varía notablemente ya que estas se ubican en vías tanto empedradas como de tierra que no están en buen estado, generando descontento en la población, además las vías no cuentan con señalización ni alumbrado público, son de fácil acceso en épocas secas.

Cuadro 35: Redes Viales

Orden de la Vía	Clase IGM	Rodadura	Estado	Iluminación	Señalización	Extensión (km)
Primer Orden	Pavimento	Asfaltada	Bueno			7,055
	Suelo	Ladrada / Empedrada	Malo	No Existe	No Existe	20,71
Tercer Orden	Suelo/ No Pavimentado	Tierra				5,85

Fuente: IGM 2013



Figura 35: Mapa de Redes viales y de transporte



FICHA BIBLIOGRÁFICA

Ficha Nro. 005

Autor: GAD San Rafael

Tema: Redes de agua natural

Año: 2015

Ciudad, País: Quito - Ecuador

Página:

Editorial: Grupo ACMA

Fecha de revisión: 24 de noviembre del 2020

**Resumen del contenido:**

Esta parroquia está situada en la cuenca del río Chota, siendo los ríos de más importancia por extensión la quebrada Changona, la quebrada Sixal y la quebrada Andrade.

*Cuadro 10: Ríos presentes en la Parroquia*

NOMBRE	LONGITUD
	Km
Río Rumichaca o Apaquí	2,185106
Río Escudillas	1,342247
Río Chota	4,084008
La quebrada Changona	8,607318
Quebrada Sixal	7,605068
Quebrada Andrade	2,719755

Fuente: IGM 2013, GAD Parroquial San Rafael, 2015.

San Rafael posee una micro cuenca que se conforma de la quebrada Changona considerada como la de mayor longitud de la parroquia que nace, de la quebrada Sixal y la quebrada Andrade uniéndose con el río Apaquí y desembocando en el río Chota. Al sur de la parroquia el río Escudillas nace del río el Carmen y San Miguel que se unen con el río Apaquí afluente del río Chota.



### Anexo 3

**Tabla 18**

*Estratificación de la población*

Comunidades	%	N° de encuestas
Caldera	40%	96
San Rafael	35%	84
El Rosal	15%	36
El Sixal	10%	24
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>240</b>

*Nota:* Estratificación de la población de la parroquia San Rafael

### Anexo 4

**Tabla 19**

*Estratificación de la población de emprendedores*

Comunidad	%	N° de encuestas
Caldera	40%	12
San Rafael	35%	10
El Rosal	15%	5
El Sixal	10%	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

*Nota:* Estratificación de la población de emprendedores de la parroquia San Rafael

### Anexo 5

**Tabla 20**

*Estratificación de la población de agricultores*

Comunidad	%	N° de encuestas
Caldera	40%	20
San Rafael	35%	18
El Rosal	15%	7
El Sixal	10%	5
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>

*Nota:* Estratificación de la población agricultores de la parroquia San Rafael

## Anexo 6

**Tabla 21**

*Estratificación de la población general*

<b>Comunidad</b>	<b>%</b>	<b>N° de encuestas</b>
Caldera	40%	64
San Rafael	35%	56
El Rosal	15%	24
El Sixal	10%	16
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>160</b>

*Nota:* Estratificación de la población general de la parroquia San Rafael

## Anexo 7 Acta de sustentación de predefensa



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

### ACTA

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

**NOMBRE:** PUIPALES CAÑAMAR EDWIN MEDARDO  
**NIVEL/PARALELO:** TITULACIÓN

**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 100394824-5  
**PERIODO ACADÉMICO:** abril-mayo 2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** "Estrategia para la promoción de la economía del territorio, de la parroquia San Rafael, cantón Bolívar, provincia del Carchi"

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

**PRESIDENTE:** MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD  
**LECTOR:** MSC. PEREZ QUIROZ ROBERTH PATRICIO  
**ASESOR:** MSC. VIVEROS ALMEIDA LUIS HOMERO

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:** viernes, 28 de mayo del 2021  
**HORA:** 0,520833333

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6,55  
2) Trabajo escrito 3,00  
**Nota final de PRE DEFENSA 9,55**

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 28 de mayo del 2021



Firmado electrónicamente por:  
1709123788 FREDDY  
RICHARD QUINDE  
SARI

MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

**PRESIDENTE**

Firmado digitalmente por:  
LUIS HOMERO  
VIVEROS ALMEIDA  
ALMEIDA  
Fecha: 2021.06.04  
10:33:50 -05'00'

MSC. VIVEROS ALMEIDA LUIS HOMERO

**TUTOR**

Firmado digitalmente por:  
ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ  
Fecha y hora: 09.06.2021 16:20:08

MSC. PEREZ QUIROZ ROBERTH PATRICIO

**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones







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

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

**Autor:** Edwin Medardo Pupiales Cañamar y Damian Alexander Criban Espinoza

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

**Fecha de entrega del informe:** 14 de junio 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



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN