

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 El Carmelo del cantón Tulcán – provincia del Carchi”

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

AUTORAS: Andrea Gabriela Caicedo Montenegro

Paola Yesenia Mites Suarez

TUTORA: Msc. Sonia Marilú Malquín Vera

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las estudiantes Andrea Gabriela Caicedo Montenegro con el número de cédula 1725524720 y Paola Yesenia Mites Suarez con el número de cédula 0401684709 han elaborado el trabajo de titulación: “Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Carmelo del cantón Tulcán – 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 por la calificación respectiva.

SONIA
MARILU
MALQUIN
VERA



Firmado digitalmente por
SONIA MARILU
MALQUIN VERA
Fecha: 2021.05.31
12:47:22 -05'00'

Msc. Malquín Vera Sonia Marilú
TUTOR



Firmado electrónicamente por:
**EDWIN MARCELO
CAHUASQUI
CEVALLOS**

Msc. Cahuasqui Cevallos Edwin Marcelo
LECTOR

Tulcán, Julio 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

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

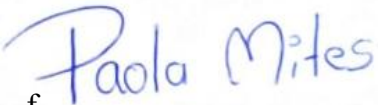
Yo, Andrea Gabriela Caicedo Montenegro con cédula de Identidad número 1725524720 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Yo, Paola Yesenia Mites Suarez con cédula de identidad número 0401684709 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de absoluta responsabilidad.



f.

Andrea Gabriela Caicedo Montenegro



f.

Paola Yesenia Mites Suarez

Tulcán, Julio 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

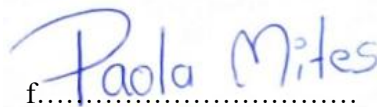
Yo, Andrea Gabriela Caicedo Montenegro, declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Carmelo del cantón Tulcán – provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Yo, Paola Yesenia Mites Suarez, declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Carmelo del cantón Tulcán – provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.

Andrea Gabriela Caicedo Montenegro



f.

Paola Yesenia Mites Suarez

Tulcán, Julio 2021

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a mi Dios quien siempre ha guiado mi camino, asido aquel que me ha permitido cumplir uno de mis grandes sueños, el estudiar y obtener una profesión que me permita no solamente ayudar a mi familia, si no ser una mujer que aporte con mis conocimientos adquiridos a la sociedad, nunca perderé la fe de cumplir mi grande meta.

Agradezco infinitivamente a mis padres Marcelo Caicedo y Gloria Montenegro, por siempre ser mi soporte para seguir adelante, por su apoyo incondicional en los malos y buenos momentos, por ese compromiso y amor indescriptible que me dan a pesar de la distancia que nos separa, siempre estuvieron apoyándome económicamente y moralmente, donde ustedes han sido lo más importante y por lo que luche, ahora ya estoy a un solo paso para graduarme de la Universidad dándome esa fuera diariamente para cumplir con esa meta.

Agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por abrirme las puertas y permitirme prepararme como una profesional todos estos años, a mi tutora Sonia Malquín por aportarme con sus conocimientos que han sido indispensables para este proceso de estructuración del informe de investigación.

Andrea Gabriela Caicedo Montenegro

AGRADECIMIENTO

Todo esfuerzo merece reconocimiento, principalmente agradezco a mi Dios por darme la vida y permitirme alcanzar mis metas, a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por brindarme la oportunidad de estudiar la carrera de Administración de Empresas y Marketing, es lo que anhele como objetivo profesional y obtener los conocimientos académicos necesarios para entrar en el campo laboral con el propósito de ayudar a mi familia como también personalmente que la vida me da hoy en día y a futuro.

Doy gracias a mis padres Ramiro Mites y Rosa Suarez por apoyarme en lo económico y moralmente en cada día en mis estudios, en la caídas y éxitos de mi carrera profesional, no tengo palabras para expresarme y decirle lo mucho que los amo, por ese amor incondicional y perseverante es el motivo que estoy a punto de cumplir el sueño de poseer un título universitario.

A la magister Sonia Malquín por ser mi tutora y brindarme sus conocimientos académicos para desarrollar el informe de la investigación de la manera adecuada y como pide las normas de titulación en la universidad. Por último, agradezco a las personas que estuvieron ahí para darme ánimos y apoyo incondicional en las facetas de mi estudio en la Universidad.

Paola Yesenia Mites Suarez

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro a Dios, por darme la fuerza para continuar cuando quise rendirme y no luchar más; se lo dedico a mis padres Marcelo Caicedo y Gloria Montenegro porque siempre han sido mi soporte incondicional, mi refugio cuando las cosas no salen bien y creía no tener una solución para los problemas que se han presentado.

A mis hermanos Bryan Caicedo y mi hermana Paola Caicedo que son lo más importantes para mí, donde siempre han estado pendientes de cada paso que he dado en mi educación universitaria.

Finalmente, a mis amigas que me han incentivado y me han ayudado moralmente para cumplir mis sueños, me enseñaron a no tener miedo ni inseguridades, agradezco a la vida por haber permitido ir culminando cada uno de los peldaños y que mis familias se alegren de cada uno de mis logros alcanzados en el que me ayudaron a seguir luchando hasta el final.

Andrea Gabriela Caicedo Montenegro.

DEDICATORIA

Dedico esta meta especialmente a mi Dios por estar siempre presente en mi camino dándome la fuerza, la esperanza para no decaer y batallar en mis estudios, por ser lo que soy hoy en día una mujer con propósitos profesionales, de vivir la experiencia de lo duro y esforzaste que es conseguir un título universitario, de ser paciente, tolerante, responsable, durante los días que estuve en la carrera aprendiendo nuevos conocimientos académicos.

Con todo el amor dedico a mis Padres Ramiro Mites y Rosa Alexandra, a mis hermanos Andrés y Cristian Mites por el apoyo incondicional para terminar con éxito mis estudios, a pesar de las derrotas que he tenido siempre me han brindado una mano para salir y encaminar para cumplir mi objetivo de obtener mi profesión en Administración de empresas y Marketing.

A mis amigas y a las personas que estuvieron a mi lado motivándome a seguir cumpliendo mis sueños, brindándome el apoyo moral y académico dentro de mis estudios, porque cada día han luchado junto conmigo a conseguir un título profesional y me han dado su amistad incondicional.

Paola Yesenia Mites Suarez

ÍNDICE

I. PROBLEMA.....	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	20
1.4 OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	21
1.4.1. Objetivo General	21
1.4.2. Objetivos Específicos:	21
1.4.3 Preguntas de Investigación	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	22
2.2. MARCO TEÓRICO	24
2.2.1. Promoción económica	24
2.2.2. Desarrollo Económico	24
2.2.2.1. Composición económica	25
2.2.2.2. Dinámica del mercado.....	27
2.2.2.3. Cadena productiva.....	27
2.2.3. Bienestar Cohesión Social	28
2.2.3.1 Teoría clásica en entorno a la cohesión social	28
2.2.3.2. Educación.....	29
2.2.3.3. Cultura.....	30
2.2.4. Capital Territorial	30
2.2.4.1. Ubicación geográfica.....	31
2.2.4.2 Posicionamiento territorial	32
2.2.4.3 Turismo	32
2.2.4.4. Riqueza de los recursos naturales.....	33
2.2.4.5. Infraestructura	34
2.2.4.6. Marketing Territorial.....	34
II. METODOLOGÍA.....	38
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	38
3.1.1 Enfoque	38
3.1.1.1 Enfoque mixto	38
3.1.2. Tipos de Investigación	38
3.1.2.1. Investigación de campo.....	38

3.1.2.2. Investigación descriptiva.....	39
3.1.2.3. Investigación bibliográfica.....	39
3.2. IDEA A DEFENDER.....	39
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	40
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	41
3.4.1. Método Deductivo	41
3.4.2. Análisis Estadístico	41
3.4.2.1. Población.....	42
3.4.2.2. Muestra.....	43
3.4.3. Técnicas e instrumentos de investigación	44
3.4.3.1. Entrevista semi estructurada – focus Group.....	44
3.4.3.2. Encuesta – cuestionario.....	45
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
4.1. RESULTADOS	46
4.1.1. Breve descripción de la parroquia El Carmelo	46
4.1.2. Desarrollo Económico	48
4.1.2.1. Composición económica que se destaca en la parroquia.	48
4.1.2.2. Dinámica del mercado (oferta y de demanda) de la parroquia El Carmelo	49
4.1.2.3. La cadena productiva de El Carmelo	53
4.1.3. Bienestar cohesión Social	59
4.1.3.1. La educación como base del Bienestar cohesión social.....	59
4.1.3.2. El entorno cultural de El Carmelo.....	62
4.1.4. Capital territorial	65
4.1.4.1. Posicionamiento del territorio	65
4.1.4.2. Recursos naturales como aporte al capital territorial	69
4.1.4.3. Conectividad Vial.....	71
4.2. DISCUSIÓN.....	74
4.2.1 Introducción	74
4.2.2. La estructura del desarrollo económico incide en el capital territorial.	75
4.2.2.1. Ficha técnica de proyecto para el diseño de la estrategia del desarrollo económico	76
4.2.3. Proceso del capital territorial a través de un modelo de bienestar cohesión social.	78
4.2.3.1. ficha técnica de proyecto para la elaboración de la estrategia de bienestar cohesión social.	79

4.2.4. Aspectos relevantes de la cohesión bienestar social vinculando al desarrollo económico y capital territorial de la parroquia El Carmelo.....	81
4.2.4.1 ficha técnica de proyecto para el diseño de la estrategia del capital territorial	84
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
5.1. CONCLUSIONES.....	86
5.2. RECOMENDACIONES	87
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	88
VII. ANEXOS.....	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	40
Tabla 2 Validación de los datos según el alfa de cronbach.....	43
Tabla 3 Descripción geográfica de la parroquia el carmelo.....	46
Tabla 4 Composición económica, según las actividades que se destacan en la parroquia.....	48
Tabla 5 Oferta de los productos locales	49
Tabla 6 Servicio de los negocios locales del el carmelo.....	50
Tabla 7 Demanda de la leche y los ingresos que se genera al mes.....	51
Tabla 8 Demanda de los productos agrícolas relacionado con los ingresos al mes.....	52
Tabla 9 Producto leche, según el precio determinado por la producción de leche.....	53
Tabla 10 Costos y gastos para la producción de leche.....	54
Tabla 11 Meses donde se cosechan los productos agrícolas.....	55
Tabla 12 Cantidad de quintales de los productos agrícolas cosechadas al mes.....	56
Tabla 13 Costos y gastos para la producción de los productos agrícolas.....	57
Tabla 14 Aspectos importantes de los negocios mediante la atención al cliente, infraestructura y puntos estratégicos.....	58
Tabla 15 Disminución de la tasa de analfabetismo de niños a adolescentes y del adulto mayor.....	59
Tabla 16 Nivel de educación que cuenta la parroquia el carmelo.....	60
Tabla 17 La adecuada infraestructura y el buen sistema educativo de los establecimientos educativos de la parroquia.....	61

Tabla 18 Patrimonios tangible de la parroquia.....	62
Tabla 19 Manifestaciones culturales de la parroquia el carmelo.	63
Tabla 20 Tradiciones y costumbres de la parroquia el carmelo.....	64
Tabla 21 Imagen territorial, según la aceptación de los visitantes extranjeros y nacionales en la parroquia el carmelo.....	65
Tabla 22 Imagen territorial según los puntos visitados por las personas nacionales y extranjeras.	66
Tabla 23 Escenario turístico posible.	67
Tabla 24 Lugares turísticos aceptados por los turistas.....	68
Tabla 25 Biodiversidad que cuenta la parroquia el carmelo.	69
Tabla 26 Factor medio ambiental.....	70
Tabla 27 El sistema de transporte que se utiliza en la localidad.	71
Tabla 28 Servicios básicos que utiliza la parroquia el carmelo.	72
Tabla 29 Accesibilidad de los servicios de telecomunicaciones.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Las 5 etapas del desarrollo económico.	25
Figura 2 División del posicionamiento territorial.	32
Figura 3 Mapa geográfico de la parroquia el carmelo.....	46
Figura 4 Composición económica, según las actividades que se destacan en la parroquia.	48
Figura 5 Oferta de los productos locales.....	49
Figura 6 Servicio de los negocios locales del el carmelo.....	50
Figura 7 Demanda de la leche y los ingresos que se genera al mes.....	51
Figura 8 Demanda de los productos agrícolas relacionado con los ingresos al mes.....	52
Figura 9 Producto leche, según el precio determinado por la producción de leche.....	53
Figura 10 Costos y gastos para la producción de leche.	54
Figura 11 Meses donde se cosechan los productos agrícolas.	55
Figura 12 Cantidad de quintales de los productos agrícolas cosechadas al mes.....	56
Figura 13 Costos y gastos para la producción de los productos agrícolas.....	57

Figura 14 Aspectos importantes de los negocios mediante la atención al cliente, infraestructura y puntos estratégicos.....	58
Figura 15 Disminución de la tasa de analfabetismo de niños a adolescentes y del adulto mayor.	59
Figura 16 Nivel de educación que cuenta la parroquia el carmelo.	60
Figura 17 La adecuada infraestructura y el buen sistema educativo de los establecimientos educativos de la parroquia.....	61
Figura 18 Patrimonios tangibles más importantes en la parroquia.	62
Figura 19 Manifestaciones culturales de la parroquia el carmelo.....	63
Figura 20 Tradiciones y costumbres de la parroquia el carmelo.	64
Figura 21 Imagen territorial, según la aceptación de los visitantes extranjeros y nacionales en la parroquia el carmelo.	65
Figura 22 Imagen territorial según los puntos visitados por las personas nacionales y extranjeras.	66
Figura 23 Escenario turístico posible.....	67
Figura 24 Lugares turísticos aceptados por los turistas.	68
Figura 25 Biodiversidad que cuenta la parroquia el carmelo.....	69
Figura 26 Factor medio ambiental.	70
Figura 27 El sistema de transporte que se utiliza en la localidad.....	71
Figura 28 Servicios básicos que utiliza la parroquia el carmelo.....	72
Figura 29 Accesibilidad de los servicios de telecomunicaciones	73
Figura 30 Aspectos relevantes de la cohesión social.	81
figura 31 Diseño de la encuesta en la herramienta Google Drive.	112
Figura 32 Resultados obtenidos de las 48 encuestas ejecutadas a los pobladores de la parroquia en Google Drive.....	112
Figura 33 Vista de la base datos de las 48 encuestas recolectadas.	113
Figura 34 Vista de variables de la base de datos de las 48 encuestas recolectadas.	113
Figura 35 El diseño de la tabla de frecuencia y la gráfica para el análisis de los resultados.	114
Figura 36 Diseño de la tabla cruzada py la gráfica para el análisis de los resultados....	114
Figura 37 Primera evidencia para la recolección de información relevante de la parroquia el carmelo.....	115
Figura 38 Segunda evidencia para la recolección de la información relevante de la parroquia el carmelo.	115

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Certificado o acta del perfil de investigación.....	91
Anexo 2 Certificado del abstract por parte de idiomas.....	92
Anexo 3 Entrevista del desarrollo económico realizada a los líderes de opinión de la parroquia el carmelo – cantón tulcán.	95
Anexo 4 Entrevista del bienestar cohesión social realizada a los líderes de opinión de la parroquia el carmelo - cantón tulcán.....	97
Anexo 5 Entrevista del capital territorial realizada a los líderes de opinión de la parroquia el carmelo – cantón tulcán.	99
Anexo 6 Encuesta del desarrollo económico elaborada a los pobladores de la parroquia el carmelo – cantón tulcán.	101
Anexo 7 Encuesta del desarrollo económico según la actividad agrícola y ganadera elaborada a los pobladores de la parroquia el carmelo – cantón tulcán.....	103
Anexo 8 Encuesta de bienestar cohesión social elaborada a los pobladores de la parroquia el carmelo – cantón tulcán.	107
Anexo 9 Encuesta del capital territorial elaborada a los pobladores de la parroquia el carmelo – cantón tulcán	109
Anexo 10 Herramienta Google Drive para el diseño y recolección de información de la encuesta a los pobladores de la parroquia el carmelo.....	112
Anexo 11 Base de datos de datos de las 48 encuesta elaboradas a los pobladores de la parroquia el carmelo en el spss.	112
Anexo 12 Aplicación excel para el diseño de tablas y figuras de la base de datos de las 48 encuestas realizadas a los pobladores de la parroquia el carmelo para el análisis de los resultados.	114
Anexo 13 Evidencia de fotografías de la recolección de información de la parroquia el carmelo.....	115

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito analizar al territorio utilizando un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo, con tipos de investigación descriptiva, de campo y bibliográfica, para el análisis de resultados se escogió a cierto grupo de pobladores entre ellos se encontraban agricultores y ganaderos que conocieran de la actividad agrícola y ganadera, se realizó una encuesta a 48 moradores debido a la pandemia de forma virtual por medio de la herramienta Drive, de igual forma se aplicó una entrevista al dirigente principal de la parroquia, por último se usó documentos secundarios como es PD y OT del año 2015 de la parroquia El Carmelo, las variables a investigar fueron el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial, tomando en cuenta aspectos económicos como las principales actividades ganaderas y agrícolas, los servicios locales, demanda y oferta de los diferente productos, las cadenas productivas, consecutivamente las características culturales de la parroquia como las festividades, manifestaciones, tradiciones, patrimonios, educación y por último la caracterización e posicionamiento del territorio, las riquezas de los recursos naturales, conectividad vial, infraestructura y el escenario posible del turismo que potencializará en la actualidad a la parroquia el Carmelo.

El objetivo de la presente investigación es realizar un diagnóstico a la situación actual que atraviesa la Parroquia el Carmelo, donde primeramente se utilizó la aplicación Google drive y se realizó la encuesta para la recolección de información, posteriormente esta información fue tratada estadísticamente por la herramienta informática denominada SPSS, permitió analiza e interpretar los datos obtenidos, concluyendo que en la parroquia la actividad principal es la agricultura, ganadería y la cultura , al integrar el diseño de la estrategia en este caso la matriz de marketing territorial y las 7P'S, se puede promocionar las características del territorio y aprovechar de mejor manera los recursos naturales, convirtiéndose en la nueva fuente de ingreso económico que ayudara a mejorar la calidad de vida y bienestar de los pobladores en la localidad. Diseñar una estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo a través de la indagación y estudio del entorno económico, social y territorial de la localidad con el fin de mejorar el desarrollo económico, el bienestar cohesión social de los pobladores y el capital territorial de El Carmelo.

Palabras claves: promoción de la economía de territorio, desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial.

ABSTRACT

The purpose of the present research was to analyze the territory using a mixed qualitative and quantitative approach with types of descriptive, field and bibliographic research. For the analysis of results, a certain group of locals was chosen among them were farmers and farmers who knew about the agricultural and livestock activity. A survey was conducted with 48 residents. Due to the pandemic it was applied in a virtual way through the Drive tool. In the same way, an interview was applied to the main leader of the parish. Finally, secondary documents were used such as PD and OT of the year 2015 of El Carmelo parish. The variables to be investigated were economic development, welfare, social cohesion and territorial capital, taking into account economic aspects such as the main livestock and agricultural activities, local services, demand and supply of different products, production chains. Consecutively, the cultural characteristics of the parish such as festivities, manifestations, traditions, heritage, education. Finally, the characterization and positioning of the territory, the wealth of natural resources, road connectivity, infrastructure and the possible scenario of tourism that will enhance today to El Carmelo parish.

The objective of this research is to make a diagnosis of the current situation that El Carmelo parish is going through. The Google drive application was first used and the survey was addressed to collect information. Later, this information was statistically treated by the computer tool called SPSS allowed to analyze and interpret the data obtained. It was concluded that in the parish the main activity is agriculture, livestock and culture. By integrating the design of the strategy, in this case the territorial marketing matrix and the 7P's, it can promote the characteristics of the territory and make better use of natural resources becoming the new source of economic income that will help improve the quality of life and well-being of the inhabitants in the locality. Design a strategy for the promotion of the economy of the territory of El Carmelo parish through the investigation and study of the economic, social and territorial environment of the locality in order to improve economic development, well-being, social cohesion of the inhabitants and the territorial capital of El Carmelo.

Keywords: promotion of the territorial economy, economic development, welfare, social cohesion and territorial capital.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal indagar y analizar el entorno económico, cohesión bienestar social y capital territorial de la parroquia El Carmelo, con el fin de diseñar una estrategia para que el territorio se promocioe económicamente y mejorar el desarrollo económico principalmente de la actividad ganadera y agrícola son las que se destacan dentro del trabajo de los pobladores, el capital territorial enfocado en la potencialización del turismo de la parroquia y el bienestar cohesión social basados en la manifestaciones, festividades y patrimonios culturales, con el propósito de promover a la parroquia hacia las diferentes zonas fuera de la misma, cambiar la estabilidad económica de la localidad y la calidad de vida de los pobladores, para el análisis de este estudio se obtuvo de encuestas y entrevista que se les realizó a los pobladores y el líder principal de la parroquia, de igual forma se investigó de fuentes bibliográficas, tesis, artículos para sustentar teóricamente los resultados y discusión.

El informe se encuentra estructurado de cinco capítulos: en el primer capítulo se determinó el problema como base importante para plantear el tema de la investigación, el desarrollo de los objetivos e preguntas de investigación, en el segundo capítulo se realizó la fundamentación teórica acerca del tema a tratar con el fin de conocer aspectos relevantes que inciden en la problemática de la indagación del tema, el tercer capítulo establece la metodología aplicada en el estudio mediante la aplicación del enfoque mixto, tipos de la investigación como es la descriptiva, de campo y bibliográfica, la idea a defender y la operacionalización de las variables, en el cuarto capítulo se encuentra los resultados y discusión de la información indagada, por último se detalla el quinto capítulo que son las conclusiones y recomendaciones, de igual forma se respaldan los anexos por medio de documentos, del formato de la encuesta e entrevista y las referencias bibliografías como fuente de la citas investigadas en la fundamentación teórica de la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La parroquia El Carmelo se encuentra ubicada en el cantón Tulcán – Provincia del Carchi, al límite con la zona fronteriza del país de Colombia, según la Secretaria Nacional de Planificación de Desarrollo del año 2020 señaló que la población es de 3.302 habitantes estructuradas en 805 familias, las principales actividades económicas que desarrollan la localidad es la agricultura y ganadería son las primeras labores que los pobladores elaboran para generar ingresos y sustentar en el hogar, la agricultura es el trabajo menos remunerado y deficiente que ha tenido la población especialmente los agricultores porque solo reciben \$10 a \$12 diarios que está bajo al sueldo básico unificado y en la actualidad ha disminuido la producción y cultivo de los diferentes productos principalmente de la papa debido al fluctuación de precios que es estable en los mercados mayorista que se encuentran en las zonas de la provincia del Carchi.

La ganadería es la actividad que está destacando en el sector económico, gracias al producto lácteo (leche) aun que los ganaderos no cuentan con una gran cantidad de ganado bovino, si les genera la producción de leche debido al aumento considerable del precio y su principal intermediario es la Organización los Rancheros del Norte y reciben los litros de leche diariamente, es por ello que se quiere abrir nuevas oportunidades guiado de una estrategia que permita reactivar el desarrollo económico.

El bienestar cohesión social de los pobladores se encuentra regular principalmente por la educación por la falta de optimizar el sistema educativo y no contar con adecuadas infraestructuras y equipo tecnológico de trabajo para los maestros, solo cuentan con escolaridad primaria y secundaria, para los moradores que se encuentran en la población económicamente activos no es suficiente con ese nivel de educación no plasma ingresos económicos para sustentar el hogar, es por ello que han optado por emigrar a otras ciudades buscando oportunidades de trabajo.

Pero la educación no es único factor que existe en la cohesión social también hace falta de un buen sistema de salud y de la utilización de otros recursos como es en el ámbito cultural por medio de las festividades, tradiciones, manifestaciones, gastronomía y artesanías que se han mantenido desde hace años y es la popularidad de la parroquia que tiene activa la economía, consecutivamente se han conservado los patrimonios culturales por las cuales en la actualidad pretende innovar la junta parroquial para que las personas extranjeras y moradores perciban la cultura dentro del territorio.

La parroquia posee una amplia extensión territorial y tiene un abastecimiento mega diverso de biodiversidad de flora y fauna que existe en la zona, como también de los lugares turísticos que ofrece la naturaleza misma, una de ella es la Cordillera de la Virgen Negra, las Cascadas de Cartagena, no han sido impulsados estos lugares por falta de conocimiento de las tendencias tecnológicas en la Junta Parroquial, además por falta de recursos económicos y escaso personal profesional en esta área, su limitada explotación en los recursos naturales ha generado que esta localidad siga teniendo nivel bajo en las líneas económicas, provocando tener la existente deficiencia, de igual forma lo que dificulta a este lugar es el aislamiento a la ciudad de Tulcán, la conectividad de redes inalámbricas y telecomunicaciones, la relación que tiene con el marketing territorial es de mostrar sus potencialidades de esta maneja se mejorara la calidad de vida de las personas que lo habitan. El proyecto actual el Sendero de Quitasol o conocido como el sitio de las figuras talladas en barro en la cual, que a pesar de la pandemia del Covid 19 es el que motiva a los turistas a visitar esos lugares, reactivando el sector turístico que antes no se potencializaba a pesar de que su carretera principal estaba en buenas condiciones, con servicios básicos, servicios de hostelería, restaurantes, tiendas, entre otros.

La pandemia también dificulto el desarrollo del proyecto especialmente la indagación e información de los datos de la encuesta planteada para los pobladores que habitan en los diferentes sectores que componen la parroquia, es por ello que se utilizó otros medios para obtener los resultados pertinentes a la investigación donde se utilizó la herramienta Google Drive para la encuesta y para la entrevista se realizó de forma virtual y presencial en la cual solo fue dirigida para el líder o presidente de la junta parroquial.

1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué estrategia permitirá promocionar la economía del territorio de la parroquia el Carmelo, que logre mejorar el desarrollo económico, el bienestar cohesión social y el capital territorial?

1.3.JUSTIFICACIÓN

Para llevar a cabo la investigación se analizó a la parroquia El Carmelo, se encuentra situada en el cantón Tulcán – provincia del Carchi al límite con la república de Colombia, se usó fuentes primarias mediante encuestas y entrevista, fuentes secundarias como son las bases teóricas de libros, tesis y artículos para fundamentar teóricamente el tema, la problemática, los resultados y discusión, la información se obtuvo de tres variables importantes que se recalcan dentro del territorio como es el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial.

La investigación ha desarrollar ayudará directamente a los pobladores de la parroquia EL Carmelo, logrando la mejora de la economía del territorio, la calidad de vida de los moradores, esta se convierta en una zona productiva, competitiva y social, gracias al diseño de estrategias que promocionará económicamente al territorio como opción es utilizar la herramienta el marketing territorial.

Los beneficiarios indirectos de la investigación son los estudiantes, aquellos que adquirir nuevos conocimientos basándose teóricamente de lo aprendido de las materias que se matizó en la Carrera de Administración de Empresas y Marketing, desarrollando habilidades y actitudes inculcadas en la colectividad educativa, con el propósito de graduarse y obtener una oportunidad en el campo laboral. La importancia de realizar la investigación es que la población de EL Carmelo ya no seguirá aislada y en la misma situación o en lo habitual que las personas vivían, como era buscar otras oportunidades de trabajo en otros lugares por la falta de la economía y de generar ingresos para el sustento del hogar, la falta de estrategias que promocionen a la localidad, y la calidad de vida de los adultos, niños y adolescentes.

1.4 OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Diseñar una estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo, permita la mejora de la cohesión bienestar social de los pobladores, el desarrollo económico y el capital territorial.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Analizar el desarrollo económico de la parroquia El Carmelo, enfocados en los siguientes aspectos: la composición económica, dinámica del mercado y cadenas productivas, por medio de fuentes primarias.
- Identificar los factores basados en la educación y cultura, a través de datos primarios y secundarios, para saber del entorno del bienestar cohesión social de la parroquia el Carmelo.
- Indagar al capital territorial mediante fuentes primarias como secundarias, para conocer del posicionamiento y caracterización del territorio, ubicación geográfica, riquezas de los recursos naturales y la infraestructura de la parroquia El Carmelo.
- Proponer una estrategia de marketing territorial que permita la promoción económica de la parroquia El Carmelo.

1.4.3 Preguntas de Investigación

¿Cómo se encuentra el desarrollo económico en la parroquia El Carmelo?

¿Qué factores se basan en el bienestar y cohesión de la parroquia El Carmelo?

¿Cómo se destaca el capital territorial en la parroquia El Carmelo?

¿Cómo proponer una estrategia para promocionar la economía del territorio de la parroquia El Carmelo?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para sustentar al informe de la investigación se estudió diferentes fuentes bibliográficas como tesis de grado, libros, artículos científicos y otras bases teóricas referentes al tema que ayudaran para analizar al desarrollo económico, el bienestar cohesión social y capital territorial de la zona, como también el diseño de la estrategia para promocionar económicamente a la parroquia El Carmelo.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia El Carmelo (PD y OT, 2015), a través de este documento se obtuvo información de los hechos y actividades que desempeñan los habitantes con normalidad, comprendiendo que líneas interconectan con la Sierra, Amazonia y la zona fronteriza de Colombia, saber sobre el nivel de educación, la tendencias políticas, la economía, la cultura y el territorio en sí, de igual forma las estrategias que han elaborado comúnmente para generar ingresos hacia la parroquia y a la familias de la localidad logrando una mejor calidad de vida de cada ciudadano. La parroquia nace el 15 de diciembre de 1920, en donde en ese entonces se lo denominaba el “Pun” porque vivía una comunidad indígena en la cual las hermanitas carmelitas realizaron un tratado con el Municipio de Tulcán, el mismo que posteriormente toma el nombre de El Carmelo, la parroquia se encuentra ubicada geográficamente en la afuera del Cantón Tulcán – Provincia del Carchi, zona fronteriza con la república de Colombia interconectada con la línea que une la región Sierra y Amazonia, está bajo mando de la junta parroquial y las tendencias políticas del Gobierno Provincial del Carchi, en el año 2020 se estimó 3.302 habitantes dedicados fundamentalmente a la agricultura y ganadería, para la actualidad se encuentran enfocados en el sector turístico, tiene una extensión de 51,55 km cuadrados, posee un clima de 8 a 10° C, tiene una gran variedad de flora y fauna, como otras zonas perseveran las manifestaciones, tradiciones, festividades, gastronomía y patrimonios culturales, también imparte la educación por medio de un sistema educativo, cuenta con centros de salud, Unidad Comunitaria UPC de policía, zonas recreativas, iglesias, como también brindan servicios como hostelería, restaurante, ciber, tiendas entre otros.

De acuerdo con Rodríguez (2017), en su tesis “Plan estratégico de marketing territorial para vincular la declaratoria del paisaje cultural Cafetero colombiano patrimonio cultural en la oferta internacional de las empresas del sector turístico en Pereira”, establece estrategias y tácticas con el fin de fortalecer cada una de las debilidades encontradas y de esta manera facilitarles a las empresas del sector turístico de la ciudad, alcanzar los estándares de calidad y competitividad además de potenciar las características del territorio, así mismo contribuir con el desarrollo comercial de las empresas turísticas y generar empleo para los habitantes de los distintos departamentos del paisaje cultural cafetero mediante la estrategia de mercadeo ayudo a traer miembros de nuevos mercados, por ejemplo aquellos segmentos a los que no ha llegado aún como nuevas zonas geográficas.

Según Gonzales (2015), de su artículo científico “Estrategias de marketing territorial en una región transfronteriza Tamaulipas-Texas”, tiene relación con la investigación, sigue una metodología cualitativa, aquellas estrategias de marketing dirigiéndose a la atracción de los residentes e inversiones, mediante la publicación de guías, almanaques y panfletos, la región transfronteriza se ha vinculado a gran medida a las estrategias texanas las cuales se benefician directa e indirectamente como son la captación de inversiones y residentes para el desarrollo agrícola y comercial, para la captación de visitantes del desarrollo industrial aquellas fortalecen el territorio y obteniendo crecimiento económico para la región.

De acuerdo con Robles (2014), de su tesis “Crecimiento y desarrollo de la ciudad de Babahoyo” es una investigación con referencia al tema porque se enfoca al desarrollo económico en la combinación de tres factores que son capital, trabajo y tierra son recursos importantes que generan ingresos en la ciudad de Babahoyo, hace mención las tasas de crecimiento, observa las oportunidades labores e ingresos aprovechados por los individuos para incrementar los recursos económicos, a través de las mejoras en sus condiciones de vida, como la educación, salud, nutrición, aprendizaje y experiencia de obtener la oportunidad de una vida mejor de los pobladores de la ciudad.

Según Solano (2016), del artículo científico “ Desigualdad social, integración social en América Latina”, este autor se enfoca principalmente en el modelo de cohesión social en el campo de distribución del bienestar limitado en apoyar a los más pobres para que sean

capaces de aprovechar esas oportunidades generadas por cada modelo, respetar el margen de los sistemas de protección social, con la idea de obtener armonía social para lograr que las personas con bajos recursos económicos se inserten en el mundo del mercado, en este escenario mantengan una relación profunda individuo- sociedad, al integrarse estas sociedades modernas, se caracterizan por la gran densidad social y moral que acompañan aquel procesos de individualismo donde traduce en obtener una notable pluralidad de intereses y valores en la comunidad que habitan.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Promoción económica

La promoción económica es el ente principal para la parroquia El Carmelo y en ella la compone de tres variables como son el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial que se necesitó para la recolección de información, la resolución a la problemática y el diseño de las estrategias permitiendo que el territorio sea promocionado económicamente, es por ello que de cada una de las variables se estudiara por medio de fuentes bibliográficas como libros, artículos basados en teorías fundamentas por actores que sustenten la investigación en general.

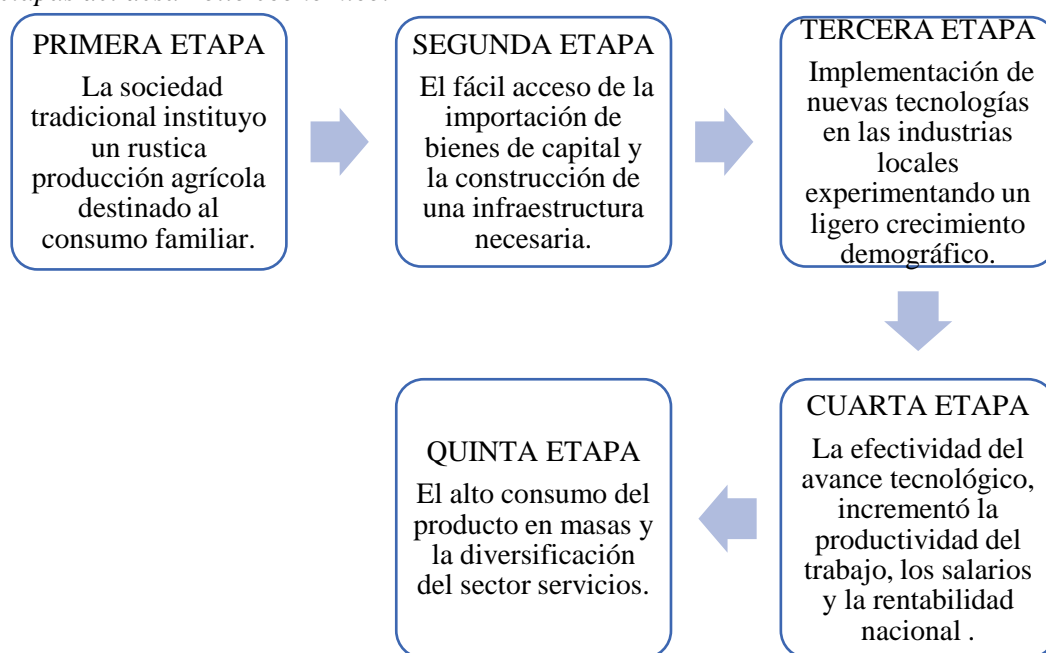
2.2.2. Desarrollo Económico

Aguilar (2017), señala “al desarrollo económico como el resultado de un trabajo continuo y sostenible para obtener más producción, mediante ello alcanzar un mayor bienestar de las personas” en otras palabras, está encaminando a disminuir los niveles de pobreza y erradicar la miseria.

Aguilar se basó en la teoría de la modernización de Walt Rostow, sostiene un modelo de 5 etapas del desarrollo económico dentro del entorno de los países subdesarrollados de la siguiente manera:

Figura 1

Las 5 etapas del desarrollo económico.



Nota. Fuente obtenida de las ideas abstraídas del autor Walt Rostow según la teoría de la modernización.

El desarrollo económico en la parroquia permite el crecimiento sostenible de la economía, el bienestar y la calidad de vida de la comunidad, impulsados por medio de la adquisición de nuevos conocimientos, y los recursos tecnológicos hacen que la población se enfoque en aprender a producir una gran cantidad de productos, desarrollar talleres de emprendimiento, administrar pequeñas o grandes empresas, entre otros factores no sigan viviendo de la misma rutina que es trabajo duro de la agricultura y ganadería aunque también se podría sacar provecho de eso gracias al desarrollo económico que busca oportunidades mejores para la humanidad y el territorio tengan un mejor futuro.

2.2.2.1. Composición económica

Es la estructura que compone los sectores económicos de la economía de la localidad los principales son el sector primario, secundario y terciario, es la parte esencial para la vida cotidiana y la generación de dinero de las empresas porque está enfocado a la producción, comercialización, al consumo de bienes y a los servicios prestados.

Según Rodríguez (2016), divide a la composición económica en los siguientes sectores:

1. **Sector primario:** Incluye todas las actividades productivas como son la agricultura, ganadería, minería, a partir de uso de la tierra, animal y de la explotación del recurso natural, en otras palabras, es la que genera los productos para el consumo humano o para la comercialización, la transformación de la materia prima o básicas que requieren del proceso de producción, y las que generan riquezas por medio de la explotación del subsuelo. (p. 119)
2. **Sector secundario:** Se agrupan todas las actividades productivas que realizan un proceso de transformación de la materia prima, al sector secundario se lo conoce también como sector industrial, donde el recurso natural pasa por varios procesos de producción para obtener un producto final, este a la vez sea comercializado o distribuido y llegue al consumidor final. (p. 121)
3. **Sector terciario:** Son las actividades económicas que no se producen bienes tangibles si no intangibles, está conformado por todos los servicios ofrecidos en la sociedad, se considera como una parte amplia en una economía la cual para funcionar genera un tipo de bien muy particular, puesto a que son bienes intangibles es decir bienes que no son materiales. (p.122)

La parroquia hace uso del sector primario, porque es una zona llena de recursos naturales y posee un suelo fértil especialmente para el cultivo de productos agrícolas como la papa, melloco, haba entre otros, de igual forma cuenta con un terreno para la crianza de animales especialmente para el ganado vacuno que genera diversidad de productos lácteos, carne para el consumo humano o para la venta de cada uno de esos recursos, posiblemente puede existir la minería pero no reconocida mediante la explotación de piedras, de igual forma el sector secundario que va enfocado exclusivamente para las zonas con espacios grandes y estructurado por recursos tecnológicos como maquinarias, también personal con un gran nivel de experiencia, una infraestructura adecuada para los procesos de producción, en la localidad no realiza las actividades del sector secundario completamente, pero si cuenta con la industria u organización los Rancheros del Norte que se dedica a la refrigeración, transformación y control de productos lácteos.

Mientras tanto el sector terciario es la actividad fundamental para la economía de cada territorio, en el caso de la parroquia destaca los servicios públicos, que son parte del bienestar de la población como agua y luz, los servicios comerciales como hostelería, restaurante, ciber entre otros.

2.2.2.2. Dinámica del mercado

Ferrell & Hartline (2017), menciona que la dinámica del mercado “es un conjunto de compradores y vendedores que realizan una actividad tanto dentro como fuera de la empresa, también es la constitución de un grupo de individuos o instituciones con necesidades similares que pueden ser satisfechas por un producto en particular”.

Mankiw (2017) indica que:

- **Demanda:** es el estudio de mercados en la cual analiza el comportamiento de comprador y tiene la capacidad de comprar el producto a su gusto y preferencia, se relaciona con los precios y la cantidad demandada de un bien o un servicio determinado.
- **Oferta:** examina el comportamiento de los vendedores, en el que se relaciona el precio y la cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio, esta sea aceptable para que el vendedor quiera y pueda vender. (p.67)

La dinámica del mercado es la interacción de la oferta y demanda que se establece dentro del mercado, interactúa el comprador, vendedor y el producto por medio de una fijación de precio, por la cantidad producida, tiene la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor y la generación de ventas que se genera por la venta de un bien o un producto.

2.2.2.3. Cadena productiva

Tawil, Aguilar & Fuentes, (2017), manifiestan que “es el consumo de los productos industrializados y el poder adquisitivo de la población, es el proceso regulatorio más amplio relacionado con la integración de los mercados como de la globalización de la economía”

La cadena productiva imparte o se estructura de la comercialización que es el conjunto de funciones que se desarrolla desde que el producto sale del establecimiento o industria hasta que llega al consumidor, lo establece el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2018, p. 11) , la finalidad de la comercialización es crear la lealtad del cliente sintiéndose contentos por el servicio y el producto cuando llegue a sus manos, a su vez las empresas sean recomendadas por el mismo, aumentando más negocios que generen ventas e incremento de consumidores por la compra de un bien o por el ofrecimiento de un servicio. Para manejar correctamente la cadena productiva se hace uso de la herramienta BPM (Business Process Management), donde Wallase (2017), menciona que es un enfoque de manejo adaptable desarrollado con el fin de sistematizar y facilitar los procesos productivos individuales, gracias al manejo de procesos permite que la toma de decisiones sea factible y recomendable para una empresa, negocio como un todo.

2.2.3. Bienestar Cohesión Social

Durkheim (2014), se basa en “el bienestar cohesión como parte de una solución propia a la pregunta heredada de la filosofía social clásica sobre las condiciones o factores que favorecen o impiden la unión entre los individuos que conforman una sociedad”. Es un sistema de normas, sentimientos y valores que regulan la bases y desarrollo de las interacciones e ideas comunes entre todas las personas que integran la sociedad en donde influye factores socioeconómicos, políticos, culturales y sociales, los moradores de la parroquia hacen parte del bienestar social, en la cual necesitan de un Gobierno que les posibilite la calidad en la educación, en vivienda, en salud, alimentación, vestimenta, transporte, de igual forma velar por los derechos y deberes de cada individuo ya sea por la raza, edad, religión, sexo, estado físico o mental, la comunidad vincule esas relaciones y se encuentren unidos entre sí para progresar y mejorar la condición de vida.

2.2.3.1 Teoría clásica en entorno a la cohesión social

Conformada por dos posturas; la libertad y la contractualista, son elementos que conservan a la sociedad unida. La postura liberal se estructura de la comunidad política de la humanidad solo es posible gracias al intercambio o acuerdo instrumental entre individuos racionales, la postura contractualista mantiene a la sociedad unida, porque existe de manera natural en el ser humano. Un conjunto de personas permite la interacción con el individuo

en la cual enlaza la comunicación, también remiten normas y valores sociales que la comparten entre cada uno de los integrantes de esa sociedad, esta teoría se enfoca a la cohesión social por los modos de actuar y la constitución de la humanidad de la siguiente manera:

- El ser humano debe tener maneras de hacer, pensar y sentir, que están dotadas de un poder de dominación en virtud del cual impone la persona.
- Las cosas sociales solo se realizan por medio de los hombres, son el producto de actividad humana.
- La regulación de las distintas esferas de vida social supone y necesita de una acción individual
- Las acciones son tomadas como objeto en costumbres, moral y derecho a medida que se consolidaban. (Salas, 2015)

La cohesión social es un mecanismo que se conoce por la conformación principalmente de una comunidad, autoridades y dirigentes comunitarios, en la cual en cada uno de esos factores debe existir la convivencia social, política, inclusión, sentido de pertinencia, tejido social, participación, calidad de vida siendo los entes involucrados que palpan sobre lo que antecede en la parroquia para generar una promoción económica. (Salas, 2015)

2.2.3.2. *Educación*

Navas (2004), menciona que “es el desarrollo de las potencialidades del sujeto basado en la capacidad que tiene para desarrollarse en la sociedad, también la educación implica tener una conciencia cultural y conductual donde los individuos adquieren su modo de ser”.

La educación es una parte fundamental en la población de la parroquia El Carmelo, mira el crecimiento social de los pobladores con la obtención de conocimientos, habilidades, valores y hábitos que desempeña una persona empleando diversas técnicas de pedagogía, narración, debate, memorización y sobre todo investigación, el sistema de educación que incide en la población especialmente en los niños y adolescentes es la escolaridad primaria y secundaria como también se ha pretendido utilizar ese sistema educativo en los mayores adultos evitando el analfabetismo en la comunidad.

2.2.3.3. *Cultura*

Viene del sentido etimológico de la “palabra”, la actualización necesaria para pasar de orden meramente natural al orden humano es lo que se enfoca al sentido de la palabra cultura como educación formación en el sentido más estricto como cultivo del ser humano. Cultura es el del abstracto de Colore, labrar el campo, es decir cultivarlo para hacerlo fértil, por eso se aplica al ser humano que deber ser cultivado y pasar a un estado silvestre a una situación culta. (Sala, 2015)

La cultura es la identidad de la sociedad en general, la cual para la parroquia es la identificación principal ante otras parroquias, como parte de la ciudad de Tulcán, mediante cada individuo que está caracterizado por valores, etnia, educación donde viene desde el hogar y la enseñanza de unos padres, culmina en escuelas, colegios, universidad y trabajo, para luego ser llevadas a las grandes comunidades que poseen cohesión social, además se puede decir que la cultura nada más imparte del ser humano también de los moradores, líderes de la localidad involucran los factores como los patrimonios tangibles e intangibles, tradiciones, costumbres y festividades que se desarrollan dentro de la misma.

2.2.4. **Capital Territorial**

Fernández (2009), argumenta que “capital territorial es el sistema de un territorio, involucra dimensiones socioculturales, económico – productiva, político- institucional y físico-ambiental, a fin de que la construcción social represente el estilo de desarrollo de una sociedad”.

El territorio va más allá del conjunto de los factores de localización físicos y no físicos tradicionalmente considerados por la teoría económica, se conforma de elementos complejos y subjetivos del espacio, los cuales desempeñan un papel muy importante en las relaciones del sistema socioeconómico y constituye los motores reales para la zona, condicionando la sostenibilidad y sustentabilidad del desarrollo dentro de un territorio, región o país. (Tóth, 2014)

El capital territorial enmarca en la inclusión del reconocimiento de la diversidad, relaciones entre lo local, lo regional, lo nacional y lo global, en sentido de impartir armonía dimensional entre territorios, solidaridad territorial y acciones conjuntas de las entidades de administración geográfica, para la realización de tareas y obras necesaria al bien común de la comunidad posibilitando obtener mejores niveles de bienestar apuntados a la consolidación de vínculos con la población dando cabida a la identidad, compartiendo por parte de todos los individuos dentro de un entorno, por medio del reconocimiento de su gente capaces de invertir en mejorar la percepción de una zona tradicional a aprovechar las gestiones, estrategias, proyectos que garanticen el sostenimiento de generaciones futuras.

2.2.4.1. Ubicación geográfica

Santana & Aguilera (2017), manifiestan que “es aquella que se combina a partir de la unión de elementos y procesos que distingue un lugar como algo único y lo hace diferente de los otros que lo rodean”. (p.10)

Según Ramírez & López (2015) adjuntan los siguientes elementos constituidos a la ubicación geográfica:

- Forma, constituye el elemento de identificación del lugar a través de la morfología, conformación física de la ciudad, de su patrimonio y de los elementos arquitectónicos e históricos.
- Función, es la relativa al entorno local, regional o mundial, por medio de la organización de sus actividades y del rango que ocupa en el sistema urbano general.

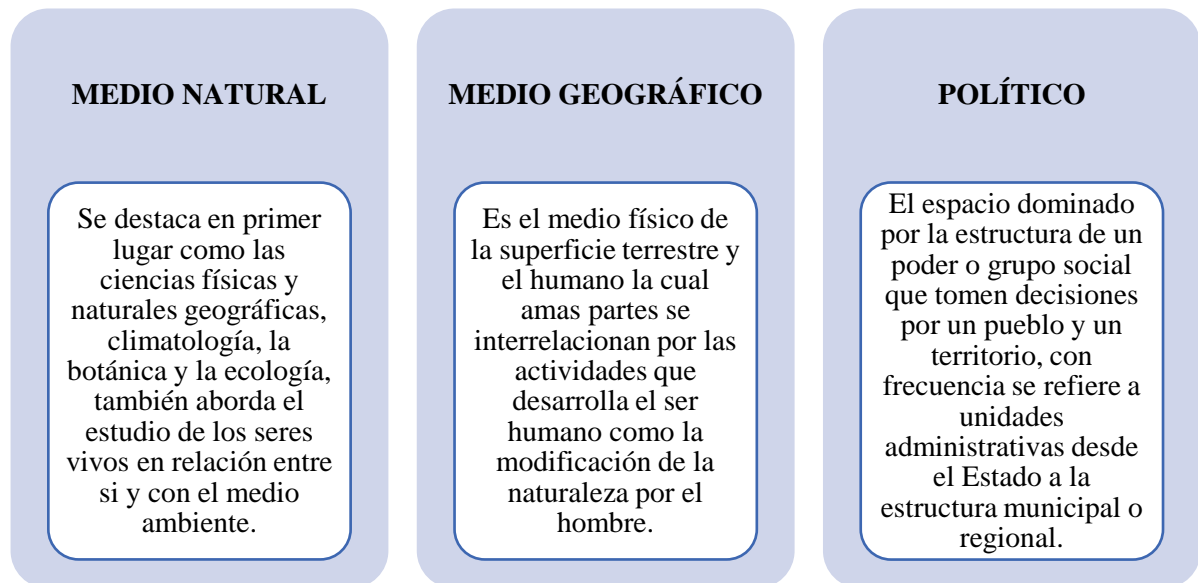
La ubicación geográfica es un espacio donde se sitúa un país, región, ciudad, en este caso parroquial, por ello es importante conocer la ubicación, debido a que es una información vital de identificación del territorio en un punto específico de la tierra y conocer su paradero por medio de un mapa, brújula, coordenadas o sistema de geolocalización, el análisis geográfico sirve como guía que permite visualizar el comportamiento geográfico, socioeconómico del lugar, dentro de un escenario, al realizar posibles proyecciones se puede determinar las estimaciones de migración, mortalidad, tasa de natalidad, servicios de salud y educación, además permite conocer a los grupos étnicos entre otros factores que constituyen en una localidad dentro de una ubicación geográfica.

2.2.4.2 Posicionamiento territorial

Gallastegui (2017), define al posicionamiento territorial como identidad territorial de adhesión emocional basada en lo social, cultural y político que se identifica la población en una zona, el posicionamiento territorial se divide por:

Figura 2

División del posicionamiento territorial.



Nota. Fuente obtenida del libro de Gallastegui del año 2017

El posicionamiento territorial hace referencia a la identidad propia que se puede sacar valor o aprovechamiento a todo lo que posee un territorio, expandiendo las ventajas competitivas y al desarrollo que conlleva al marketing territorial, difundiendo factores que ayuden a promocionar la localidad, la parroquia es un lugar biodiverso lleno de fauna y flora, de lugares turísticos que ayudan a la activación de la economía por medio de las personas que visitan al lugar y sobre todo la tierra para sembrar, cosechar, producir ciertos productos que pueden ser consumidos por los pobladores o también comercializados.

2.2.4.3 Turismo

Universidad de las Américas Puebla (UDLAP, 2015), define al turismo como “el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y pertinencia de personas fuera de su lugar de domicilio en tanto dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa”.

Es una actividad que brinda muchas oportunidades a una localidad, es la potencia en la cual la mayoría de países, regiones, comunidades utilizan para mejorar su estabilidad económica, política, social, gracias a ello se han podido conocer lugares llenos de experiencia por la cual las personas se desplazan a esos lugares para vivirlas, la parroquia el Carmelo brinda esa naturaleza extraordinaria varios de los lugares se encuentran cascadas, ríos, paramos, bosques, miradores, que son la herramienta que genera el crecimiento económico, el bienestar de la población y el posicionamiento de la parroquia en general.

2.2.4.4. Riqueza de los recursos naturales

Son los recursos de la naturaleza que se encuentran en un territorio, son indispensables para el desarrollo económico y social, está conformado por vegetación, la fauna, flora, recursos importantes como el agua y el clima que son explotados para el beneficio de la economía de un país, región, comunidad.

Según Dorado (2015), las riquezas de los recursos naturales las divide en:

- **Biodiversidad:** Es la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente incluidos, en otras palabras, es el ecosistema terrestre, marítimo y otros sistemas acuáticos o complejos ecológicos que forman parte de la naturaleza, abarca la diversidad de especies de plantas, animales, microorganismos especialmente la genética del ser humano.
- **Factor medio ambiental:** Un conjunto de características de un todo, formado por elemento natural o medio físico o elemento que el hombre ha creado, comprende la atmosfera, el medio acuático, el suelo, a la fauna y la flora, los recursos naturales, mientras que en el segundo elemento menciona a la cultura, educación, economía, salud, el empleo, el desarrollo industrial y los conflictos sociales.

Los recursos naturales suelen estar asociados con la debilidad y una gestión de Gobierno eficiente, en la parroquia el Carmelo hace uso de los recursos naturales por medio de la explotación del suelo para producir los productos agrícolas, el terreno para la actividad

ganadera, la flora y fauna como parte turística con la finalidad de generar ingresos económicos para la población de la zona.

2.2.4.5. Infraestructura

Es definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad dentro de su economía, los diferentes componentes de la infraestructura de una comunidad pueden existir ya sea en el sector público o privado dependiendo como son poseídos, administrados y regulados según se la propiedad y la administración. (Fredes, 2015)

Es la imagen del territorio local, puede ser física como son los medios privados proporcionados por servicios básicos infraestructura social y económica tales como hospitales, parques, jardines, centros comunitarios, librerías, entretenimiento, e instalaciones para hacer compras, edificios educativos que se observan dentro de un territorio. En la parroquia existen diversas actividades económicas que han predominado en este espacio geográfico se determina algunas características como es el clima, fauna y flora que constituyen una subestructura adaptable y adecuada.

2.2.4.6. Marketing Territorial

2.2.4.6.1. 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, también es aquella actividad que se dirige a la creación, comunicación, distribución e intercambio de ideas, bienes o servicios los cuales tiene un valor para los consumidores, clientes socios y para la sociedad en general, además se manifiesta que el plan de marketing es aquel documento escrito en donde se detalla las estrategias que ayudaran alcanzar los objetivos propuestos que es la comercialización de un determinado producto o lugar. American Marketing Association (2017),

Es una disciplina que se fundó en Italia y fundamenta una nueva concepción del territorio como también de la competitividad, aplica conceptos de marketing tradicional, a un nuevo producto, proyecto y servicio. En los últimos diez años se ha puesto una visión del espacio geográfico como una idea que comprende al territorio a modo de un espacio competitivo y un sistema constituido por recursos. (Tesone, 2015)

2.2.4.6.2. Marketing Territorial

(Flores, 2016), define al marketing territorial como un modelo o plan orientado a crear acciones para promover la economía de un territorio por medio de la elaboración de estrategias permitirá obtener un mejor desarrollo local, el principal objetivo es transformar los sistemas productivos locales, actividades territoriales, culturales, tradicionales son atractivos naturales para el turista que es aquel agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar de esta manera se ira recuperando la imagen e identidad territorial también ayudara a incrementar la producción logrando generar más fuentes de empleo mejorando la calidad de vida de los pobladores.

Es decir que el marketing territorial es la estrategia que abarca el entorno territorial que enfoca todas las actividades agrícolas, ganaderas, comerciales, servicio, transportes, turísticas, económicas, financieras, sociales y políticas guiadas o establecidas por el sistema de un Gobierno, el territorio se une con el marketing tradicional lleno de disciplina con una doble naturaleza que conecta un método de un sistema de oferta y demanda, permite cambios ambientales y adaptables de manera adecuada, para la parroquia el Carmelo usar al marketing territorial es una oportunidad que ayudará a futuro al desarrollo económico, al bienestar y cohesión social, a la localidad a potencializar nuevas ideas por medio de la biodiversidad, la comercialización del producto estrella y la cultura que ofrece la parroquia permitiendo la promoción económica de la misma.

2.2.4.6.3. Marca

Kotler, (2016), se refiere a las marcas desde el concepto brindado por la American Marketing Association que las define como “ nombre, termino, señal, diseño o combinacion, cuyo objetivo es identificar los bienes o servicios de un vendedor y de diferenciarlo de sus competidores”.

Una marca es un simbolo complejo, donde logra tener hasta seis significados (Kapferer, 2016)

1. **Atributos.** Es aquella especificación, cualidad que se le atribuye a una entidad o lugar.
2. **Beneficios.** Los atributos transmiten beneficios funcionales y emocionales.
3. **Valor.** Conjunto de cualidades de un lugar u objeto producido.
4. **Cultural.** La marca representa algunos valores como culturales, costumbres, tradiciones entre otros.
5. **Personalidad.** Conjunto dinámico de características que posee un lugar o territorio.
6. **Consumidor.** Una marca hace referencia al tipo de consumidor que adquiere el producto o servicio.

2.2.4.6.4. La marca y los principios de creación

Las marcas ya no son aplicables a productos también lo son a las ciudades, regiones, parroquias y países, las marcas en la actualidad influyen en el modo de ver el mundo y en las decisiones de invertir o visitar un destino de tal forma que la gestión de la marca se está enfocado en el tratamiento y la focalización de los aspectos diferenciadores los cuales permitirán posicionar la localidad en la mente de los distintos moradores y extranjeros, para que a través de la experiencia ayudar a incrementar la economía de un territorio y que este sea reconocido por la sociedad.

2.2.4,6.5. Marca territorial

Se plantea como una herramienta de promoción de un lugar el cual permitirá alcanzar un mejor progreso local, en el que será la generación, la combinación y la regeneración de los recursos tangibles e intangibles con el objetivo de mejorar el desarrollo territorial. (Bertomeu, 2014)

La marca no es un signo grafico va mas alla, es un elemento de distinción del mercado de productos y servicios, se aserca a la esencia cultural y a lo cotidiano de un pueblo, por tanto la marca territorial es el eje central para satisfacer las necesidades sociales y psicologicas del visitante donde a traves de las experiencias expresa emociones de cautivo del destino turistico. Kapferer, (2015) afirma que la marca territorial responde a las acciones de un territorio para que estos lugares geograficos, la cultura, la historia, las tradiciones obtengan un nivel de identidad mayor en la población sera a traves de acciones y hechos generados a largo plazo, requiere de una buena planificación para lograr inversion, presencia cultural y posicionamiento del lugar, para fortalecer la competitividad y productividad, el fin comun es incrementar el desarrollo local o regional del territorio para cambiar el estilo de vida de los habitantes.

II. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1 Enfoque

3.1.1.1 Enfoque mixto

Es el proceso que recolecta, analiza y vincula los datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación; en la cualitativa se recolecto la información del criterio y opinión del presidente de la junta parroquial del Carmelo a través de una entrevista semiestructurada por medio de herramienta virtual y presencial, para luego traspasar los datos a una base plana. En la investigación cuantitativa se recopiló mediante una encuesta de un formulario por las tres variables, debido a la pandemia solo se recolecto de 48 pobladores de la parroquia en dos formas la primera fue un día personalmente con las medidas de bioseguridad, la segunda por medio de la aplicación de Google Drive, las preguntas de la encuesta se enfocó en la escala de Likert para ser más fácil la indagación, los resultados fueron trasferidos a la herramienta SPSS, se creó una base de datos activa, se introdujo las 48 encuestas cada una tenía 157 ítems, se aplicó el modelo de codificación asignando valores numéricos del 1 no y 2 si a los ítems abiertos, el nivel de medición es ordinal por que mantiene un orden de mayor a menor en cada categoría, para la elaboración de tablas y figuras de los resultados obtenidos se usó el programa Excel.

3.1.2. Tipos de Investigación

3.1.2.1. Investigación de campo

El fin de esta investigación fue adquirir información de forma directa a través de los instrumentos como es el cuestionario para el diseño de la entrevista semiestructurada, para la indagación de la información se realizó una reunión virtual y una visita presencial al líder de la junta parroquial, en cambio en la encuesta se elaboró un formulario por cada una de las variables, se aplicó en el programa digital Google drive y la información recolectada se pasó en una base de datos al SPSS, logrando obtener resultados de acuerdo de las

variables establecidas en el tema de investigación de los aspectos destacados en la parroquia El Carmelo.

3.1.2.2. Investigación descriptiva

En esta investigación descriptiva se analizó el problema de la situación actual de la parroquia El Carmelo, aspectos relevantes como el entorno económico que viven los pobladores debido a los bajos recursos de dinero de cada familia porque solo se dedican a las actividades de la agricultura y ganadería, el potencial, escenario turístico que en la actualidad ha generado realce gracias al proyecto de la Corporación del Sendero de Quitasol realizado por las figuras talladas en barro de la flora, fauna y de las actividades narradas por los pobladores, a la recuperación de los patrimonios tangibles, manifestaciones y tradiciones que hace años los pobladores han dejado por las nuevas tecnologías han sido activadas por la junta parroquial y sus moradores, de la misma se describe las estrategias que se van a proponer para mejorar el desarrollo económico, cohesión bienestar social y al capital territorial utilizando algunos conceptos del marketing territorial.

3.1.2.3. Investigación bibliográfica

Consiste en la selección y agrupación de información que se consulta de documentos, libros, artículos, para el desarrollo de la investigación se utilizó la fuente secundaria y oficial de la parroquia El Carmelo como el PD y OT del año 2015, se consideró este documento porque posee información verídica acerca de la imagen territorial, la cohesión social y el entorno económico dentro del territorio, también se usó esta investigación para fundamentar teóricamente y biográficamente los conceptos de las tres variables mediante libros, artículos y tesis.

3.2. IDEA A DEFENDER

El diseño de una estrategia de promoción para la economía permite mejorar el desarrollo económico, cohesión bienestar social de los pobladores y capital territorial de la parroquia El Carmelo.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones		Indicador	Fuente
	Definición	Componentes		
Desarrollo Económico	Composición Económica	Sector Primario	Actividades agrícolas y ganaderas	Datos primarios
		Sector Secundario	Organización Rancheros del Norte	Encuesta y entrevista
		Sector Terciario	Negocios prestadores de servicio.	PD y OT
	Dinámica del mercado	Oferta	Productos agrícolas y ganaderos	Datos secundarios
		Demanda	Proveedores de los productos agrícolas y ganaderos.	
		Cadenas productivas	Comercialización	Distribución, ingresos y puntos estratégicos
Bienestar cohesión social	Educación	Analfabetismo	Tasa de analfabetismo	Datos primarios
		Nivel de formación	Educación básica y secundaria	Encuesta y entrevista
	Cultura	Patrimonios culturales	Patrimonios tangibles	PD y OT
		Manifestaciones	Festividades de la localidad	Datos secundarios
		Tradiciones y Costumbres	Tipos de tradiciones y costumbres	
		Accesibilidad geográfica	Tiempo en horas y minutos llegar a la parroquia	Datos primarios
Capital territorial	Ubicación geográfica	Tierras	áreas sin cultivar y áreas cultivadas	Encuesta y Entrevista
		Red vial	Calles y carreteras	PD y OT
	Posicionamiento del territorio	Imagen territorial	Nivel de aceptación, influencia de personas extranjeros y nacionales	Datos secundarios
		Turismo	Numero de lugares turísticos, Número de visitantes extranjeros	
	Riqueza de los recursos naturales	Biodiversidad	Flora y fauna	
		Factor medio Ambiental	Características del medio ambiente	
Infraestructura	Conectividad vial		Sistema de transporte, servicios básicos y telecomunicaciones.	
		Marketing	Estrategia	
Marketing territorial	Marca	Marca	Tipo de marca	

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método Deductivo

Se utilizó el método deductivo por que la investigación parte de lo general a lo particular, lo primero que se hizo fue analizar el entorno económico, social y territorial de la parroquia El Carmelo, aspectos relevantes como son las actividades que se destacan en la localidad en este caso la agricultura, ganadería y el turismo que en la actualidad es el potencial escenario para la economía de esa zona, de igual forma se indago el comportamiento cultural de los pobladores que son las tradiciones, festividades, costumbres, patrimonios con la finalidad de resolver la problemática que vive la parroquia a través del diseño de una estrategia que permita promocionar la economía de esa zona en tres escenarios que son el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial.

3.4.2. Análisis Estadístico

Una vez identificado las variables el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial se procede a la aplicación del análisis estadístico descriptivo, reflejar la información en cada categoría, se procedió a elaborar una base de datos activa, obteniendo una base depurada compuesta por las 48 encuestas con 157 ítems o categorías, en el caso de la entrevista que se realizó a los líderes de opinión los resultados de la información se trasladó en una base de datos plana, en el análisis estadístico se utilizó las siguientes herramientas:

SPSS: Este programa estadístico sirve para crear y distribuir fácilmente la base de datos de la encuesta, para el tratamiento de la información se limpió la base de datos de las 48 encuestas, no se encontró duplicados o perdidos, pero si errores de síntesis los cuales fueron corregidos partiendo de una codificación del sí y no, para tener una información rápida e facilitar la redacción de los resultados y discusión, se utilizó una medida ordinal donde existe un orden o jerarquía entre las categorías, la fiabilidad de las escalas se aplicó el Alfa de Cronbach con el 0,90 % que presenta un aproximado de 1 para verificar si las preguntas son aceptables y firmes en la investigación

Tablas de frecuencia: es una herramienta que permite ordenar la información de manera numérica las características de la distribución de un conjunto de datos, la tabla se estructura de en cada columna se encuentra la frecuencia y el porcentaje en valores jerárquicos en las filas van los datos ordenados de las categorías de la pregunta analizada en la encuesta.

Tablas cruzadas: agrupan los ítems para unir preguntas que tienen relación y acceda llegar a contestar el cuestionario de la investigación a diferencia de las tablas de frecuencia que solo tienen una sola información, para las tablas cruzadas se detalló solo los resultados del formulario del desarrollo económico dentro del campo de la actividad agrícola y ganadera.

Gráfico de barras: muestra los datos usando varias barras de la misma anchura, en cada una representa los valores de las categorías o ítems, es notable la visualización de los resultados y de forma clara, precisa para el análisis de los datos recolectados.

De la misma manera se utilizó el software de Excel para la gráfica de las tablas y figuras con la finalidad de comprender de mejor manera la tendencia de cada elemento, después de obtener las interpretaciones de los resultados y discusión mediante el análisis estadístico se procedió al diseño de la estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo.

3.4.2.1. Población

Según la Secretaría Nacional de Planificación de Desarrollo (SNPD, 2020), la parroquia El Carmelo cuenta con una población de 3.302 habitantes estructurados en 805 familia, para la recolección de información debido a la pandemia se tomó en cuenta a 48 moradores o jefes de hogar de las 805 familias incluidos los ganaderos y agricultores, se realizó mediante la técnica de una encuesta con preguntas estructuradas, así mismo de los 8 líderes de la parroquia se desarrolló una entrevista semi estructurada principalmente al presidente de la junta parroquial, referente a las tres variables independientes a analizar para diferir en la información con los resultados obtenidos.

En la validación de la base de los datos se aplicó el Alfa de Cronbach, facilita la veracidad de los resultados y garantiza la aplicación de la encuesta que se realizó a los moradores de la parroquia El Carmelo de los aspectos del desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial, la validación se observa en la siguiente tabla:

Tabla 2
Validación de los datos según el Alfa de Cronbach.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,900	99

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

3.4.2.2. Muestra

3.4.2.2.1 Calculo muestra

Formula

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot (pq)}{(N - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot (pq)}$$

Datos

N: Número de pobladores (805)

z²: 90% nivel de confianza

e²: 10% de error

p: probabilidad de éxito (0,50)

q: probabilidad de fracaso (0,50)

Cálculo

$$n = \frac{805 \times (1,645)^2 \times (0,50 \times 0,50)}{(805 - 1) \times (0,10)^2 + (1,645)^2 \times (0,50 \times 0,50)}$$

$$n = \frac{805 \times 2,706 \times 0,25}{(804 \times 0,01) + (2,706 \times 0,25)}$$

$$n = \frac{545}{8,717}$$

$$n = 62$$

La muestra es de 62 pobladores a encuestar, para el cálculo se utilizó el nivel de confianza de Alfa Cronbach del 90% con el 10% de error, con p y q del 50% se obtuvo de las 805 familias, debido a la pandemia del Covid 19 solo se elaboró 48 encuestas verídicas en forma virtual y presencia, las 13 encuesta se realizó mediante una prueba piloto y uno de los pobladores fue el presidente de la junta parroquial. El tipo de muestreo a usar fue por conveniencia, es una prueba no probabilística basada en usar personas fácilmente accesibles para el investigador, es un medio eficiente y efectivo de obtener la información requerida, en este caso se eligió a los 48 moradores incluidos los agricultores y ganaderos, de los 8 líderes se escogió al presidente de la junta parroquial El Carmelo, la recolección de la información del desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial se hizo a través de una encuesta por la plataforma virtual Google Drive como personalmente, la entrevista se realizó por medio de una reunión virtual y presencial.

3.4.3. Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.3.1. Entrevista semi estructurada – focus Group

La entrevista semiestructura está enfocada en la investigación cualitativa como cuantitativa, es una guía de asuntos o preguntas donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales, se elaboró un cuestionario de 10 preguntas máximo, se abordó las tres variables el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial cada una con su formulario.

La entrevista fue dirigida al presidente de la junta parroquial El Carmelo señor Silvio Rayo, el manifestó factores referentes a las actividades destacadas en el sector económico, patrimonios, manifestaciones, tradiciones culturales que desarrollan los pobladores y el escenario turístico por medio de la flora, fauna, medio ambiente entre otros factores que se establecen en la actualidad.

Focus Group es una técnica cualitativa de estudio de opinión, mediante una reunión virtual de pocos integrantes, se utilizó esta técnica a razón de la pandemia Covid 19, por lo difícil de trasladarse a la parroquia para realizar el estudio de campo, evitar el contagio del virus, en la reunión invitó al presidente de la junta parroquial, en la cual se dialogó de la situación actual del sector agrícola, ganadero, de los factores sociales como la cultura que tiene la parroquia de las manifestaciones, tradiciones, festividades, también el presidente señaló que el escenario turístico es el potencial sector que promociona la parroquia por sus lugares turísticos, fauna, flora por el medio ambiente y la red vial.

3.4.3.2. Encuesta – cuestionario

La encuesta es una técnica de información, con la elaboración de un cuestionario efectuado en preguntas según la escala de Likert para conocer la opinión de los moradores de la parroquia acerca de bienestar cohesión social, capital territorial, en el desarrollo económico se realizó preguntas estructuradas de las actividades ganaderas, agrícolas y servicios locales. Se aplicó 48 encuestas en tres formatos diferentes de las tres variables a estudiar.

Para la recolección de información aplicó por medio del programa Google Drive es una versión gratuita permite elaborar formularios que ayuda fácilmente a obtener información de la investigación rápidamente, seguidamente se encuestó de forma presencial a los moradores de la zona especialmente a los agricultores y ganaderos, por bioseguridad solo se trasladó a la parroquia un solo día.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se desarrolló los resultados y discusión de la información recolectada mediante la encuesta a 48 pobladores de la localidad incluidos a los que se dedican a la agricultura y ganadería, entrevista al presidente de la junta parroquial, como también se obtuvo de la fuente secundaria el PD y OT de la parroquia El Carmelo del año 2015.

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Breve descripción de la parroquia El Carmelo

Tabla 3

Descripción geográfica de la parroquia El Carmelo.

Limites:	Al Norte limita con la Republica de Colombia, al Sur y al Este con la provincia de Sucumbíos, al Oeste con la parroquia de Julio Andrade.
Extinción:	De 51,55 kilómetros cuadrados
Población:	3.302 habitantes, divididos en 805 familias.
Clima:	Desde los 8 a 10° en la parte baja (Playa Baja) hasta 6 a 8° en la mayor parte de la parroquia
Comunidades:	Florida Alta, Cartagena, El frailejón, Playa Baja, Buena Vista, Playa Alta, El Capulí, El Aljun

Nota. Datos obtenidos del PD y OT de la parroquia El Carmelo del año 2015.

Figura 3 Mapa geográfico de la parroquia El Carmelo



Nota. La figura fue obtenida del Google mapa.

La parroquia el Carmelo cuenta con 3.302 habitantes se dividen en 805 familias, la población se encuentra distribuida en distintas comunidades conocidas como; Florida Alta, Cartagena, El Frailejón, Playa Baja, Buena Vista, Playa Alta, El Capulí y el Algún. Se encuentra al límite del Norte con Colombia, al Sur y Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con la parroquia de Julio Andrade, su zona climática es desde 8 a los 10° en lo más bajo (Playa Baja) hasta los 6 a 8° en la mayor parte de la parroquia, presenta un gran paisaje interandino, tiene una formación volcánica en la Cordillera de la Virgen Negra, está compuesta de andesitas y vidrios volcánicos con fenocristales de plagioclasas, presenta relieves de montaña, colinas altas, vertientes y terrenos con pendientes que son aceptables para la principal actividad de la zonas que es la agricultura y ganadería ocupa el 73, 32% del total de la Población Económicamente Activa (PEA).

La tierra de la zona posee una fertilidad mediana, pero predomina los cultivos de ciclo corto en lo particular la siembra y el cultivo de la papa en gran abundancia y está a la vez es distribuida a los mercados mayoristas, los tubérculos como las ocas, mellocos, habas, maíz se labran en menores cantidades que son específicamente para el consumo propio de los moradores en su mayoría y en la minoría para la comercialización, también la parroquia tiene espacio o terreno para la ganadería utiliza ganado vacuno o boninas que producen 10.000 litros de leche al día, este va distribuido al mercado lácteo como es la Organización los Rancheros del Norte, este producto cuenta con precios fluctuantes que varían entre los 0,25 a 0,35 centavos por litro.

La red vial es precaria en las dos vías alternas conectan la carretera fronteriza con Colombia esta no se encuentra asfaltada que dificulta la movilización de vehículos y de la población, la otra está conectada con la parroquia de Julio Andrade que es la principal vía para llegar a la zona esta asfaltada y permite una mejor circulación tanto del transporte particular y público que es para la movilización de los habitantes que salen y entran para realizar las diversas actividades en la otras localidades y llevar el sustento para la familia.

4.1.2. Desarrollo Económico

4.1.2.1. Composición económica que se destaca en la parroquia.

Tabla 4

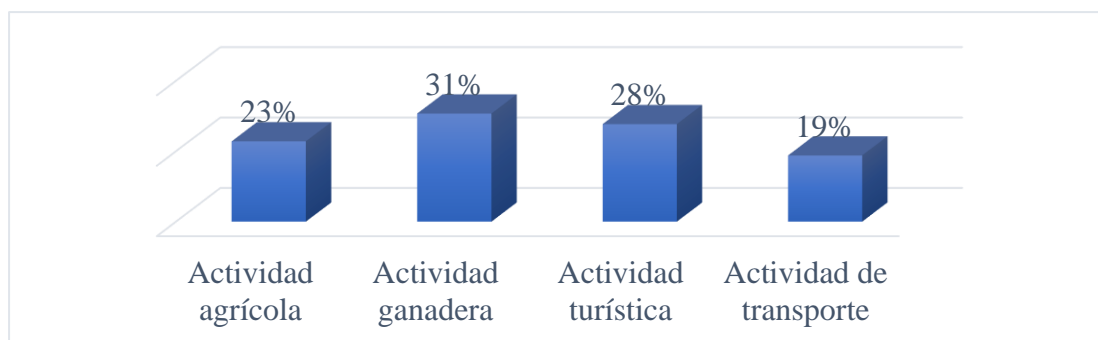
Composición económica, según las actividades que se destacan en la parroquia.

Actividades	F	P
Actividad agrícola	23	23%
Actividad ganadera	31	31%
Actividad turística	28	28%
Actividad de transporte	19	19%
Total	101	100%

Nota. Fuente obtenida por la encuesta realiza a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 4

Composición económica, según las actividades que se destacan en la parroquia.



Nota. Fuente obtenida por la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Las tres principales actividades que se destacan en la composición económica son la ganadería, turismo y la agricultura, los pobladores manifestaron que son las que aportan al sector económico en similares porcentajes; la actividad ganadería tiene un 31%, utiliza 1.622 unidades bovinas que producen 10.000 litros de leche al día, la Organización Ranchera del Norte que se encuentra establecida en la zona tiene un fin y es velar por los intereses de los productores asociados a la organización más fuertes de la localidad, el turismo cuenta el 28 % es la actividad que en la actualidad está tomando realce, por los principales proyectos para dar nacimiento a los lugares turísticos y la actividad agrícola cuenta con un 23%, por el motivo de la fluctuación de los precios, por el Covid 2019 no ha podido reestablecerse.

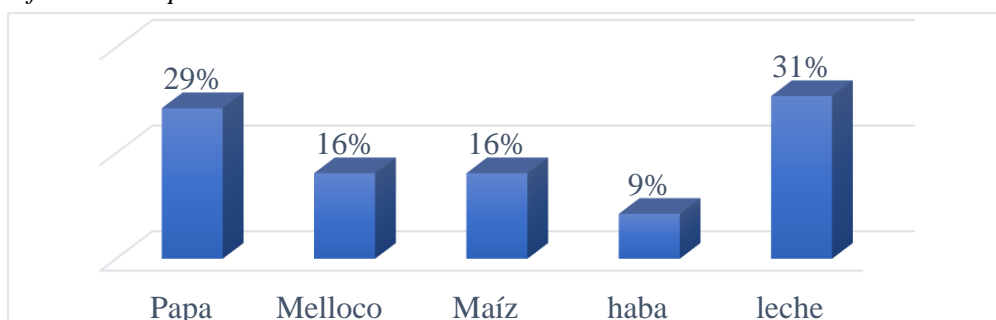
4.1.2.2. Dinámica del mercado (oferta y de demanda) de la parroquia El Carmelo

Tabla 5
Oferta de los productos locales

Productos	F	P
Papa	37	29%
Mellico	21	16%
Maíz	21	16%
Haba	11	9%
Leche	40	31%
Total	130	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 5
Oferta de los productos locales



Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

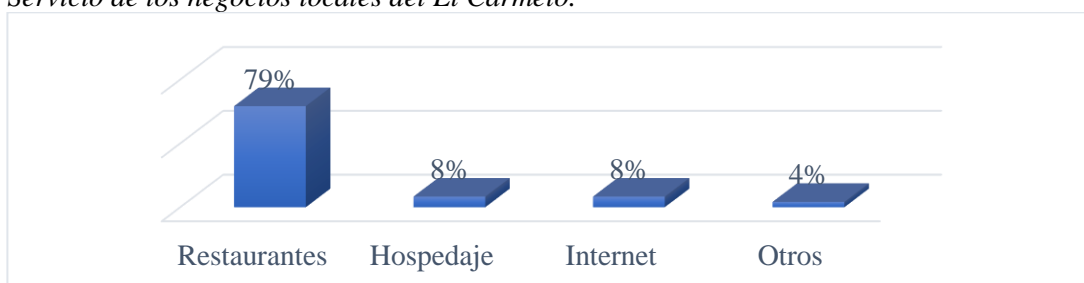
El 29% de los pobladores opinaron que la papa es el principal producto agrícola que se oferta en la zona, los productos como el maíz, haba y el mellico se presentan en menor porcentaje y son cultivados para el consumo propio de los habitantes que viven en la localidad, en mayor parte el género masculino se dedica a la actividad agrícola, mientras tanto que el producto lácteo exclusivamente la leche representa el 31% es que se oferta en la zona, siendo la más remunerada, gracias a la recolección de leche que se entrega diariamente por los ganaderos en la cual la distribuyen a la organización o la pequeña industria los Rancheros de Norte para que esta procesada y se convierta en el producto final como es la leche pasteurizada, en polvo, quesos, quesillos entre otros, gracias al concepto de Mankiw (2017) se conoce que la oferta es la cantidad de un producto o servicio que se ofrece a los consumidores con la finalidad de generar ingresos en este caso a los agricultores y ganaderos de la parroquia por medio de un precio accesible para el cliente.

Tabla 6
Servicio de los negocios locales del El Carmelo.

Servicios locales	F	P
Restaurantes	38	79%
Hospedaje	4	8%
Internet	4	8%
Otros	2	4%
Total	48	100%

Nota. Fuente Obtenida por la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 6
Servicio de los negocios locales del El Carmelo.



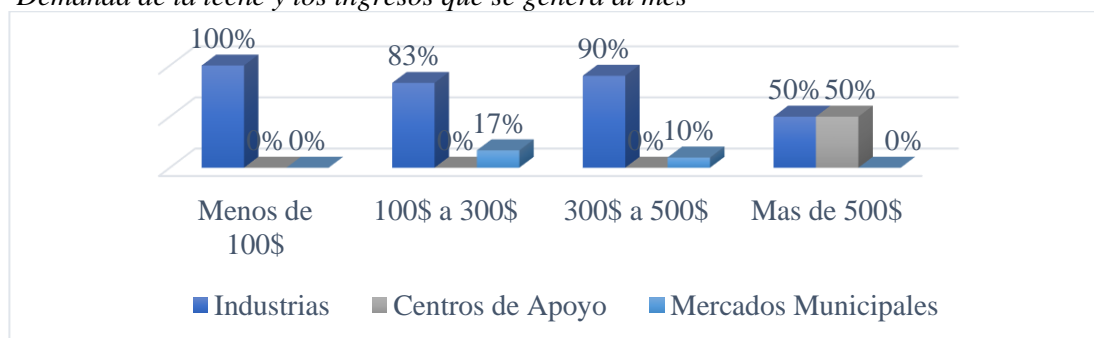
Nota. Fuente obtenido por la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

El 79% de los moradores de la parroquia opinan que el servicio de restaurante más conocido como el sector gastronómico que se observa en la figura, es la actividad que se destaca en los negocios locales, porque cubre las necesidades alimenticias tanto de las personas oriundas de la zona como de los turistas que visitan la localidad con conocimientos gastronómicos, mientras que el servicio hostelero, el ciber internet y otros, representa en menor porcentaje debido a que la zona solo cuenta con una casa residencial para cubrir a los pocos turistas que decidan alojarse en el caso de la hostelería, tiene un solo ciber internet para el desarrollo sus trabajos, informes, investigaciones y para las redes sociales que no abastece a toda la comunidad, otros como tiendas, panaderías, peluquerías son negocios que al razón del Covid 19 su apertura es mínima generando pérdidas de dinero y bajos ingresos económicos no sustentan las necesidades del hogar, Duque (2015) opina que en gran participación de los negocios locales, parte de la gestión de la calidad de los servicios, cubrir las expectativas del usuario donde la innovación ayuda a generar una ventaja competitiva en la cual los turistas extranjeros visualizando esta innovación sería fácil llegar a este sitio a consumir los productos de la localidad pero que los que se encuentran en ese sector no la han practicado adecuadamente permitiendo que la zona no cuente con un crecimiento económico y una dinámica fortalecida en el mercado.

Tabla 7*Demanda de la leche y los ingresos que se genera al mes.*

Zonas de venta de leche	Ingresos al mes de leche			
	Menos de 100\$	100\$ a 300\$	300\$ a 500\$	Mas de 500\$
Industrias	100%	83%	90%	50%
Centros de Apoyo	0%	0%	0%	50%
Mercados Municipales	0%	17%	10%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Fuente Obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

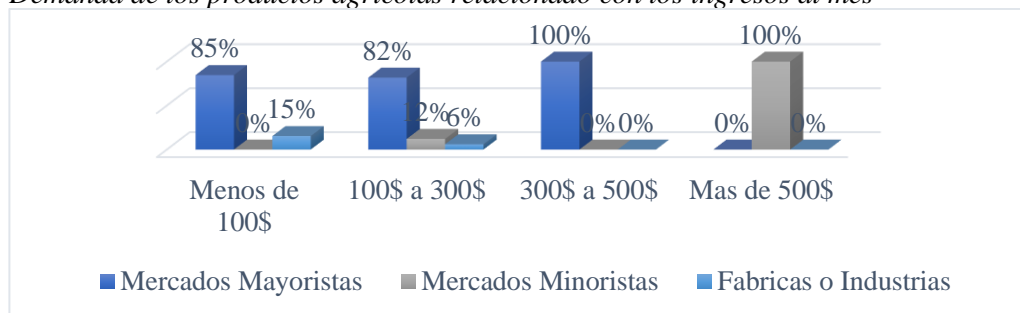
Figura 7*Demanda de la leche y los ingresos que se genera al mes*

Nota. Fuente Obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Según la Asociación productores de leche los Rancheros el Norte es la que almacena el 50% de la capacidad de leche en una enfriadora, procesada y distribuida al principal destino que es a la industria lechera FLORALP, el restante es distribuido mediante intermediarios que son a los pequeños productores o centros de apoyo que elaboran queso en la misma parroquia. La demanda son los compradores del producto señala Mankiw (2017), el producto va dirigido especialmente a las industrias antes mencionadas y también a otras como son la Industria Lechera Carchi manifestaron el 90% de los pobladores encuestados, como también generan ingresos entre los \$300 a 500\$ dólares por la venta de leche al mes, en los centros de apoyo y mercados municipales no hay mucha demanda en el caso del mercado municipal solo abren los jueves y domingos mientras que en los centros de apoyo son pocos los que realizan el queso y más se va para el consumo humano generando \$100 a \$300 mensuales por la venta de la leche.

Tabla 8*Demanda de los productos agrícolas relacionado con los ingresos al mes.*

Zonas de venta	Ingresos al mes			
	Menos de 100\$	100\$ a 300\$	300\$ a 500\$	Mas de 500\$
Mercados Mayoristas	85%	82%	100%	0%
Mercados Minoristas	0%	12%	0%	100%
Fábricas o Industrias	15%	6%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.**Figura 8***Demanda de los productos agrícolas relacionado con los ingresos al mes***Nota.** Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Los productos agrícolas principalmente la papa, maíz, haba y melloco son distribuidos a los mercados mayoristas donde el 85% de los moradores opinaron que son comprados por los mercados ubicados en el ciudad de Quito, Guayaquil, Tulcán pero la pandemia ha dificultado la transportación de los productos agrícolas por las siguientes causas la primera por bioseguridad del contagio de las personas que se dedican a esa actividad, la otra por la fluctuación del precio que se encuentra entre los 8 a 10 dólares los beneficiarios son los intermediarios, pero les afecta a los agricultores debido a que los ingresos por la venta de su producto son menores de los 100 dólares mensuales que no llegan a cubrir los gastos que realizan para la producción, cultivación y cuidado de los cultivos, en los mercados minorista como el mercado de la parroquia El Carmelo los que consumen y compran los productos son los moradores de la zona según la encuesta realizada y señalada por el 82% de los pobladores generando ingresos mayores de 100 dólares mensuales en la cual se puede observar la comunidad hace lo posible para que nos les afecte económicamente apoyándose entre ellos dando una mano ayuda con la compra de los productos agrícolas.

4.1.2.3. La cadena productiva de El Carmelo

Tabla 9

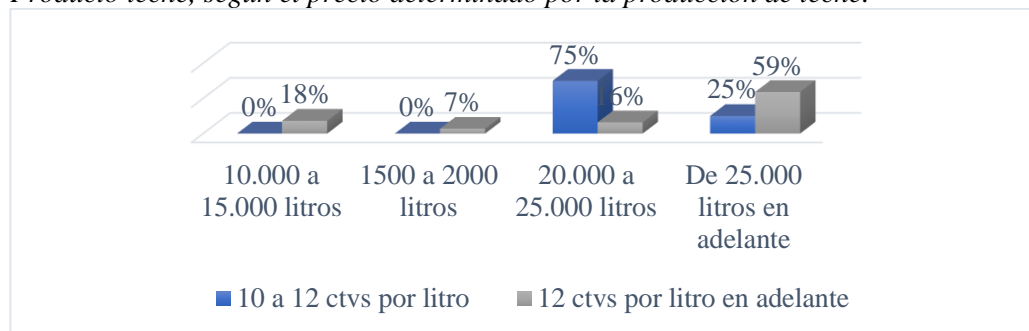
Producto leche, según el precio determinado por la producción de leche.

Producción de leche diario	Precios	
	10 a 12 ctvs. por litro	12 ctvs. por litro en adelante
10.000 a 15.000 litros	0%	18%
1500 a 2000 litros	0%	7%
20.000 a 25.000 litros	75%	16%
De 25.000 litros en adelante	25%	59%
Total	100%	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 9

Producto leche, según el precio determinado por la producción de leche.



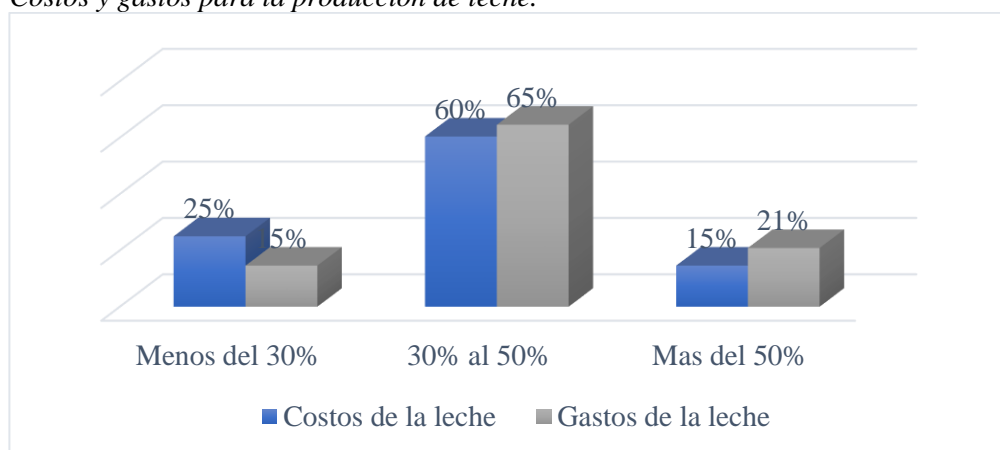
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Según el Censo Agropecuario se estima que existen alrededor de 1.622 Unidades Bovinas en la parroquia, la producción total mínima es de 10.000 litros de leche al día mencionaba los asambleístas participativas, uno de los inconvenientes por los ganaderos en el mercado de la leche, sobre todo para los que distribuyen su leche mediante intermediarios es la de los precios fluctuantes, que a criterio de los mismos había disminuido el precio hasta los 0,07 a 0,08 centavos por litro, debido al contrabando de leche en la frontera. PD y OT (2015) de la parroquia El Carmelo, en la actualidad la leche es el más ofertado en la localidad señalaron el 75% de los encuestados que se ha producido de 20.000 a 25.000 litros de leche diarios a un precio superior de 0,12 centavos, con un precio de 0,25 centavos por cada litro que se produce diariamente.

Tabla 10*Costos y gastos para la producción de leche.*

Porcentajes	Costos	Gastos
Menos del 30%	25%	15%
30% al 50%	60%	65%
Mas del 50%	15%	21%
Total	100%	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 10*Costos y gastos para la producción de leche.*

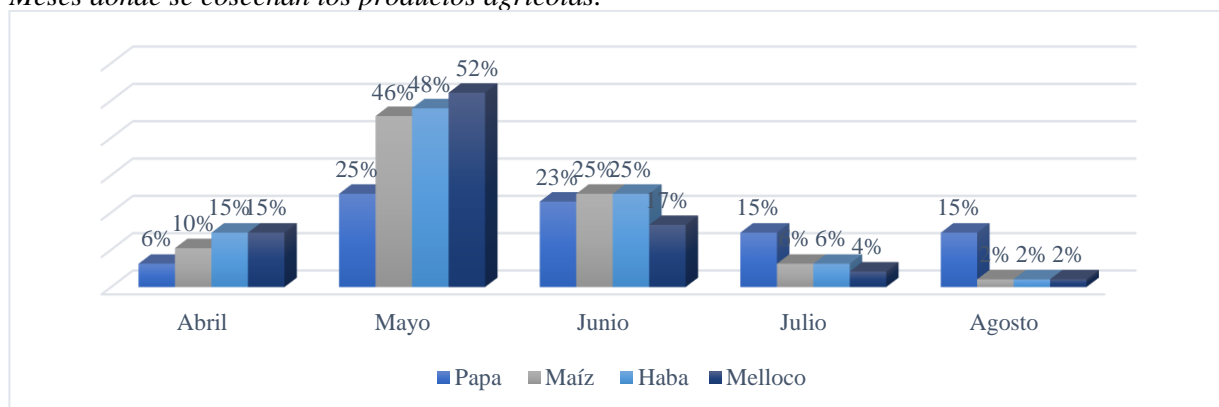
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La producción de leche es el principal producto lácteo que se desarrolla en la parroquia El Carmelo, el 60% de los ganaderos manifestaron que se necesita un proceso de producción de calidad para ello se necesita de ciertos recursos como la materia prima en este caso el ganado, la mano de obra, maquinaria para obtener el producto, equipamiento para el trabajador (ganadero), transporte para que llegue a su destino principalmente a la Organización de los rancheros, en la figura se puede observar que los costos se genera entre el 30 al 50% en una escala alta señalada por los ganaderos, de igual forma para los gastos se encuentra en el 30 al 50% , el 65% de los ganaderos originan gastos especialmente por el cuidado del ganado mediante la compra de productos de crianza, desparasitantes, alimentos de engorde, con el fin de que el producto lácteo se encuentre en buen temple, aumente la producción diaria de la leche y el ganadero goce de la rentabilidad por la venta del producto.

Tabla 11*Meses donde se cosechan los productos agrícolas.*

Meses	Productos agrícolas			
	Papa	Maíz	Haba	Mellico
Enero	8%	4%	0%	4%
Febrero	2%	6%	4%	2%
Marzo	0%	0%	0%	0%
Abril	6%	10%	15%	15%
Mayo	25%	46%	48%	52%
Junio	23%	25%	25%	17%
Julio	15%	6%	6%	4%
Agosto	15%	2%	2%	2%
Septiembre	6%	0%	0%	4%
Octubre	0%	0%	0%	0%
Noviembre	0%	0%	0%	0%
Diciembre	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.

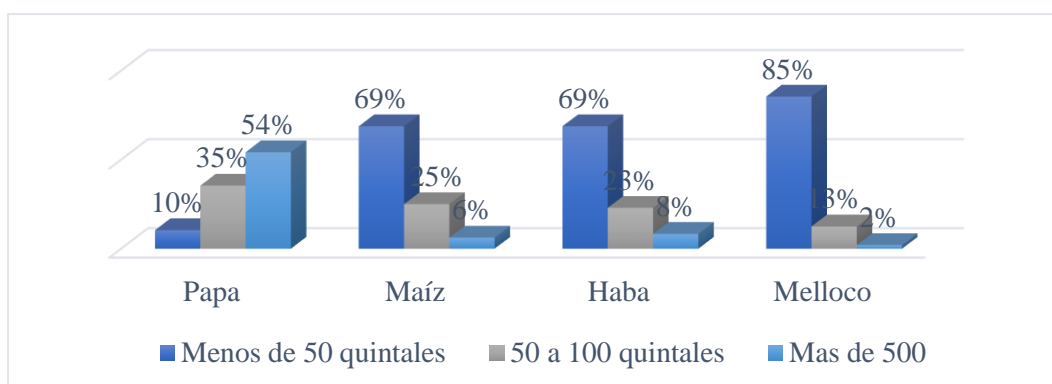
Figura 11*Meses donde se cosechan los productos agrícolas.*

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.

La parroquia El Carmelo está dedicada a la actividad agrícola especialmente para el cultivo y cosechas de ciertos productos, como primer caso se encuentra la papa que donde el 25% máximo de los pobladores señalaron que se cosechan entre los meses de mayo, junio, julio hasta agosto dependiendo de las condiciones climáticas del sector donde esos tiempo son adecuados de acuerdo a las lluvias que se dan ayudando al riego de agua porque no cuentan con maquinaria de riego para los cultivos como la sequedad durante esa temporada, en esas fechas también se dan el maíz, haba y mellico que son productos para el consumo de la familia, a veces solo son para la venta especialmente en la ferias que realiza la junta parroquial y el Gobierno provincial.

Tabla 12*Cantidad de quintales de los productos agrícolas cosechadas al mes.*

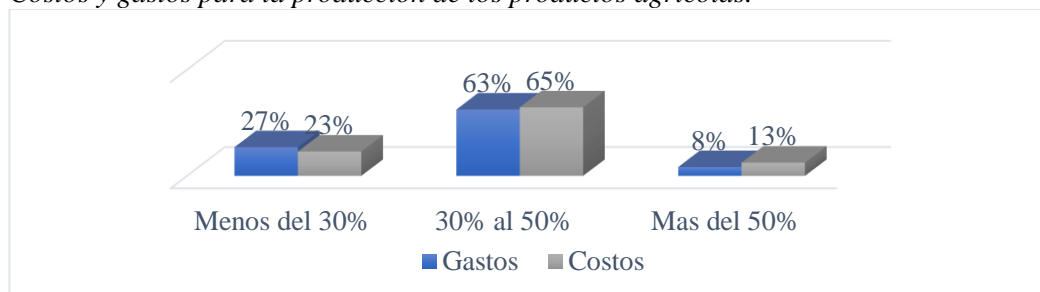
Cantidad	Productos agrícolas			
	Papa	Maíz	Haba	Mellico
Menos de 50 quintales	10%	69%	69%	85%
50 a 100 quintales	35%	25%	23%	13%
Mas de 500	54%	6%	8%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.**Figura 12***Cantidad de quintales de los productos agrícolas cosechadas al mes.***Nota.** Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.

Según el PD y OT (2015) de la parroquia El Carmelo, en la localidad existe alrededor de 150 productores especialmente para la producción de la papa, dispone aproximadamente de 1.326 hectáreas para realizar las actividades agrícolas en los sectores de Playa Alta, Playa Baja, Cartagena, Buena Vista y el Aljun, el 54% de los agricultores señalan que la producción de papa se cosechan más 500 quintales al mes gracias a las áreas y al suelo fertilizante que existe en la zona, para la cultivo de la haba, maíz, mellico se produce menos del 50 quintales al mes según el 69% y el 85% de los pobladores encuestado debido que son solo para el consumo de cada individuo, de la misma manera el crecimiento la producción de los productos agrícolas es fundamental para los productores porque distribuyen con gran cantidad hacia los mercados mayoristas, minoristas y generar mayores ingresos por la venta en el mercado local.

Tabla 13*Costos y gastos para la producción de los productos agrícolas.*

Porcentajes	Gastos	Costos
Menos del 30%	27%	23%
30% al 50%	63%	65%
Mas del 50%	8%	13%
Total	100%	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.**Figura 13***Costos y gastos para la producción de los productos agrícolas.***Nota.** Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.

La agrícola es la principal actividad que los pobladores de la parroquia El Carmelo se dedican a un que no es la más remunerada como otros trabajos , pero hay que recalcar que es un sector que se encuentra como estructura para el desarrollo económico, el 63% de los agricultores señalan que es la actividad que más genera gastos para el cuidado del producto y este llegue a las manos del distribuido en un buenas condiciones, es por ello que los agricultores compran productos de fertilizantes químicos como el Cal agrícola que es usado para corregir el PH de los suelos y obtener buenos resultados en los cultivos de papa, maíz, haba y melloco, también se requiere la aplicación de agroquímicos para prevenir las enfermedades y plagas que dañan a la producción, la asistencia técnica de un profesional en el área agrícola debido a que muchos agricultores no consideran la cantidad de ingrediente activo que aportan a la planta y aplican una desmedida del agroquímico, plasmando el 30 al 50% de gastos de igual forma la pérdida del tiempo de cosecha, el 65% de los encuestados argumentaron que para el proceso de producción se utiliza la materia prima que son las semillas agrícolas para procesar el cultivo de los productos antes mencionado, equipamiento para el agricultor, maquinaria como bombas, riego entre otros costos obteniendo entre el 30% al 50% de costos de producción en un promedio de 5.000 dólares en la cual se destinan a la adquisición de los insumos agrícolas que requiere el agricultor para obtener el producto en este caso la papa, maíz, haba y melloco.

Tabla 14

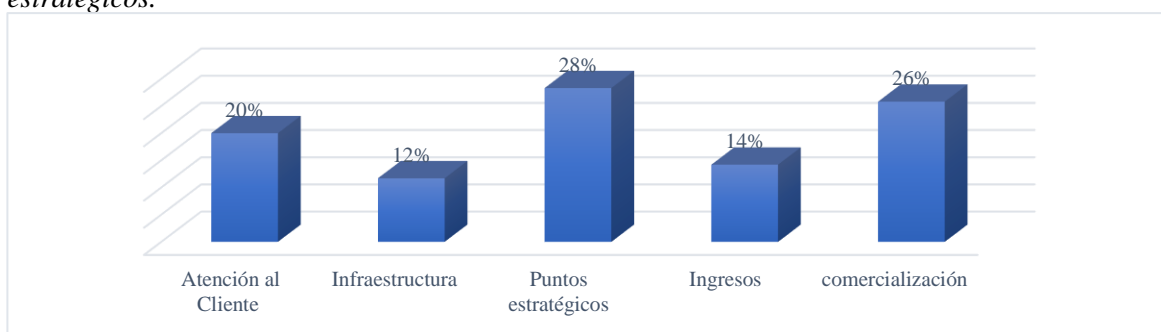
Aspectos importantes de los negocios mediante la atención al cliente, infraestructura y puntos estratégicos.

Aspecto de los negocios locales	F	P
Atención al Cliente	24	20%
Infraestructura	14	12%
Puntos estratégicos	34	28%
Ingresos comercialización	17	14%
	31	26%
Total	120	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 14

Aspectos importantes de los negocios mediante la atención al cliente, infraestructura y puntos estratégicos.



Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

En la parroquia predomina diversos factores económicos, fundamentalmente de varios negocios locales que poseen aspectos importantes, se caracterizan por su espacio físico y administrativo, se puede observar que el 28% de los moradores opinaron que la ubicación de los negocios locales se encuentran en un punto estratégico debido a la influencia de personas nacionales, extranjeras y de los moradores que transitan en el lugar, se dedican a las actividades económicas, sin embargo la infraestructura de esos lugares requieren de mantenimientos, innovación en las fachadas mediante el diseño de las instalaciones, publicidad, creación de rótulos opinaron el 12% de los encuestados, principalmente requiere de atención al cliente donde el 20% señalaron que hace falta capacitación a los dueños de los negocios de como atender al cliente cercano y lejano para que se sientan satisfechos, regresen y comente positivamente de las actividades comerciales que se desarrollan en la localidad ayudando al incremento de los consumidores, debido al Covid 19 los ingresos se mantiene bajos informaron el 14% de los dueños de cada negocio, los moradores permanecen en casa, por miedo al contagio de igual forma la comercialización se vio afectada por la pandemia y por qué la junta parroquia les falta asesoría para mejorar el sistema de comercialización opino el 26% de los pobladores.

4.1.3. Bienestar cohesión Social

4.1.3.1. La educación como base del Bienestar cohesión social

Tabla 15

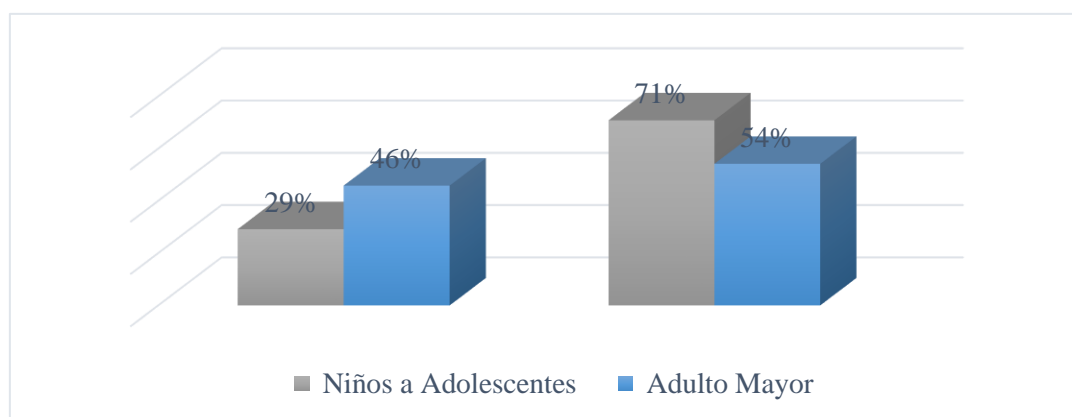
Disminución de la tasa de analfabetismo de niños a adolescentes y del adulto mayor.

Tasa Analfabetismo	Niños a Adolescentes	Adulto Mayor
No	29%	46%
Si	71%	54%
Total	100%	100%

Nota: fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 15

Disminución de la tasa de analfabetismo de niños a adolescentes y del adulto mayor.



Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La tasa de analfabetismo de niños a adolescente y de adultos mayores han disminuido considerablemente, en la figura 15 se puede recalcar que el 71% de los moradores manifestaron que los niños y jóvenes son los que ya no cuentan con analfabetismo gracias a que existen instituciones educativas donde los docentes incentivan al buen hábito de lectura y escritura en la cual en el ámbito académico y personal de cada estudiante, según la Unicef (2015) refleja que el 92, 52% son los que asisten a las diferentes instituciones. El 54% de los encuestados manifestaron que en los mayores adultos son los que saben leer y escribir debido a que la localidad brinda programas de educación básica, por medio de capacitaciones y formas de aprendizaje con el objetivo de que se vaya disminuyendo poco a poco el analfabetismo y lograr la calidad de vida que los niños, adolescentes y adultos mayores necesitan.

Tabla 16

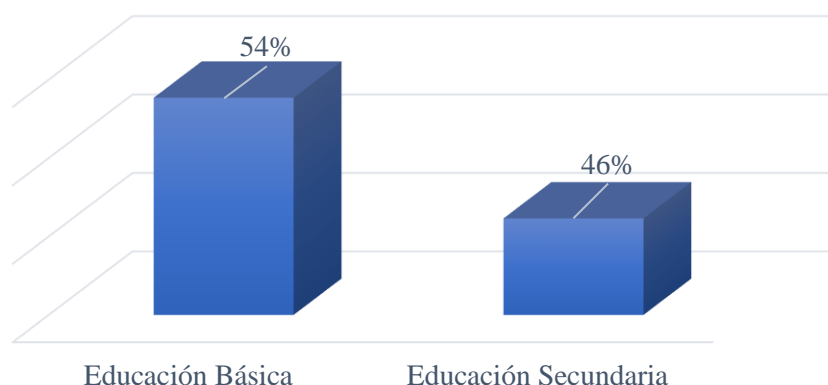
Nivel de educación que cuenta la parroquia El Carmelo.

Nivel de educación	F	P
Educación Básica	35	54%
Educación Secundaria	30	46%
Total	65	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 16

Nivel de educación que cuenta la parroquia El Carmelo.



Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La población de la parroquia el Carmelo ha logrado un nivel medio del 51% de personas formadas en las escuelas primarias, sin embargo, se debe revisar que en la actualidad la obligación es cumplir con 10 años de instrucción o educación básica, lo que significa que se debe impulsar el programa de básica universal, en los últimos años el 20% han logrado terminar la escuela básica y el 10,6% apenas lograron concluir la escuela secundaria. (PD y OT, 2015), según la encuesta realizada a los moradores el 54% consideraron que más de la mitad de los niños acuden a las escuelas para desarrollar su formación académica básica, y el 46% expresaron que los adolescentes acuden a las instituciones secundarias para adquirir nuevos conocimientos de calidad, aunque no es suficiente esos niveles de educación debido a que se necesita instrucción académica de tercer nivel para sustentar al hogar con las mejores condiciones de vida y económicas.

Tabla 17

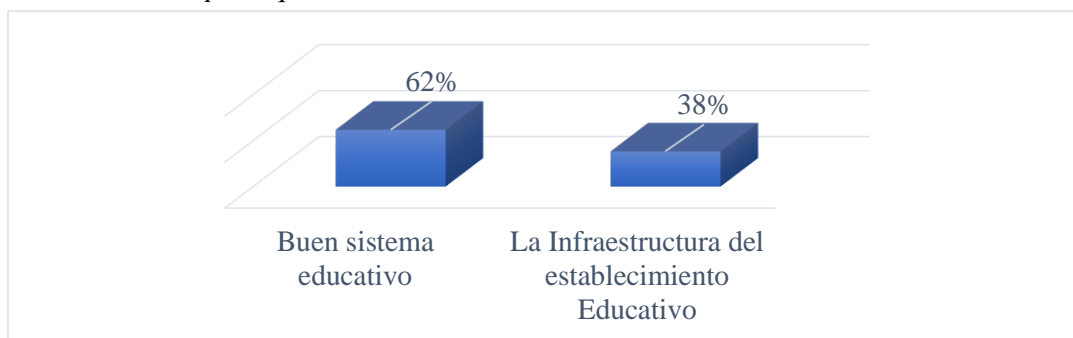
La adecuada Infraestructura y el buen sistema educativo de los establecimientos educativos de la parroquia.

Establecimientos educativos	F	P
Buen sistema educativo	21	62%
La Infraestructura del establecimiento Educativo	13	38%
Total	34	100%

Nota: Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 17

La adecuada Infraestructura y el buen sistema educativo de los establecimientos educativos de la parroquia.



Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Los establecimientos educativos son adecuados para los moradores de la parroquia, acoge a todas la personas sin importar la edad, genero, clase social o etnia, tienen derechos a la educación y a un futuro lleno de oportunidades ya que la educación es la base fundamental que permite adquirir nuevos conocimientos y desarrollar habilidades para ser puestos en práctica, se puede observar en la figura que el 38% de los pobladores opinaron que esos establecimientos se requiere mejorar las instalaciones debido a que algunas infraestructura se encuentran en malas condiciones y obsoletos, también se debe mejorar el sistema educativos como son las nuevas técnicas de estudio por medio del uso tecnológico y que las clases no sean rutinarias y tradicionales si no sean recreativas e innovadoras aun que el 62% de los pobladores señalan que si hay un buen sistema educativo a un necesita mejorar ese sistema educativo con el fin de que los estudiantes se sientan a gusto con la educación que se brinda en la localidad.

4.1.3.2. El entorno cultural de El Carmelo

Tabla 18

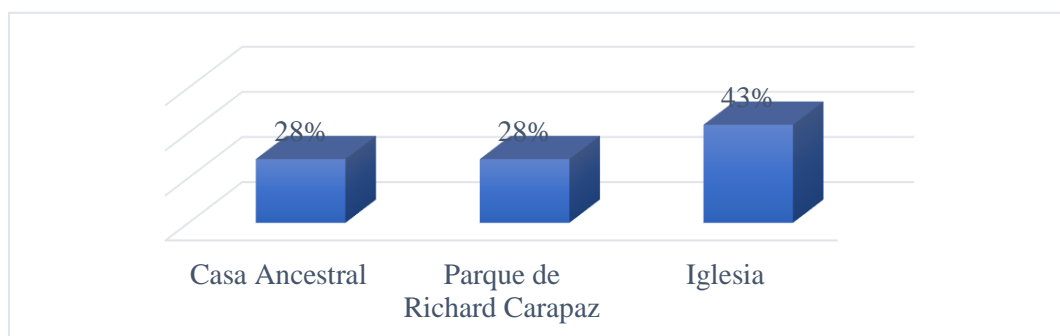
Patrimonios tangible de la parroquia.

Patrimonios tangibles	F	P
Casa Ancestral	26	28%
Parque de Richard Carapaz	26	28%
Iglesia	40	43%
Total	92	100%

Nota: Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 18

Patrimonios Tangibles más importantes en la parroquia.



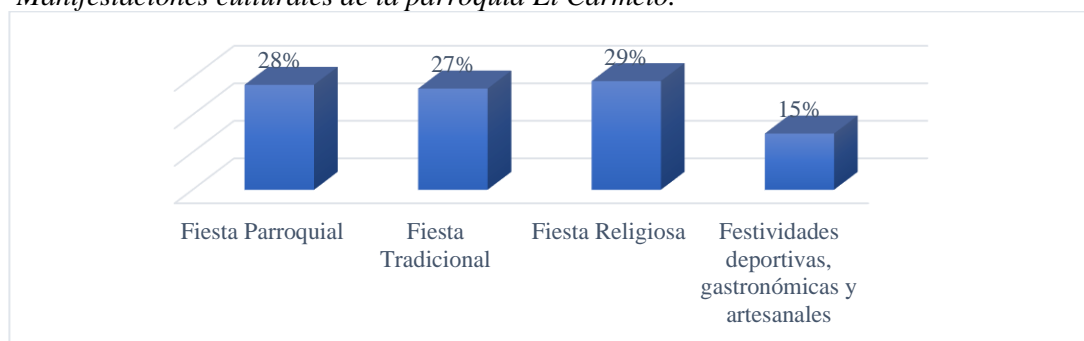
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

El patrimonio cultural es de gran importancia por ser un legado que debe ser preservado, valorado, protegido, conservado por la comunidad, la mayoría de los moradores hacen uso de espacios públicos para desarrollar distintas actividades ya sea de óseo, ejercicio, el parque de Richard Carapaz, es denominado gracias al homenaje de este ciclista por haber ganado varios trofeos internacionales según manifestaba el 28% de los pobladores encuestado, el 43% opinaron que la iglesia es patrimonio cultural y tangible antiguo en la parroquia en donde se realiza varios eventos religiosos y festividades patronales, por último se encuentra las casas ancestrales la cual el 28% de pobladores señalaron que es un patrimonio que en años pasados han sido abandonados y que hoy en día la junta parroquial quiere innovar creando un proyecto por la iniciativa del barrio 24 de mayo que fue motivación alguna de crear y participar en mi casa bonita un proyecto que quiere incentivar al renacimiento de los patrimonios culturales y generar atracción a los turistas recalco el presidente de la junta parroquial.

Tabla 19*Manifestaciones culturales de la parroquia El Carmelo.*

Manifestaciones culturales	F	P
Fiesta Parroquial	37	28%
Fiesta Tradicional	36	27%
Fiesta Religiosa	38	29%
Festividades deportivas, gastronómicas y artesanales	20	15%
Total	131	100%

Nota. Fuente Obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 19*Manifestaciones culturales de la parroquia El Carmelo.*

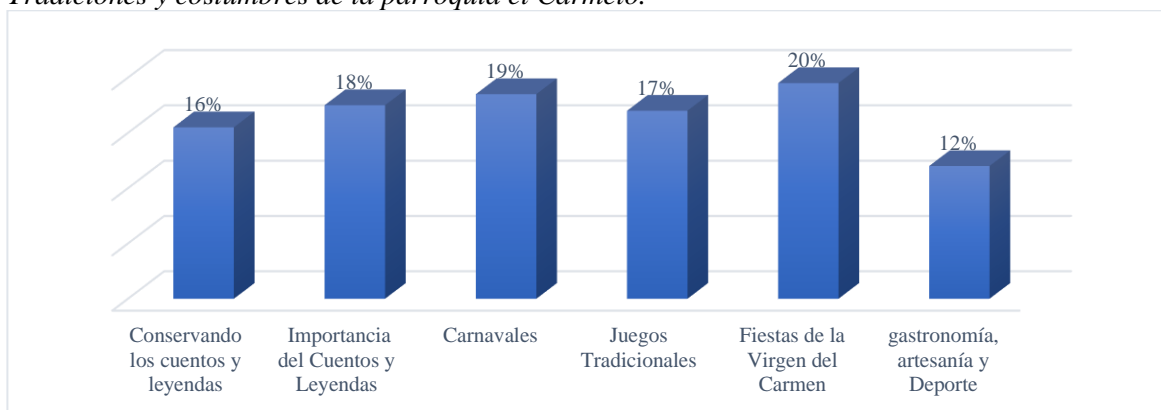
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

las manifestaciones culturales es aquel aspecto denotativo de auto comprensión e interacción de una sociedad la cual se expresa a través de hechos, practicas, conocimientos, habilidades, enseñanzas que a su vez se convierte en un atractivo que despierta el interés de lo importante y valioso que es palpar en la comunidad el celebrar las festividades en honor a la santísima Virgen del Carmen, del Divino Niño, de la Virgen Negra que se realiza la procesión al Cerro y la misa campal los moradores señalaron que el 29% celebran esas las festividades religiosas la cual es principal potencial gracias a la belleza histórica de cada santo, y existen personas devotas de otros lugares y visitan la parroquia, el 28 % de los pobladores manifiestan que las fiestas de Parroquialización se celebra mediante actos culturales, comparsas, conciertos y juegos tradicionales con el 27% , el 15% de los moradores opinaron que no existen mucha interacción en las festividades deportivas, gastronómicas y artesanales el motivo a que es una población lejana a las otras localidades y se dan cuando hay eventos grandes que promociona el Gobierno Provincial o municipal.

Tabla 20*Tradiciones y costumbres de la parroquia el Carmelo.*

Tradiciones y costumbres	F	P
Conservando los cuentos y leyendas	31	16%
Importancia del Cuentos y Leyendas	35	18%
Carnavales	37	19%
Juegos Tradicionales	34	17%
Fiestas de la Virgen del Carmen	39	20%
Gastronomía, artesanía y Deporte	24	12%
Total	200	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 20*Tradiciones y costumbres de la parroquia el Carmelo.*

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

En la parroquia El Carmelo como cualquiera comunidad han conservado los cuentos y leyendas manifestaron el 16% de los pobladores y el 18% han opinado que es importante especialmente por las personas mayores que expresaban los acontecimientos y vivencias de las historias pasadas que se daban, de ahí vienen los cuentos y leyendas sustentados por la parroquia desde hace años, el 19% de los moradores manifestaron que los carnavales son las mejores celebraciones por las carrozas, desfiles, conciertos del pueblo entre otros, existe en la parroquia donde van personas extranjeras y nacionales a celebrarlas, las fiestas de la virgen del Carmen es otra costumbre de celebración que desarrollan los pobladores por medio de misas, peregrinación, juegos tradicionales como el palo encebado es popular por la parroquia en un 17% se celebran cuando hay las festividades parroquiales, religiosa, los deportes, gastronomía y artesanales no se celebran mucho el 12% de los pobladores manifestaron que solo son ferias que se realizan cada año.

4.1.4. Capital territorial

4.1.4.1. Posicionamiento del territorio

Tabla 21

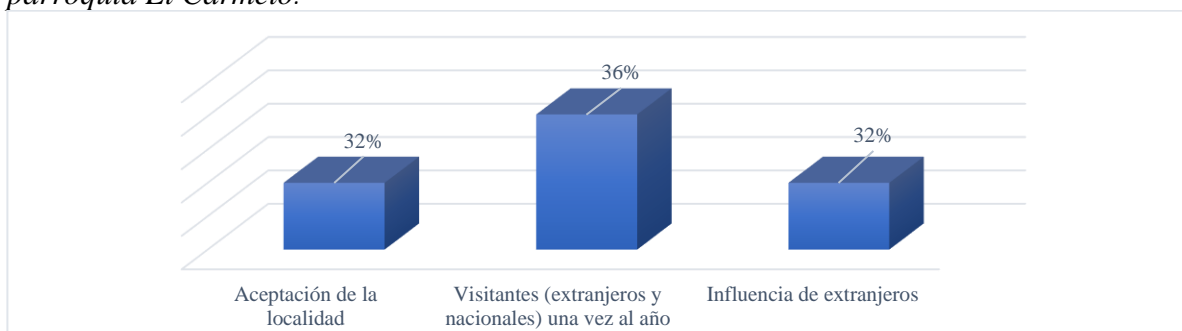
Imagen territorial, según la aceptación de los visitantes extranjeros y nacionales en la parroquia El Carmelo.

Desplazamiento a la localidad	F	P
Aceptación de la localidad	31	32%
Visitantes (extranjeros y nacionales una vez al año	35	36%
Influencia de extranjeros	31	32%
Total	97	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 21

Imagen territorial, según la aceptación de los visitantes extranjeros y nacionales en la parroquia El Carmelo.



Nota. Fuente obtenida de las encuestas realizadas a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La parroquia El Carmelo como anteriormente se había mencionado se encuentra con límite con Colombia por el Río Pun y el sur con la calle de 15 julio, la localidad se constituye un lugar de paso para las personas extranjeras, que utilizan como paso fronterizo y se albergan para los diferentes trabajos que elaboran diariamente la actividades comerciales, agrícolas y ganaderas PD y OT (2015), el 32% de los pobladores señalaron que la personas que más visitan son las colombianas, el 36% son los visitante que entran una vez al año según lo pobladores y la opinión del presidente, aprovechan las oportunidades comerciales que brinda la zona, la parroquia se caracteriza por ser un centro poblado considerado de tener agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, educación, salud, comerciales con infraestructuras y equipamientos en buen estado que requiere la población, turismo, interacción social con la comunidad, el 32% de los pobladores encuestados recalcaron que si tiene aceptación la localidad por visitantes tanto extranjeros como nacionales gracias a los factores antes mencionados como también provee de biodiversidad de flora y fauna.

Tabla 22

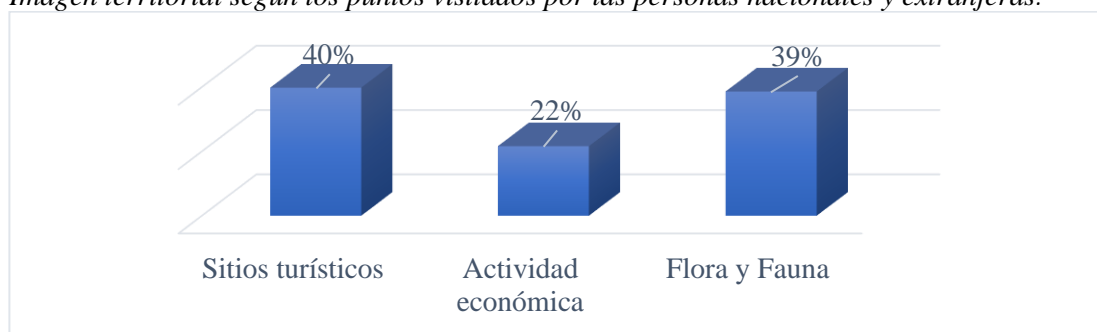
Imagen territorial según los puntos visitados por las personas nacionales y extranjeras.

Puntos visitados por las personas nacionales – extranjeras	F	P
Sitios turísticos	35	40%
Actividad económica	19	22%
Flora y Fauna	34	39%
Total	88	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 22

Imagen territorial según los puntos visitados por las personas nacionales y extranjeras.



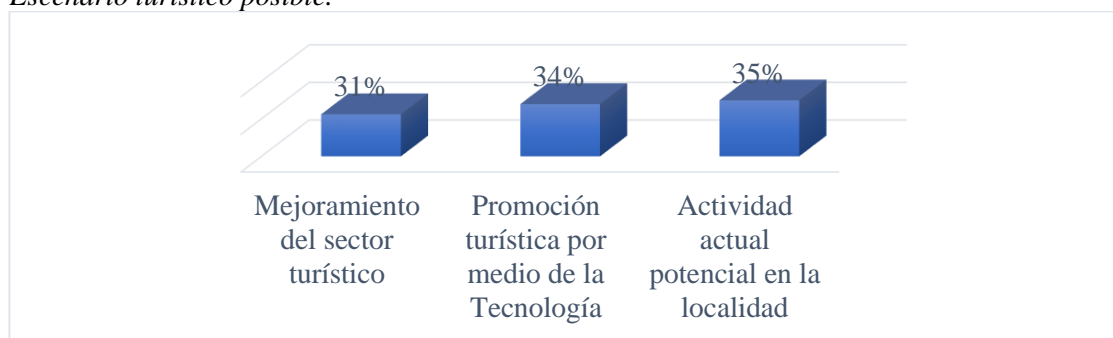
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de parroquia El Carmelo.

Mediante el criterio del presidente señalo que el ciclista Richard Carapas por el triunfo obtenido en el año 2019 y que la parroquia es el origen de este personaje, las personas del ecuador y extranjeras especialmente los turistas optan por visitar a la localidad y su principal punto a donde se dirigen es a los lugares turísticos que ofrece, donde 40% de los pobladores que manifiestan que esas zonas son la actualidad potencialidad en todo el sector que ha ayudado a reactivar la economía fundamentalmente en los sectores que se dedican al servicio comercial como hostelería, restaurante, tiendas, entre otros, el 22% manifestaron que es más visitada por las personas colombianas debido al trabajo que ellos elaboran en la zona como la agricultura y ganadería para llevar el dinero al hogar, el 39% de los pobladores recalcan que la flora y fauna es visitada por las personas que les gusta las nuevas especies que nacen en la zona como también de las que se encuentran en peligro de extinción ya que son individuos que les gusta cuidar la naturaleza especialmente de las que les llama la atención para ser estudiadas y analizadas con el fin de concientizar a los demás pobladores a que cuiden de la flora y fauna y sean conservadas como una pertenencia más en la localidad.

Tabla 23*Escenario turístico posible.*

Escenario turístico	F	P
Mejoramiento del sector turístico	34	31%
Promoción turística por medio de la Tecnología	37	34%
Actividad actual potencial en la localidad	38	35%
Total	109	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia El Carmelo.

Figura 23*Escenario turístico posible.*

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada de los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La parroquia El Carmelo cuenta con atractivos focales naturales como cordilleras, cascadas, parques, flora y faunas, miradores entre otros lugares que han llamado la atención de los turistas nacionales como extranjeros, según Udla (2015) argumenta que el turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y pertinencia de personas fuera de su lugar que están motivados para algo lucrativo, en la figura se observa que el 35% de los pobladores señalan que el sector turístico es el actual potencial del capital territorial de la localidad como también ha fortalecido la economía para varios pobladores especialmente de los negocios locales, el 34% en cambio mencionan que hace falta de promoción turística por medio de la tecnología, el presidente manifiesta que los lugares turísticos y cierta parte de la identidad parroquial son promocionados por un sitio web que es deficiente, falta diseño de igual forma no es muy conocida por las personas que se encuentran en las redes sociales, el 31% requiere que el turismo necesita mejoramiento en la infraestructura o en las fachada de cada sitio turístico para atraer más a los turistas por medio de la observación, en el sistema, las capacitaciones de las personas que pertenecen en ese sector.

Tabla 24

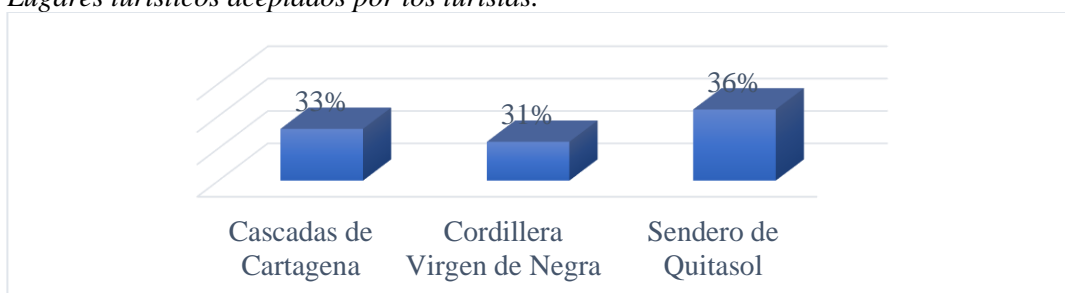
Lugares turísticos aceptados por los turistas.

Lugares turísticos	F	P
Cascadas de Cartagena	36	33%
Cordillera Virgen de Negra	34	31%
Sendero de Quitasol	39	36%
Total	109	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 24

Lugares turísticos aceptados por los turistas.



Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

El 36% de los moradores de la parroquia El Carmelo manifestaron que en la actualidad el lugar turístico más visitado es el Sendero de quitasol, este lugar es un proyecto nuevo diseñado por la Corporación de Quitasol y aprobado por la junta parroquial, se encuentra ubicado en el cementerio de la localidad, donde se puede observar 22 figuras grandes talladas en piedras cangagua a razón de las culturas, leyendas, flora y fauna, también se puede observar la aceptación de otros lugares turísticos como es la Cordillera de la Virgen Negra la cual el 31% es importante para los moradores, según el PD y OT (2015) es una áreas de cordillas cubierta de flora y fauna con especies como frailejones las más conocidas está el Zamarrico Pechidorado, las tangaras y los colibríes entre otros, consecuentemente se encuentra las Cascadas de Cartagena con el 33%, la cual es un sitio turístico de la comunidad de Cartagena a 5 kilómetros de la zona vía Tulcán, las cascadas tiene 30 metros de altura y 3 metros de ancho se forma en pendientes fuertes, a su alrededor hay una vegetación arbustiva, sobresaliendo el sauco, chollan y las moras, son lugares llenos de diversidades vegetales y animales la cual es el escenario turístico actual potencial que les llama la atención a los turistas de igual forma de amigos y familias en el que se llevan una bonita experiencia e momentos de relajación.

4.1.4.2. Recursos naturales como aporte al capital territorial

Tabla 25

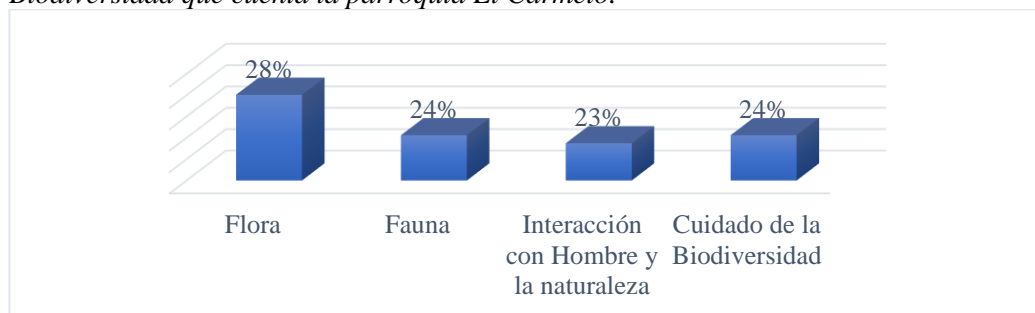
Biodiversidad que cuenta la parroquia El Carmelo.

Biodiversidad	F	P
Flora	37	28%
Fauna	32	24%
Interacción con Hombre y la naturaleza	31	23%
Cuidado de la Biodiversidad	32	24%
Total	132	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 25

Biodiversidad que cuenta la parroquia El Carmelo.



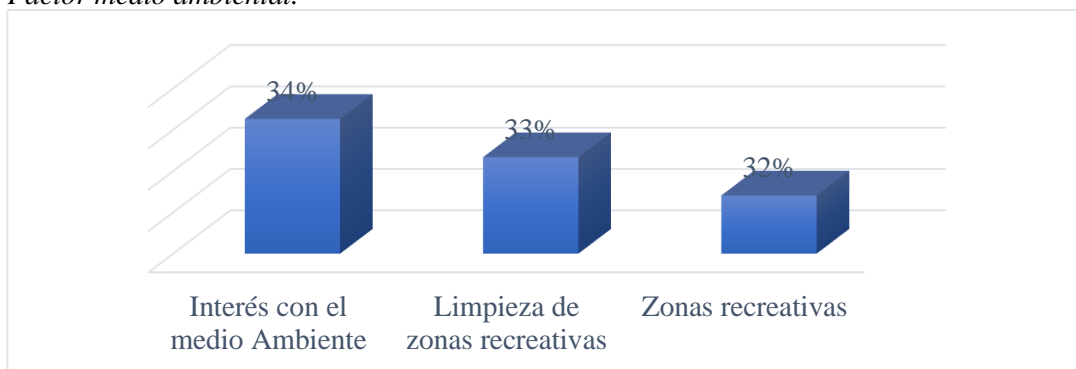
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La parroquia El Carmelo es una localidad llena de biodiversidad especialmente de la fauna donde el 24% de los encuestados argumentaron que esa zona es más protegida por las junta parroquial y la gestión de medio ambiente del gobierno provincial del Carchi especialmente por la especie de 133 aves ubicadas en diferentes avistamiento de aves en los sectores de Cartagena, Florida Alta, Florida Baja, El Aljún y partes bajas de la Cordillera Virgen Negra, son visitadas principalmente por expertos y aficionados a la ornitología de igual forma a los que conservan y le gusta la naturaleza, el 28% de los pobladores destacan a la flora mediante los sitios turísticos tal como la Cordillera de la Virgen Negra, las Cascadas de Cartagena, y el lugar de las orquídeas flores nuevas en especie y únicas del Ecuador, mencionando a lo anterior el hombre si está vinculado con la naturaleza manifestaron el 23% que hacen todo lo posible por unirse entre pobladores, junta parroquial y con la organización del medio ambiente a realizar ferias, recorridos, mingas, concientización social para perseverar la biodiversidad de la localidad, el 24% conservan el medio ambiente mediante la recolección de basura, proteger la explotación de los bosques, cuidado de los animales en conservación nuevos en su especie colaborar con que el lugar sea armónico, limpio y saludable.

Tabla 26*Factor medio ambiental.*

Medio ambiente	F	P
Interés con el medio Ambiente	37	34%
Limpieza de zonas recreativas	36	33%
Zonas recreativas	35	32%
Total	108	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada de los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 26*Factor medio ambiental.*

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Dorado (2015), argumenta que el factor medio ambiental es un conjunto de características de un todo, formado por elemento natural o medio físico o elemento creado por el hombre, comprende la atmosfera, el medio acuático, el suelo, a la fauna y la flora, relacionado con la cultura, educación, economía, salud, empleo entre otros, en la figura se puede observar que el 32% de los encuestados describieron que la parroquia El Carmelo cuenta con lo anterior dicho del autor Dorado principalmente está lleno de zonas recreativas como parques, canchas de futbol, básquet, coliseos, escuelas, colegios, centros de salud, mercados, etc., donde la comunidad se une para convivir socialmente, realizar actividades de trabajo, festividades parroquiales, patronales, educarse, salud, para interactuar con la naturaleza, es por ello que 34% consideran que debe existir interés con el medio ambiente donde ellos viven gracias a ello hay una condición de vida estable, también el 33% forjan por mantener las áreas limpias en la zonas mediante el sistema de recolección de basura, mingas, concientización social.

4.1.4.3. Conectividad Vial

Tabla 27

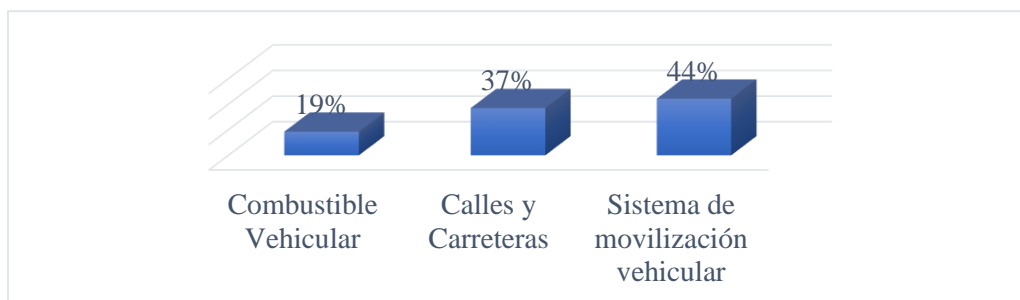
El sistema de transporte que se utiliza en la localidad.

Transporte	F	P
Combustible Vehicular	15	19%
Calles y Carreteras	30	37%
Sistema de movilización vehicular	36	44%
Total	81	100%

Nota: fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 27

El sistema de transporte que se utiliza en la localidad.



Nota. Fuente obtenida de las encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

El sistema de transporte se utiliza para que los pobladores se trasladen de un lugar a otro, también sirve para la movilización y distribución de los diferentes productos a los distintos mercados, es por ello que se tomado en cuenta los siguientes aspectos, el primero es la existencia de combustible vehicular, en la cual el 19% de los encuestados mencionaron que no contaban con un lugar de combustible público, es por ello que solo se establecían los pequeños negocios o contrabandistas, el 37% de los moradores señalaron que existe una adecuada calle principal con buen asfaltado de la vía de Julio Andrade hasta El Carmelo, las carreteras de El Carmelo para llegar a Colombia no se encuentran pavimentado lo que dificulta la movilización peatonal y vehicular, con respecto al sistema del transporte público el 44% conjuntamente con la opinión del presidente señalaron, haya la apertura de compañías de camionetas Punicuchin y Cufron, como también la apertura de buses de Trans Norte, que desplaza a una ruta de El Carmelo a Julio Andrade y desde Tulcán a Julio Andrade el bus con el mismo nombre.

Tabla 28

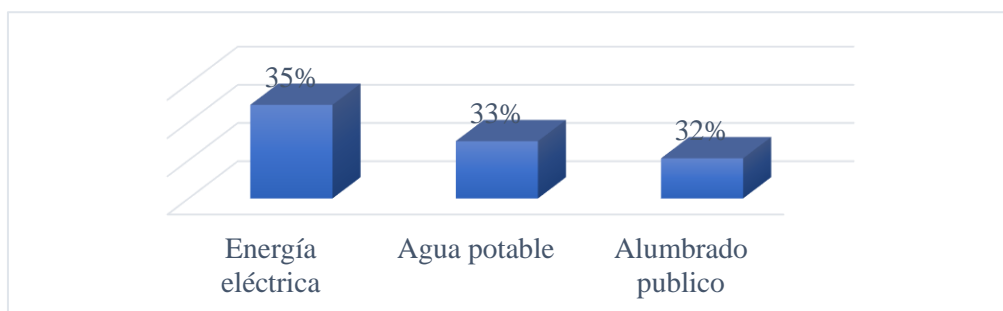
Servicios básicos que utiliza la parroquia El Carmelo.

Servicios básicos	F	P
Energía eléctrica	37	35%
Agua potable	35	33%
Alumbrado publico	34	32%
Total	106	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la *parroquia El Carmelo*.

Figura 28

Servicios básicos que utiliza la parroquia El Carmelo.



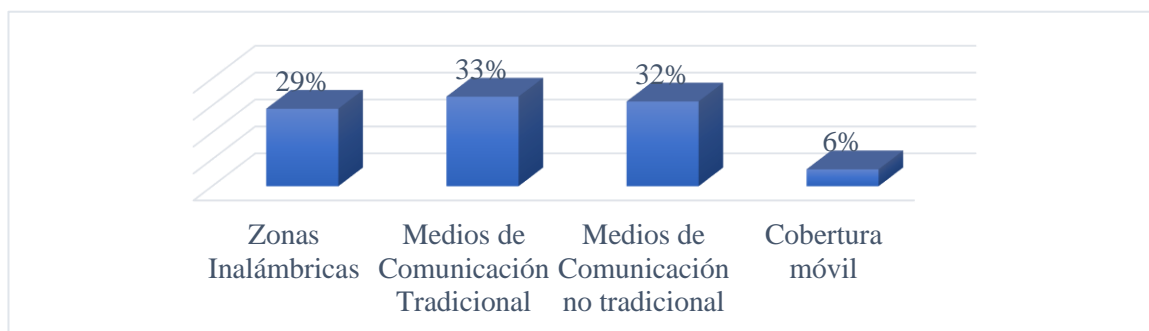
Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La accesibilidad de los servicios es fundamental para la parroquia El Carmelo, lo utilizan las personas con necesidades básicas como también para las diferentes actividades económicas, se puede observar que 35% de los pobladores señalaron que hacen uso de la energía eléctrica en las viviendas cercanas a la cabeza parroquial, la principal planta de energía eléctrica se encuentra en la comunidad El Aljún, el 32% manifestaron que hay alumbrado público en las diferentes zonas como el parque principal y por las afueras de ese lugar, según el PD y OT (2015) de la parroquia El Carmelo comenta que “ el agua potable es uno de los servicios ambientales que ofrece la cordillera Virgen Negra, la cual es aprovechado por la comunidad sobre todo para el consumo humano y abrevadero de animales”, la localidad se divide en 8 comunidades por lo que cada una dispone de una junta administradora de agua potable, a pesar de que se realiza la clarificación no es bueno para el uso, solo el 33% de los encuestados señalaron que hacen uso del agua purificada, los demás hacen uso de ríos, vertientes, sequias, entre otros.

Tabla 29*Accesibilidad de los servicios de telecomunicaciones*

Telecomunicaciones	F	P
Zonas Inalámbricas	32	29%
Medios de Comunicación Tradicional	37	33%
Medios de Comunicación no tradicional	35	32%
Cobertura móvil	7	6%
Total	111	100%

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 29*Accesibilidad de los servicios de telecomunicaciones*

Nota. Fuente obtenida de la encuesta realizada a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

La parroquia El Carmelo cuenta con accesibilidad a los servicios de telecomunicaciones, el 29% de los pobladores manifestaron que es una zona con poca conectividad inalámbrica, el papel fundamental de la tecnología en la sociedad contemporánea es seguir innovando para el crecimiento como territorio o país señala el PD y OT (2015) de la parroquia El Carmelo, el uso de los medios de comunicación no tradicional (internet) es que tiene más uso, donde el 32% de los pobladores utilizan para comunicarse con el exterior, existe disponibilidad de internet en dos Infocentro el primero se encuentra en el edificio de la junta parroquial y el otro en la comunidad Playa alta, existe dos Ciber café con cabinas telefónicas, la cobertura móvil ecuatoriana no hay en la parroquia, el 6% de los pobladores, mientras que el 33% de los moradores cuentan con medios de comunicación tradicionales como son 10 emisoras ecuatorianas y dos colombianas, tienen TV satelital CNT con una aproximado de 50 canales.

4.2. DISCUSIÓN

4.2.1 Introducción

En el estudio de caso de región transfronteriza Tamaulipas México Existen actores territoriales y regionales los cuales estudiaron aspectos basados en el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial, siendo indicadores que permiten el análisis de las variables de estudio, según Brannstrom & Neuman (2015) menciona que la región trasfronteriza de Tamaulipas México, tuvo éxito considerable donde se promovió como un lugar para vivir con grandes oportunidades económicas en el ámbito de la agricultura se presentó como un lugar de tierras fértiles, incluso con cierto exotismo debido a que contemplaba el desarrollo económico que viene siendo la columna vertebral que proporciona alimentos a los habitantes de la región, sin embargo la actividad turística se constituye fuerte debido a que se focaliza en lugares individuales en el que ofrece destinos turísticos exóticos y óptimos para el entrenamiento y promoción, guías promocionales, reportajes y anuncios publicitarios que fueron transmitidos en los medios de comunicación de Texas una de las principales empresas desarrolladoras de Rio Grande Valley fue la que vinculo las oportunidades residenciales y económicas con las actividades turística en las que se obtuvo un gran éxito debido a que promocionaron el sector económico y los lugares atractivos a la vez alcanzando beneficiar la región.

A nivel nacional el Ecuador se enfoca en el desarrollo económico centrándose en la economía solidaria, en los encadenamientos productivos, condiciones socioeconómicas y dinamismo en sus exportaciones con fin de mejorar los saldos comerciales. Para Rodríguez el “desarrollo” constituye una alternativa frente a esta peligrosa inserción pasiva de las economías latinoamericanas. Las condiciones para lograrlo se inscriben en el ámbito económico donde el propósito es alcanzar un crecimiento elevado y sostenido, a través del apoyo del patrón de cambio, la estructura productiva aquella que comprende tres sectores, la primera el sector primario incluye aquellas actividades productivas, la segunda el sector secundario o industrial se enfoca en el recurso natural pasa por varios procesos de transformación para obtener un producto final y el último sector terciario o de servicios comerciales que son los que se les ofrece a la sociedad en general, se vincula todos estos aspectos con el fin de considerar una resolución gradual y progresiva en la reabsorción paulatina de la crisis económica que vive un país.

4.2.2. La estructura del desarrollo económico incide en el capital territorial.

La tesis escrita por Robles, (2014) basada en las ciencias económicas y administrativas, hace referencia a los factores que inciden en el desarrollo económico son capital, trabajo y tierra, donde la tierra es aquel campo fértil que sirve para la producción de alimentos, el capital es el recurso indispensable y principal para la compra de herramientas o materiales para poner a producir la tierra y el trabajo es la mano de obra de los campesinos y ganaderos quienes viendo siendo el recurso fundamental para generar ingresos propios y también para la localidad.

Al modificar la estructura productiva ayudara a resolver de mejor manera los problemas económicos y sociales que se encuentran en la estructura económica, enmarca en producir resultados que son óptimos e proporcionales para el máximo bienestar y la calidad de vida del individuo en este caso el ciudadano de la parroquia, lo vincula con el capital territorial se manifiesta en las actitudes, conocimientos, capacidades, labores que en conjunto permite a los pobladores entablar diferentes estrategias y alcanzar los objetivos.

La relación entre el desarrollo y capital territorial se centra en la dimensiones socio culturales, económicas – productivas y físico ambiental de esta manera el desarrollo económico se dirige a la actividad agrícola donde el cultivo de cosechas de la papa, maíz, melloco, entre otros refleja un poco de tiempo, remuneración inferior al sueldo básico unificado y bajos ingreso económico obligados a emigrar a las ciudades cercanas y conseguir un trabajo estable para mantener a sus familiares.

La población de la parroquia El Carmelo es de 3.302 habitantes que se dedican a la actividad agrícola y ganadera, las personas encuestadas mencionaron que la actividad ganadera se destaca por los pobladores de la parroquia, gracias a que es la mejor remunerada por que la variación de precios han aumento considerablemente y la distribución del producto lácteo por litro al día entregados a las industrias se encuentra estables o constantes dentro y fuera de localidad, en la entrevista realizada al presidente de la junta parroquial señalo que en la actualidad el escenario turístico especialmente el proyecto actual desarrollado por la Corporación de Quitasol denominado el Sendero Quitasol conocido también como sendero de las figuras culturales, fauna y flora talladas de barro, refleja aumento de visitantes

extranjeros, nacionales e interés por los turistas reactivando económicamente el sector de servicios locales de los restaurantes, hostelería, entre otros, como también el reconocimiento del territorio de la parroquia El Carmelo.

4.2.1.1 Ficha técnica de proyecto para el diseño de la estrategia del desarrollo económico

FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO DEL DESARROLLO ECONÓMICO	
Integrantes:	Andrea Caicedo y Paola Mites
Curso:	10mo “B”
Fecha:	26/02/2021
Tema:	“Estrategia para la promoción de la economía del territorio la parroquia El Carmelo” enfocado al desarrollo económico

Identificación de la estrategia
<p>El modelo mercado céntrico permitirá al desarrollo económico de la localidad, enfocarse a los mercados externos como estrategia para dar dirección a la comercialización de los productos agrícolas y ganaderos locales a introducirse a nuevos mercados, mediante el acceso de conocimientos teóricos, tecnológicos y financieros podrá competir en el nuevo contexto, según la definición del aparato productivo, lo que acentuó la estructura de las economías del territorio, sobre todo orientas el proceso de masiva exclusión de agentes económicos para dar paso a la fructífera modernización productiva en las principales actividades de la zona.</p>
Objetivos
<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar el modelo mercado céntrico en las actividades agrícolas y ganaderas de la localidad, con el fin de mejorar el proceso de la comercialización de los productos agrícolas y ganaderos que beneficia la mayor parte de la parroquia y los lugares aledaños. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar en la parroquia el desarrollo económico de la principal actividad de la zona agrícola y ganadera. • Contribuir en capacitación a los pobladores que se dedican a la agricultura y ganadería referente a la estrategia extraída para que la pongan en práctica.

<p>Etapas que contemplan el proyecto</p>
<p>Ventaja</p> <p>La estrategia de mercado céntrico permite que las actividades propias a la localidad es resaltar la economía a un cambio el modo de proceso de comercializar los productos y generar ingresos que ayuden a la parroquia a reactivarse económicamente.</p> <p>Desventaja</p> <p>El proyecto es de largo plazo</p>
<p>Beneficiarios</p> <p>Los pobladores de la parroquia dedicados a la actividad agrícola que es la más afectada por la baja remuneración y la fluctuación de precios decrecientes y la actividad ganadera la que está estable en la actualidad.</p>
<p>Impacto del proyecto</p> <p>Poder reactivar el desarrollo económico de la localidad y que los pobladores dedicados a la actividad agrícola y ganadera que sus ingresos aumenten a través de la utilización de la estrategia del modelo de mercado céntrico en la cual tendrá una conexión para darle solución a la problemática que causando que las actividades no se reactiven.</p>
<p>Descripción del problema</p> <p>En la parroquia la actividad agrícola rige por agrupaciones campesinos, sin embargo, esta actividad se caracteriza por tener una baja remuneración de 10 a 12 dólares diarios dependiendo del género y edad, no supera el salario mínimo, en cambio en el sector ganadero es la que más se destaca en la localidad gracias al crecimiento de los precios fluctuantes especialmente por la distribución del producto lácteo en las industrias cercanas, pero necesita expandirse a nuevos mercados.</p>

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

4.2.3. Proceso del capital territorial a través de un modelo de bienestar cohesión social.

La investigación se centra en las zonas rurales enfocadas principalmente en la producción y asociación donde obtienen un fortalecimiento de la cohesión social, así como los vínculos e integración social dentro de cada una de las áreas, entre los diferentes colectivos y estructuras socio – relaciones entre los habitantes oriundos de la localidad como de personas extranjeras, dichos individuos dan a conocer sobre la situación geográfica, política, cultural, económica, ambiental, de sus zonas turísticas, fauna, flora, miradores, cascadas, entre otros que poseen el lugar. Solano (2016) argumenta que el modelo de cohesión social, se lo utiliza para lograr que la economía nacional sea competitiva y consigan altas tasas de crecimiento, genere abundantes oportunidades laborales y de ingreso, que son aprovechadas por cualquiera que cuente con una suficiente dotación de capital humano, (Salas, 2015) en cambio menciona que la cohesión social es un mecanismo encaminando en la conformación de la localidad de moradores, autoridades y dirigentes comunitarios donde integran una armoniosa convivencia social, política, interacción social, inclusión social, sentido de pertenencia, participación social, calidad de vida que vienen siendo los entes más involucrados que se han mantenido en el tiempo en un lugar o sitio.

El capital territorial a través del modelo de cohesión social se involucran factores como es patrimonio tangible, manifestaciones, tradiciones culturales según las 48 encuestas realizadas a los moradores manifestaron que son un legado preservados desde tiempos pasados especialmente por las personas de la tercera edad es por ello que en la entrevista realizada por el medio virtual al presidente de la junta parroquial argumento que conjuntamente con los moradores quieren seguir motivando a que se mantengan es por ello que ha iniciativa del barrio 24 de mayo se está creado un proyecto “mi casa bonita” es un proyecto donde las casas ancestrales son pintadas y remodeladas para que atraiga a las personas que visitan a la parroquia, la población de 3.302 habitantes posee de una educación académica básica y secundaria, salud, servicios básicos, cultura, economía que han ido mejorando, el territorio es un elemento completo y subjetivo debido a que es el motor de la zona que ayuda a la sustentabilidad del desarrollo el cual se lo genera a través del reconocimiento de los visitantes extranjeros que son capaces de invertir y de esta manera garantizar que estos lugares obtener una imagen positiva y obtener un crecimiento económico en la parroquia el Carmelo (Tóth, 2014)

4.2.3.1 ficha técnica de proyecto para la elaboración de la estrategia de bienestar cohesión social.

FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO DE BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL	
Integrantes:	Andrea Caicedo y Paola Mites
Curso:	10mo “B”
Fecha:	26/02/2021
Tema:	“Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo” - bienestar cohesión social.

Identificación del proyecto
<p>La estrategia se fundamenta en el modelo de medición de bienestar social, los niveles de bienestar, las condiciones de vida, el desarrollo económico, la eficiencia como se percibe la realidad en la localidad, al analizar esos factores se identificó el problema a raíz, en este contexto se da a conocer la situación en la que vive cada familia como es la estabilidad económica que es baja, la educación no cuenta con el suficiente sistema educativo, pero en el hogar cuenta los servicios básicos, cultural , sitios turísticos, mejoran la calidad de vida.</p>
Objetivos
<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evidenciar que la medición del bienestar social por medio de la obtención de resultados óptimos en el sistema educativo, en salud, vivienda confortable, participación ciudadana y un buen empleo que permita cambiar el estilo de vida habitual de las familias de El Carmelo. <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la estrategia de medición de bienestar social enfocados en los escenarios como educación, salud, vivienda, participación ciudadana, empleo, en general la calidad de vida de los moradores • Apoyar en el crecimiento social, observando la calidad de vida afrontada de cada uno de los moradores.
Etapas que contemplan el proyecto

Ventaja

Con el modelo de medición de bienestar social de los pobladores es identificar los factores que se establecen como el empleo, educación, salud, vivienda, participación ciudadana que son oportunidades para determinar los ingresos económicos, la satisfacción de las necesidades básicas, del medioambiente favorable dentro del entorno en el que se desenvuelven.

Desventaja

Es un proyecto a largo plazo.

Beneficiarios

Son las familias que se integran dentro de la parroquia El Carmelo especialmente los que se encuentra económicamente activos en las diferentes actividades económicas. La junta parroquial.

Impacto del proyecto

Esta nueva alternativa de adaptación crea escenarios para la aplicación del modelo que mida la cohesión social ejercida, por consiguiente, una red que impacte en el crecimiento social de la sociedad, equiparable con su crecimiento económico.

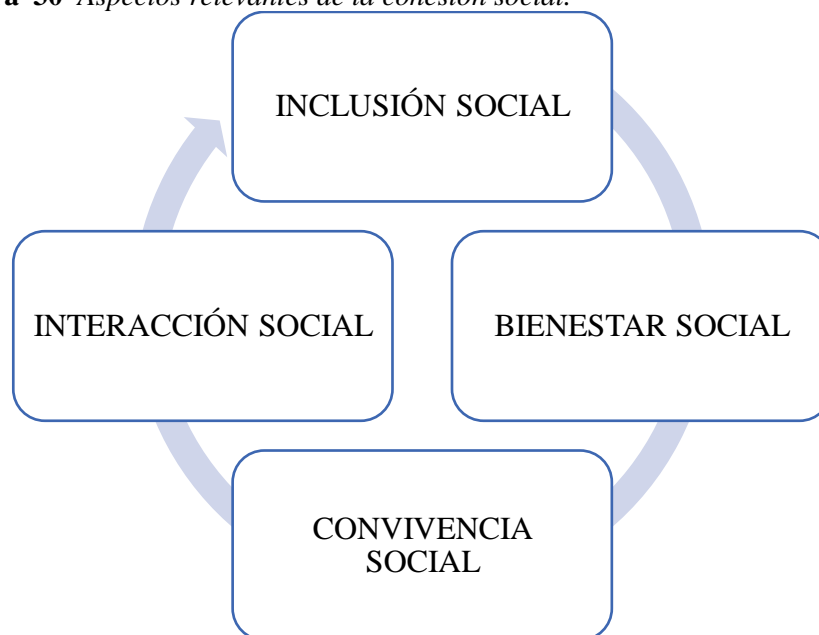
Descripción del problema

El problema latente en la parroquia El Carmelo es que se ha mantenido aislado, es decir que la población es vulnerable a la situación social como los bajos recursos económicos para sustentar el hogar, el desempleo en la localidad, el sistema educativo limitado que hace que las personas migren a otros territorios, pero conservan las culturas como tradiciones, costumbres, festividades que son la popularidad que ha mantenido a la parroquia reactiva la economía y su identidad parroquial por lo cual ayudan a mejorar en su mínima parte la calidad de vida de cada ciudadano de El Carmelo.

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

4.2.4. Aspectos relevantes de la cohesión bienestar social vinculando al desarrollo económico y capital territorial de la parroquia El Carmelo.

Figura 30 Aspectos relevantes de la cohesión social.



Nota. Ítems importante en el bienestar cohesión social

De los términos implantados en el gráfico se define los aspectos relevantes como:

- **La inclusión social;** se enfoca en las personas que son de clase baja, tienen un mínimo recurso económico y exclusión social donde permite poder gozar de oportunidades de factores como el acceso de los servicios básicos, de la educación, cultura, económico para la calidad de vida de cada uno de los moradores de la localidad.
- **Bienestar social;** constituye en que los habitantes del lugar gocen de las mismas oportunidades, de tener un trabajo, de la equidad de las leyes entre las actividades agrícolas, ganaderas, turísticas, servicios locales porque todas esas actividades son importantes y deben ser remuneradas igualmente.
- **Convivencia social;** en una localidad debe existir armonía en la convivencia social entre autoridades tanto parroquiales como comunitarios y moradores dentro del entorno que les rodea.

- **Interacción social;** mantener por completo las festividades, manifestaciones, patrimonios, biodiversidad que permita expresar hechos, conocimiento, habilidades, experiencia y palpar en la comunidad lo valiosos que son esos factores para la identidad territorial donde reflejan mayor potencialidad en la localidad.

La cohesión bienestar social es la vinculación de diferentes factores especialmente del desarrollo económico y capital o identidad territoriales, donde se refleja no solo en el territorio de la parroquia El Camelo si no en el mundo modernizado, todo influye y se involucra dentro del entorno como la tecnología, la economía, social, cultura, política, biodiversidad, otorga especial importancia a los objetivos de aumentar competitividad, promoción, potencialidad y calidad de vida tanto de los pobladores como de la localidad donde cada territorio lucha por conseguirlo, según las encuesta realizadas a los 48 moradores conjuntamente con la opinión del presidente se quiere que la parroquia El Carmelo busque nuevas oportunidades, estrategias que permitan vincular a la población con las actividades ganaderas, agrícolas, culturales, lugares turísticos que promocionen la economía y el bienestar del ciudadano y la identidad territorial beneficiando a los 3.302 habitantes de la localidad.

La Parroquia el Carmelo no cuenta con una marca que identifique recursos culturales, naturales, siclismo, gastronomía, festividades, cascadas, paramo, vegetación que posee un lugar de origen en donde al vincular el diseño de marca territorial en la comunidad fortaleciera las debilidades del sector, la cual busca atraer visitantes e inversinistas con la finalidad de obtener beneficios múltiples a través de la experiencia positiva y formen una imagen significativa orientada a posicionarse en la mente de los turistas, generándole satisfacción en la forma de hacer tangible el servicio prestado, por tanto la oferta turística debe caracterizarse en la gastronomía, en los centros culturales, puntos históricos, zonas paisajistas, servicio de hotelería y restaurante su promoción ayudara a incrementar la demanda al mismo tiempo se obtendrá una mejor relación mutua entre los habitantes oriundos con los extranjeros, es por ello que se deberá superar las expectativas del visitante, debido que es primordial un trabajo conjunto con la comunidad, autoridades deben estar ligados al fortalecimiento de todos los aspectos relacionados con la creación del producto turístico.

Mediante el caso de estudio paisaje cafetero colombiano este aborda la matriz de marketing territorial y las 7P'S, está focalizado en la actividad agrícola, ganadera, el bienestar social, involucra la identidad corporativa y a la comunidad por medio de festividades religiosas, carnavales, parroquiales, patrimonio, costumbre, por biodiversidad de la flora y fauna, sitios turísticos, conciencia del medio ambiental son las que genera una mejor promoción económica, busca de esta manera obtener un buen posicionamiento del territorio ante otros, argumenta Rodríguez García (2017), para el desarrollo del marketing territorial y sus 7P'S, es fundamental la aplicación de cada una de ellas para el proceso de comercialización de los productos y servicios locales lleguen a cada uno de los clientes con características destacadas, cumpliendo con las necesidades actuales del mercado, también impulsar el turismo que es el escenario actual que permite promocionar a la zona por sus lugares turísticos, revivir los patrimonios culturales, manifestaciones para no perder la identidad territorial, considerando que la siguiente estrategia conlleve al cumplimiento de los objetivos de la investigación.

La investigación fue de gran importancia porque al involucrar el diseño de la estrategia en este caso el modelo de medición de cohesión social, permitirá que aquel aislamiento y vulnerabilidad en la situación social cambie y que los pobladores se relacionen de mejor manera con los visitantes extranjeros obteniendo una armoniosa integración social así se conseguirá resultados óptimos a través de esta alternativa porque ayudara a mejorar el nivel de pertenencia que desarrollan dentro del entorno, también al integrar las estrategias al desarrollo económico, bienestar cohesión social y al capital territorial fundamentalmente el diseño de la matriz de marketing territorial y sus 7 P'S en la parroquia se fortalecerá los lugares naturales que posee como son las cascadas de Cartagena, la cordillera de la virgen negra , las piscinas de tesalia, los servicios de hotelería, de restaurante, a reactivar los patrimonios, esto se hará a través del trabajo arduo con los moradores y dirigentes de la junta parroquial, donde se tiene como propósito promocionar el territorio, con la finalidad de que crezca económicamente la comunidad.

4.2.4.1 ficha técnica de proyecto para el diseño de la estrategia del capital territorial

FICHA TÉCNICA DE PROYECTO DEL CAPITAL TERRITORIAL	
Integrantes:	Andrea Caicedo y Paola Mites
Curso:	10mo “B”
Fecha:	26/02/2021
Tema:	“Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo”- capital territorial.

Identificación del proyecto
<p>Al introducir la matriz del marketing territorial de las 7 P’S esta estrategia se enfocara en la parte geográfica, política, social y medio ambiental donde mejorara estos campos, desarrollo económico y estas zonas se encuentran desfavorecidas debido a la falta de conocimiento de las autoridades, dado que el capital social tiene que ver con la valoración de las relaciones útiles entre individuos, las cuales son usadas para satisfacer necesidades comunes y permiten mejorar las condiciones de vida de los individuos, se plantea al capital territorial como un mecanismo de desarrollo.</p>
Objetivos
<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none">• Fortalecer el capital territorial mediante los lugares turísticos donde se encuentran las zonas verdes, cascadas, paramos, senderos, especialmente el Sendero de Quitasol con la participación de la Corporación Quitasol que permita el crecimiento económico. <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none">• Asesorar a las Corporación de Quitasol, por medio del patrocinio de alguno de las figuras que están talladas de fauna, flora o de su cultura logrando reconocimiento de la parroquia,• Asesorar a las autoridades para que sean embajadores en la atención al cliente para que el turista se convierta en la mejor publicidad.

<p>Etapas que contemplan el proyecto</p>
<p>Ventajas</p> <p>Al introducir la matriz del marketing territorial de las 7 P'S es crecer el desarrollo económico y reactivar el sistema natural mediante el sitio turístico del Sendero de Quitasol que se encuentra en la localidad.</p> <p>Desventajas</p> <p>El proyecto es a largo plazo.</p>
<p>Beneficiarios</p> <p>Los pobladores de la localidad, especialmente los del sector turístico como también los que se dedican a los servicios de restaurante, hostelería, entre otros, la identidad territorial gracias a que se promocionara el lugar turístico.</p>
<p>Impacto del proyecto</p> <p>La matriz del marketing territorial de las 7 P'S es una técnica que se adaptara en el escenario turístico, fortaleciendo el lugar turístico Sendero de Quitasol permitiendo promocionar el territorio parroquia El Carmelo con el fin de crecer económicamente y mejorar la calidad de vida de la comunidad.</p>
<p>Descripción del Problema</p> <p>Desde hace años la localidad ha vivido distancia o alejada a otras localidades, ocasionando que los pobladores no conozcan el lugar, los pobladores solo han vivido de la agricultura y ganaderías que no alcanzaba para sustentar a la familia completamente, las zonas locales como los servicios de restaurante, hostelería, entre otros no contaba con un alto nivel de ventas, pero en la actualidad la Corporación de Quitasol desarrollo un proyecto del Sendero de Quitasol un lugar figuras talladas de barro de la flora, fauna y de la cultura que la parroquia El Carmelo que es el potencial parte del sector turístico.</p>

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Haber realizado la investigación fue una gran experiencia por que permitió conocer de cerca el problema latente de la parroquia El Carmelo a través del estudio de campo y con el diseño de la estrategia se podrá fortalecer cada una las debilidades encontradas, de esta manera potencializar las características de la zona como es el desarrollo económico cohesión bienestar cohesión social y capital territorial.
- Durante la investigación se identificó las principales actividades que se destacan en la composición económica son la agricultura, ganadería y el turismo, son aquellas que aportan al sector económico, los productos sobresalientes en la zona son la papa es comercializado a los mercados mayoristas y el producto lácteo hacia las industrias, ofertados a los consumidores con el fin de generar ingresos para el crecimiento económico de la parroquia El Carmelo.
- En el bienestar cohesión social de los pobladores se analizó factores como la educación aquel sistema educativo que necesita mejoras, convivencia social, interacción por los habitantes de la localidad, la cultura mediante las celebraciones de festividades, tradiciones, costumbres donde se expresan a través de hechos, practicas, conocimientos, habilidades, experiencias que despiertan interés de lo importante y valioso que es palpar este potencial social en la comunidad.
- La parroquia también posee gran diversidad de flora y fauna gracias a la indagación que se hizo del capital territorial se identificó el potencial escenario turístico, cuenta con vías adecuadas para el transporte de vehículos, servicios básicos, los servicios adicionales como son restaurantes, hostelerías, internet otros, con el objetivo de posicionar la imagen del territorio a través de la implementación del marketing territorial y las 7P'S, se lograra reconocer el lugar por las personas extranjeras y nacionales.

- Se analizó mediante el método factorial SPSS datos enfocados al desarrollo económico, bienestar cohesión y capital social, con este instrumento permitió analizar los resultados y discusión con la finalidad de diseñar una estrategia enfocado a la mejora económica, social, culturales, ambientales que permitan promover a la parroquia El Carmelo.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir realizando estas investigaciones que aportan más información acerca del desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial dentro de un territorio con el fin de contribuir en esos factores, gracias a los análisis realizados permitan identificar el problema que afecta a la localidad especialmente a sus ciudadanos y con ello buscar una solución a esa problemática.
- Se recomienda involucrar el marketing territorial y las 7P'S en la investigación, permitirá promocionar la imagen del territorio esencialmente las características que lo potencializan y se destaca de los demás territorios aledaños, como también obtener un mejor desarrollo territorial, crecimiento económico e innovación y mejor calidad de vida de los pobladores.
- A las autoridades de la parroquia El Carmelo tomar interés a los factores negativos y positivos que se encuentran en el lugar, comiencen a trabajar en equipo integrando proyectos los cuales aporten a la mejora de las actividades productivas, ganaderas y turistas que son las que se destacan en la actualidad, así cambiar el estilo de vida de la comunidad
- Se recomienda el uso de modelos estadísticos para tener conocimiento de todas las variables que influyen en el desarrollo económico, bienestar cohesión social y capital territorial, permita analizar y evaluar los resultados de la base de datos obtenidos, facilitando el manejo de la información, identificando los aspectos que inciden en el problema de estudio para fortalecer los sectores agrícolas, ganaderos y turístico obteniendo soluciones que proporcione la durabilidad y procesos con la comunidad.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, I. (2017). *Principios del Desarrollo Económico*. Bogotá: ECOE.
- Baque, E. (2015). *Plan de desarrollo economico*. Obtenido de repositorio: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/2617>
- Dorado, N. A. (2015). *Que es la Biodiversidad*. España: Ecomilenio.
- Duque, E. (2015). *Concepto de la calidad de servicios*. Obtenido de Modelos de los servicios de los negocios locales: <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Durkheim, É. (2014). La Teoría Sociológica de la Acción. *SciELO*, 1-16.
- Fernández, T. A. (2009). *El Concepto de Cohesión Social. Escalas de aplicación, sistemas de medición y políticas derivadas*. Sevilla: Facultad de Geografía e Historia. Universidad de Sevilla.
- Ferrell, M., & Hartline, P. (2017). *Estrategias de Marketing*. México: CENGAGE LEARNING.
- Fredes, S. D. (2015). *Las Infraestructuras Publicas. Fundamentos Constitucionales y Económicos de la intervención estatal y de la participación activa de los particulares en el mercado*. Santiago, Chile : UNIVERSIDAD DE CHILE.
- Gallastegui, J. (2017). *Geografía e Identidad Territorial*. Tonsupa: Universidad de Playa Ancha.
- German, G. (Diciembre de 2017). *Tesis y monografías ideas originales*. Obtenido de Diseño metodologico: <http://tesisymonograficos.blogspot.com/p/disenio-metodologico.html>
- Gonzales, X. (2015). *Estrategis de Marketing Territorial*. Obtenido de Departamento de estudios Urbanos y medio ambiente: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-09482015000200005
- Hernández, L. L. (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *SciELO*, 1-5.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agrícola (IICA). (2018). *Plan de Mediano Plazo 2018-2022 por IICA*. Costa Rica: Cooperación para la Agricultura – San José, C.R.: IICA.

Mankiw, G. (2017). *Principios de Economía*. México : CENGAGE LEARNING.

Mazurek, H. (2018). *Open edition books*. Obtenido de El territorio o la organizacion de autores: <https://books.openedition.org/irdeditions/17843?lang=es>

Narvas, J. (2004). Educación como objetivo de conocimiento. *Dialnet*, 1-48. Obtenido de Educación como objetivo de conocimiento.

Plan de Desarrollo y Ornomentacion Territorial de la parroquia El Carmelo (PD y OT). (2015). *PD y OT de la parroquia El Carmelo*. Tulcán: GAD PARROQUIAL.

Ramírez, B. R., & López, L. L. (2015). *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*. México : D.R. © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México.

Robles, E. (2014). *Ciencias Economicas y Administrativas* . Obtenido de Ciencias Economicas y Administrativas : <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1448/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-7.pdf>

Robles, E. (2014). *Facultad de ciencias economicas y administrativas*. Obtenido de Facultad de ciencias economicas y administrativas: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1448/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-7.pdf>

Rodriguez Garcia, A. (2017). *Universidad Libre Colombia*. Obtenido de Facultad de ciencias economicas, administrativas y contables: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/16187/PLAN%20ESTRATEGICO%20DE%20MARKETING%20TERRITORIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodriguez, A. (2016). *Estructura Socioeconómica de México* . México : Grupo Editorial Patría S.A de C.V.

- Sala, I. (2015). *Antropología Filosófica II vida humana, persona y cultura* . Madrid : Universidad Nacional de Educación a Distancia .
- Salas, M. M. (2015). *Cohesión social: balance conceptual y propuesta teórico metodológica*. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
- Santana, R., & Aguilera, C. (2017). *Fundamentación de la Gestion Ambiental* . Ecuador : Universidad ECOTEC.
- Santayana, G. (2016). *Internacional Strategy for Disaster Reduction*. Obtenido de Internacional Strategy for Disaster Reduction: <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>
- Solano, C. (2016). *Concepto de cohesion social*. Obtenido de Cosejo Latinoamericano de Ciencias Sociales: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/clacso-crop/20120328120445/4.revision_barba.pdf
- Solano, C. (2016). *Revision teorica de la cohesion social*. Obtenido de Revision teorica de la cohesion social: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/clacso-crop/20120328120445/4.revision_barba.pdf
- Tawil, M., Aguilar, I., & Fuentes, J. (2017). *Integración de América del Norte* . México : Centro de Estudios Internacionales .
- Tesone, O. (18 de Diciembre de 2015). *Espaciospolíticos* . Obtenido de ¿Qué es el Marketing Territorial?: <https://espaciospoliticos.org/que-es-el-marketing-territorial/>
- Tóth, B. I. (2014). *Capital Territorial. Teoría, Empíricosy comentarios críticos*. *Routledge*, 1- 41.
- Universidad de las Américas Puebla (UDLAP, 2015). (2015). *Turismo*. San Andrés Cholula, Puebla: Santa Catarina Mártir,. Obtenido de Capitulo 2 sobre turismo: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/medina_v_bs/capitulo2.pdf.
- Virla , E. (2010). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/228778515_Confiabilidad_y_coeficiente_Alpha_de_Cronbach.
- Walt, R. (2003). *Etapas del Crecimiento Económico*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

VII. ANEXOS

Anexo 1 Certificado o Acta del Perfil de Investigación.



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Andrea Gabriela Caicedo Montenegro **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 1725524720
NIVEL/PARALELO: 0 **PERIODO ACADÉMICO:** Abril Mayo

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo del cantón Tulcán – provincia del Carchi"

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

PRESIDENTE: Dra. Cuadrado Gabriela
LECTOR: MSC. Cahuasquí Marcelo
ASESOR: MSC. Malquín Sonia

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: 0 **AULA:** 0
FECHA: lunes, 31 de mayo de 2021
HORA: 08H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,91
2) Trabajo escrito: 2,67
Nota final de PRE DEFENSA: 8,58

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el

lunes, 31 de mayo de 2021



Firmado digitalmente por:
**GABRIELA CARLA
CUADRADO BARRETO**

Dra. Cuadrado Gabriela

PRESIDENTE

**SONIA
MARILU
MALQUIN
VERA**
Firmado digitalmente por
SONIA MARILU
MALQUIN VERA
Fecha: 2021.05.31
12:47:42 -05'00'
MSC. Malquín Sonia
TUTOR



Firmado digitalmente por:
**EDWIN MARCELO
CAHUASQUI
CEVALLOS**

MSC. Cahuasquí Marcelo
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Paola Yesenia Mites Suarez **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401684709
NIVEL/PARALELO: 0 **PERIODO ACADÉMICO:** Abril Mayo

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo del cantón Tulcán – provincia del Carchi"

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

PRESIDENTE: Dra. Cuadrado Gabriela
LECTOR: MSC. Cahuasquí Marcelo
ASESOR: MSC. Malquín Sonia

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: 0 **AULA:** 0
FECHA: lunes, 31 de mayo de 2021
HORA: 08H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,91
2) Trabajo escrito 2,67
Nota final de PRE DEFENSA 8,58

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el

lunes, 31 de mayo de 2021



Firmado digitalmente por:
GABRIELA CARLA
CUADRADO BARRETO

Dra. Cuadrado Gabriela

PRESIDENTE

SONIA
MARILU
MALQUIN
VERA
Firmado digitalmente por
SONIA MARILU
MALQUIN VERA
Fecha: 2021.05.31
12:47:42 -05'00'
MSC. Malquin Sonia
TUTOR



Firmado digitalmente por:
EDWIN MARCELO
CAHUASQUI
CEVALLOS

MSC. Cahuasquí Marcelo

LECTOR

Adj.:
Observaciones y recomendaciones

Anexo 2 Certificado del abstract por parte de idiomas.



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

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Paola Yesenia Mites Suarez y Andrea Gabriela Caicedo Montenegro				
DATE: 15 de junio de 2021				
TOPIC: "Estrategia para la promoción de la economía del territorio de la parroquia El Carmelo del cantón Tulcán"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. <input checked="" type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of Text <input checked="" type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input checked="" type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement <input checked="" type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
TOTAL/AVERAGE	<p>9 - 10: EXCELLENT</p> <p>7 - 8,9: GOOD</p> <p>5 - 6,9: AVERAGE</p> <p>0 - 4,9: LIMITED</p> <p style="text-align: center;">TOTAL 9</p>			



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Paola Yesenia Mites Suarez y Andrea Gabriela Caicedo Montenegro

Fecha de recepción del abstract: 15 de junio de 2021

Fecha de entrega del informe: 15 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



Firmado electrónicamente por:

**EDISON BOANERGES PENAFIEL
ARCOS**

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc Coordinador del
CIDEN

Anexo 3 Entrevista del desarrollo económico realizada a los líderes de opinión de la parroquia El Carmelo – cantón Tulcán.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ENTREVISTA A LOS LÍDERES DE OPINIÓN
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA EL CARMELO – CANTÓN TULCÁN

Objetivo:

Dar a conocer información relevante del desarrollo económico de la parroquia El Carmelo, con el fin de concluir la investigación y definir resultados que puedan ayudar para el diseño de la estrategia de la promoción de la economía.

Fecha: 19/ 08/ 2020

Folio: 001

Nombre del entrevistado: Silvio Rayo

CI: 1500204886

Nivel de estudio: Primaria

Sexo: Masculino

Cargo que ocupa en el consejo de la parroquia: presidente

1. Según su criterio, existe en su barrio los servicios locales como; tiendas, panaderías, minimercados, restaurantes, ciber internet, papelería, bazar y hostelería.

El presidente de la junta parroquial supo manifestar que en la parroquia si existen los servicios mencionados, en la cual cuenta con seis tiendas, dos restaurantes, dos ciber internet, una papelería, un bazar y hostelería, a pesar de que esta localidad se encuentra distanciada de la ciudad y razón del Covid- 19 solo se encuentran en funcionamiento lo que son las dos tiendas, un restaurante y una panadería por lo que son las únicas que atendían a los pobladores todos los días, también se puede recalcar la apertura de un mini mercado que se estructura de frutería, legumbres como de un local de comida, en el servicio del ciber internet en la actualidad si cuenta con el servicio de internet donde las personas se pueden comunicar con el exterior.

2. ¿Existe sitios de hospedajes en su comuna?, ¿Cuáles son?

El presidente supo manifestar que, si existe sitios de hospedaje, pero es un solo lugar donde se consideran como una casa en la cual los visitantes pueden ir a esos lugares a descansar, este sitio se llama hostel la montaña es un lugar donde no existe muchas comodidades y servicios al cliente en la cual los consumidores se sientan satisfechos.

3. Considera usted que el servicio en hospedaje debe ser de calidad y brindar una buena atención al cliente, para aumentar visitantes nacionales y extranjeros

Como anteriormente solo existía una sola casa de hospedaje, lo que supo recomendar sería bueno que funciones más casas que se dedican al servicio, como también contar con una capacitación de cómo atender al cliente y brindarle las debidas comodidades que el cliente requiere ya que esto lograría aumentar su satisfacción con el fin de que él visitante alargue su posterior visita al territorio.

4. Los servicios de restaurante en la localidad son respectivamente adecuados en la atención al cliente

El presidente consideraba que también necesita más capacitación y conocer más de gastronomía para que aumente los visitantes por que las dueñas de los negocios solo realizaban comidas tradicionales del día a día y no cambiaban el menú, haciendo que tantos pobladores ya estaban acostumbrados a ese mismo menú en cambio las personas extranjeras buscaban comidas diferentes a la tradicional a la que ellos consumen.

5. En el caso de que la localidad contara con ciber internet de alta tecnología, la comunidad tendría más beneficios como mejoramiento de estudio, comunicación con otras localidades, campo laboral entre otros.

Cabe recalcar que el presidente menciona que el ciber internet tiene cobertura colombiana la cual no hay suficiente conectividad al Ecuador dificultando la comunicación de los pobladores hacia otros lugares, pero si estaba de acuerdo en que hubiera cobertura ecuatoriana con alta y toda la tecnología de punta para brindar mejor servicio de internet a los moradores especialmente a los estudiantes que necesitan este medio para estudiar debido a como se encuentra la situación en la actualidad.

6. Según su criterio, las actividades de los servicios locales antes mencionados son factores importantes para mejorar la economía de la localidad.

Considerando la respuesta del presidente que si todos los servicios locales atendieran todos los días aumentara la actividad económica debido a que es una población distanciada y por las afectaciones que causo el Covid- 19, muchas personas no van a visitar a la parroquia por el miedo del contagio ocasionando a que la economía de estos negocios disminuya constantemente su nivel de ventas diarias, haciendo que los dueños de los diferentes locales los cierren por protección a ese virus, por tal motivo es importante que hayan servicios de ese índole y es fundamental para la economía de la parroquia.

Anexo 4 Entrevista del bienestar cohesión social realizada a los líderes de opinión de la parroquia El Carmelo - cantón Tulcán.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ENTREVISTA A LOS LIDERES DE OPINIÓN
BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL DE LA PARROQUIA EL CARMELO – CANTÓN
TULCÁN

Objetivo:

Dar a conocer información relevante del bienestar cohesión social de la parroquia El Carmelo, con el fin de concluir la investigación y definir resultados que puedan ayudar para el diseño de la estrategia para la promoción de la economía dentro del territorio.

Fecha: 19/08/2020

Folio: 002

Nombre del entrevistado: Silvio Rayo

CI: 1500204886

Nivel de estudio: Primaria

Sexo: Masculino

Cargo que ocupa en el consejo de la parroquia: presidente

1. ¿Qué patrimonios tangibles hay en la localidad?

El presidente expuso que los patrimonios tangibles más considerados por los moradores desde hace tiempos pasados son los parques y la iglesia que se encuentra a la vista de todos, como también en la actualidad la junta parroquia con su equipo de trabajo quiere convertir a las casas ancestrales en una reliquia cultural.

2. Considera usted, ¿Que la comunidad aún mantiene las tradiciones o costumbres ancestrales?

En la actualidad lo que más se mantiene son las fiestas parroquiales, fiestas de la virgen del Carmen y los carnavales que representan las festividades más populares que se vienen dando en el sector, por lo cual es visitada por los habitantes nacionales como extranjeros ayudando a reactivar la economía de las diferentes actividades locales, como también la mejora del turismo.

3. A que costumbres y tradiciones se asemeja más la localidad

El presidente señaló que lo que más se viene dando desde tiempos atrás son los cuentos, leyendas y juegos tradicionales, donde los moradores de cada sector se reunían conformado por un líder o de un adulto mayor que conocían y experimentaban las leyendas y los mitos que se vivían anteriormente en la localidad, en los juegos tradicionales se unían todos los habitantes de la comunidad en general, estos juegos se realizaban durante los eventos importantes como es la fiesta parroquial por medio de un líder o moderador, esos juegos consistían en el palo encebado, juego del tomate, el baile de la silla, la rayuela entre otros.

4. ¿De las comidas típicas cuales son más reconocidas en la localidad?

Las comidas típicas más reconocidas en la localidad según la opinión del presidente y lo que más se alimentan y vende los ciudadanos son el cuy asado, el hornado pastuso y el caldo de gallina por lo que son productos propios de ellos, como también es una gastronomía de la parroquia donde dan conocer a los visitantes extranjeros y nacionales.

5. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado en la localidad?

El presidente señaló que los medios tradicionales más utilizados en la parroquia son la radio y de en boca, pero solo eran requeridos por los adultos mayores, agricultores y ganaderos, en cambio en la actualidad gracias a la existencia de la tecnología especialmente del internet como las redes sociales son utilizados por los millennials que son persona que les gusta estar conectados a las diferentes páginas web como Facebook, WhatsApp, Instagram entre otros.

Anexo 5 Entrevista del capital territorial realizada a los líderes de opinión de la Parroquia El Carmelo – cantón Tulcán.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ENTREVISTA A LOS LIDERES DE OPINIÓN
CAPITAL TERRITORIAL DE LA PARROQUIA EL CARMELO – CANTÓN TULCÁN

Objetivo:

Dar a conocer información relevante del Capital Territorial de la parroquia El Carmelo, con el fin de concluir con la investigación y definir resultados que pueda ayudar para el diseño de la estrategia para la promoción de la economía dentro del Territorio.

Fecha: 19/08/2020

Folio: 003

Nombre del entrevistado: Silvio Rayo

CI: 1500204886

Nivel de estudio: Primaria

Sexo: Masculino

Cargo que ocupa en el consejo de la parroquia: presidente

1. La parroquia es más visitada por sus lugares turísticos, la actividad económica o flora y fauna

Según el criterio del presidente recalco que el ciclista Richard Carapas gracias al triunfo obtenido en el año 2019 y por su origen en la parroquia los turistas o persona extranjeras y nacionales le gustaría conocer la localidad, es por ello que se realizó un plan estratégico turísticos para que las personas al visitar ese lugar vivan la experiencia del ciclista y los motiven a regresar de nuevo, también efectuó un convenio con la Universidad Politécnica Estatal del Carchi para reactivar el turismo y la parte socioeconómica del sector, es por ello que las personas visitan a la parroquia por los lugares turísticos de igual forma por cierta parte por la flora y fauna que nace de ese lugar que es más atraída de los turistas extranjeros.

2. Considera usted que la parroquia el Carmelo debería mejorar el sector turístico

En tiempos pasados los moradores de la parroquia solo se dedicaban a la agricultura y ganadería porque era una población muy distanciada a la ciudad y no reconocida como es ahora en la actualidad gracias lo que se vivió con el personaje que es Richard Carapas la junta parroquial se incentivó a mejorar el turismo como es reacomodar el parque de homenaje al mismo, pintar dibujos arqueológicos en las fachadas de las diferentes casas y la cancha de basquetbol, la creación de las figuras de barro de quita sol, también renovar las infraestructuras de otros lugares turísticos.

3. ¿Cuáles son los lugares turísticos más reconocidos en la localidad?

Anteriormente los lugares más reconocidos eran las Virgen negra y sus paramos, la cascada de Cartagena y la piscina de tesalia, aunque este sitio fue abandonado por las autoridades y moradores, en la actualidad ese lugar turístico fue excluido por la junta parroquial, pero se motivaron a la creación del sendero de quitasol que hasta estos tiempos ese lugar se hizo famoso debido a la figura de barro que se diseñaron por los moradores.

4. De los siguientes medios o herramientas de comunicación tradicionales y no tradicionales es conocida y promocionada la localidad.

El presidente explico que si existe un medio de comunicación donde es conocida y promocionada la parroquia, que es la creación de una página web propia que se da a conocer el sector turístico, gastronómico y de las actividades que realizan los moradores, pero le falta seguir diseñando nuevas ideas innovadoras que llamen la atención la página web.

5. El sector cuenta con un sistema de transporte frecuente para movilizar a los pobladores.

El presidente menciona que, si hay un sistema de transporte público para movilizar a los pobladores, es la apertura de la compañía de camionetas Punicuchin y Cufron, como también los buses de la Trans Norte, que se desplazan a una ruta que es la del Carmelo a Julio Andrade para los que viven en la ciudad de Tulcán deben trasladarse en el bus de Julio Andrade o las cooperativas de taxis de igual manera tiene una sola ruta de Tulcán hacia la parroquia Julio Andrade de ida y venida.

6. Según su opinión, la localidad debe tener un buen sistema de recolección de basura de mantener limpios y adecuadas infraestructuras en el área de recreación, sitios turísticos y los patrimonios tangibles.

La localidad mantiene sus lugares limpios por que cuenta con el sistema recolección de basura, en la cual se encuentra en movimiento una sola volqueta que se encarga de recorrer por todos los espacios de la parroquia todos los días a un solo horario, de igual forma los moradores juntamente con la junta parroquial se reúnen para la labor de hacer mingas a las áreas verdes, de recreación y que los sitios turísticos se conserven impecables.

7. Los moradores deben tener conciencia social al cuidado del medio ambiente como es proteger a la fauna y cuidar la destrucción de la flora

Los moradores si toman conciencia del cuidado del medio ambiente como es proteger a la fauna y flora debido a que existen especies en peligro de extinción y son únicas en su especie, por lo cual los líderes actúan con mayor responsabilidad, en adecuar las zonas donde se encuentran la flora y fauna como conservarla de la mejor manera en no explotarla o destruirla dejándola a la intemperie de personas que se encargan del cuidado de la naturaleza.

8. En las diferentes comunidades cual es el consumo de agua potable más utilizada por los pobladores.

La parroquia el Carmelo usa el consumo de agua potable clorada por medio de una planta de tratamiento de agua potable directa para el consumo de los ciudadanos, de igual forma el agua es transportada por tuberías hacia las diferentes casas y establecimientos. Para la actividad de la agricultura y ganadería solo hacen uso del agua del rio a veces en épocas de lluvia.

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 6 Encuesta del desarrollo económico elaborada a los pobladores de la parroquia El Carmelo – cantón Tulcán.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A LOS POBLADORES

Folio: 004

ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA EL CARMELO – CANTÓN TULCÁN (DESARROLLO ECONÓMICO/ BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL/ CAPITAL TERRITORIAL)

El objetivo de la presente encuesta es recolectar información relevante del desarrollo económico existente en la parroquia El Carmelo Cantón Tulcán, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

DATOS GENERALES

1. GÉNERO

Masculino

Femenino

4. OCUPACIÓN LABORAL

2. RANGO DE EDAD

18 a 25 años

25 a 35 años

35 a 45 años

45 años en adelante

5. NÚCLEO FAMILIAR

Personas

3. NIVEL DE ESTUDIOS

Sin estudios

Primaria

Secundaria

6. INGRESOS ECONÓMICOS

USD.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Indique su respuesta de acuerdo con la realidad del desarrollo económico de la parroquia El Carmelo, marque con una x la opción correcta, tomando en cuenta las siguientes valoraciones: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

Por favor no deje las preguntas sin contestar.

1. Composición económica	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
Las actividad agrícola se destacan en la parroquia					
Las actividad ganadera se destaca en la parroquia					
Las actividad industrial se destaca en la parroquia					
Las actividad del turismo se destaca en la parroquia					
Las actividad del transporte se destaca en la parroquia					
Las empresas prestadoras de servicios básicos se destacan en la parroquia					

2. Dinámica del mercado	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
Los productos ofertados son de calidad en la parroquia					
los productos ofertados son a precios accesibles en la parroquia					
La parroquia es conocida por ofertar (papa, mellocos, maíz y leche)					
Los servicios locales (restaurantes, hospedaje, internet, entre otros) de la parroquia brindan atención al cliente					

3. Cadenas productivas	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
Las infraestructuras de los locales comerciales (tiendas, restaurantes, panaderías, entre otros) son apropiadas para los clientes de la parroquia.					
La ubicación de los locales comerciales se encuentra en un punto estratégico en la parroquia.					
Las ventas de los locales comerciales generan ingresos a la parroquia					
La comercialización de los productos locales se realiza de forma directa con el consumidor.					

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 7 Encuesta del desarrollo económico según la actividad agrícola y ganadera elaborada a los pobladores de la parroquia El Carmelo – cantón Tulcán.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A LOS POBLADORES**

Folio: 005

**ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA EL CARMELO
– CANTÓN TULCÁN (DESARROLLO ECONÓMICO/ BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL/
CAPITAL TERRITORIAL)**

El objetivo de la presente encuesta es recolectar información relevante del desarrollo económico existente en la parroquia El Carmelo Cantón Tulcán, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

DATOS GENERALES

4. GÉNERO

Masculino

Femenino

4. OCUPACIÓN LABORAL

5. RANGO DE EDAD

18 a 25 años

25 a 35 años

35 a 45 años

45 años en adelante

5. NÚCLEO FAMILIAR

Personas

6. NIVEL DE ESTUDIOS

Sin estudios

Primaria

Secundaria

6. INGRESOS ECONÓMICOS

USD.

ACTIVIDAD AGRÍCOLA

1. De las siguientes actividades agrícolas, cual más se produce en la parroquia el Carmelo

Papa

Maíz

Haba

Melloco

Otros cuales:

2. señale la información de los siguientes productos

Descripción de producto	Meses de cosechan y numero de quintales											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agostos	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Papa												
Maíz												
Haba												
Melloco												

3. Los agricultores, cuanto genera de ingresos al mes por la venta de los productos.

Menos de 100

100 a 300

300 a 500

Mas de 500

4. Los productos de la parroquia el Carmelo, a que zonas se dirigen

Mercados minoristas

Mercados mayorista

Fabricas o industrias

Otros

5. Cuál es el porcentaje de los costos que realiza para producir los productos locales en la agricultura.

100% a 50%

50% a 30%

30% a 10%

6. Cuál es el porcentaje que utiliza para cubrir los gastos para producir los productos locales de la agricultura

100% a 50%

50% a 30%

30% a 10%

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites

ACTIVIDAD GANADERA

1. Cuantos litros de leche se producen al mes en la actualidad

1000 a 1500 litros

1500 a 2000 litros

2000 a 2500 litros

De 2500 litros en adelante

2. Los ganaderos, cuanto generan de ingresos por la venta de la leche al mes

Menos de 100

100 a 300

300 a 500

Mas de 500

3. La leche que se produce en la parroquia el Carmelo, a que zonas se dirige

Industrias

Centros de acopio

Mercados municipales

Otros, cuales.....

4. A qué precio vende el litro de leche que se produce en la parroquia el Carmelo.

7 a 8 ctvs. por litro

8 a 10 ctvs. por litro

10 a 12 ctvs. por litro

12 ctvs. por litro en adelante

5. Cuál es el porcentaje de los costos para la producción de leche

100% a 50%

50% a 30%

30% a 10%

6. Cuál es el porcentaje que utiliza para cubrir los gastos para producir los productos locales de leche

100% a 50%

50% a 30%

30% a 10%

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 8 Encuesta de bienestar cohesión social elaborada a los pobladores de la parroquia El Carmelo – cantón Tulcán.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A LOS POBLADORES**

Folio: 006

**ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA EL CARMELO
– CANTÓN TULCÁN (DESARROLLO ECONÓMICO/ BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL/
CAPITAL TERRITORIAL)**

El objetivo de la presente encuesta es recolectar información relevante del bien estar y la cohesión social existente en la parroquia El Carmelo Cantón Tulcán, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

DATOS GENERALES

1. GÉNERO

Masculino

Femenino

2. RANGO DE EDAD

18 a 25 años

25 a 35 años

35 a 45 años

45 años en adelante

3. NIVEL DE ESTUDIOS

Sin estudios

Primaria

Secundaria

4. OCUPACIÓN LABORAL

5. NÚCLEO FAMILIAR

Personas

6. INGRESOS ECONÓMICOS

USD.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Indique su respuesta de acuerdo con la realidad del desarrollo económico de la parroquia El Carmelo, marque con una x la opción correcta, tomando en cuenta las siguientes valoraciones: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

Por favor no deje las preguntas sin contestar.

1. Educación	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La tasa de analfabetismo en los niños a adolescentes en la actualidad ha disminuido considerablemente en la parroquia					
La tasa de analfabetismo en los adultos mayores en la actualidad ha disminuido considerablemente en la parroquia					
Los moradores de la parroquia cuentan con una educación básica					
Los moradores de la parroquia cuentan con una educación secundaria					
Los establecimientos educativos en la parroquia cuentan con un buen sistema académico					
Las infraestructuras de los establecimientos educativos en la parroquia se encuentran en un buen estado para realizar las diferentes funciones respectivas.					

2. Patrimonios tangibles	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
En la actualidad los patrimonios tangibles son importantes para la parroquia					
Las casas ancestrales son consideradas como patrimonios tangibles					
El parque de homenaje a Richard Carapaz tiene un valor sentimental para los pobladores en donde lo consideran como patrimonio tangible en la parroquia					
La iglesia es considerada como patrimonio tangible					

3. Manifestaciones culturales	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La parroquia el Carmelo en la actualidad se caracteriza en celebrar las fiestas parroquiales					
La parroquia en la actualidad se caracteriza por celebrar las fiestas tradicionales					
La parroquia en la actualidad se caracteriza por celebrar las fiestas religiosas					
La parroquia en la actualidad se caracteriza por celebrar las festividades deportivas, artesanales y gastronómicas					
Las costumbres y tradiciones que se realizan en la parroquia proyectan una imagen positiva					

4. Tradiciones y costumbres	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
En la parroquia el Carmelo ha seguido manteniendo durante generaciones las tradiciones como cuentos y leyendas					
los cuentos y leyendas se consideran importantes en la cultura de la parroquia.					
Los carnavales se consideran importantes en la cultura de la parroquia					
La parroquia ha seguido conservando los juegos tradicionales como el palo encebado, el juego del tomate, el baile de la silla, entre otros.					
las fiestas de la Virgen del Carmen en la actualidad son populares en la parroquia.					
La gastronomía, artesanías y deportes se consideran parte cultural de la parroquia el Carmelo.					

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites

Anexo 9 Encuesta del capital territorial elaborada a los pobladores de la parroquia El Carmelo
– cantón Tulcán



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A LOS POBLADORES

Folio: 007

**ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA EL CARMELO
– CANTÓN TULCÁN (DESARROLLO ECONÓMICO/ BIENESTAR COHESIÓN SOCIAL/
CAPITAL TERRITORIAL)**

El objetivo de la presente encuesta es recolectar información relevante del capital territorial existente en la parroquia El Carmelo Cantón Tulcán, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo

DATOS GENERALES

4. GÉNERO

Masculino

Femenino

4. OCUPACIÓN LABORAL

5. RANGO DE EDAD

18 a 25 años

25 a 35 años

35 a 45 años

45 años en adelante

5. NÚCLEO FAMILIAR

Personas

6. NIVEL DE ESTUDIOS

Sin estudios

Primaria

Secundaria

6. INGRESOS ECONÓMICOS

USD.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Indique su respuesta de acuerdo con la realidad del desarrollo económico de la parroquia El Carmelo, marque con una x la opción correcta, tomando en cuenta las siguientes valoraciones: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

Por favor no deje las preguntas sin contestar.

1. Posicionamiento del territorio	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La parroquia tiene un alto nivel de aceptación por los visitantes como nacionales o extranjeros					
Las personas extranjeras visitan la parroquia más de una vez en el año					
En la parroquia cuenta con gran influencia de visitantes extranjeros					
La parroquia es visitada por sus lugares turísticos					
La parroquia es visitada por sus actividades económicas					
La parroquia es visitada por la flora y fauna existente en la localidad					

2. Turismo	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
En la parroquia el Carmelo necesita mejoramiento en los sectores turísticos					
Las cascadas de Cartagena son aceptadas por los turistas					
La virgen Negra y sus paramos son aceptados por los turistas					
El sendero de quitasol es aceptado por los turistas					
El turismo es una actividad potencial actual, para la parroquia El Carmelo					
La parroquia El Carmelo hace uso de la tecnología actual, para promocionar el turismo.					

3. Caracterización del territorio	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La parroquia cuenta con un territorio apropiado para la actividad agrícola					
La parroquia cuenta con un territorio apropiado para la actividad ganadera					
En la parroquia existe suficiente disponibilidad áreas de cultivo para desarrollar la actividad agrícola					
En la parroquia existe suficiente espacio en el terreno, para desarrollar la actividad ganadera.					
La parroquia cuenta con zonas cultivadas					
La parroquia cuenta con zonas sin cultivar					

4. Biodiversidad	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La parroquia cuenta con biodiversidad de flora					
La parroquia cuenta con biodiversidad de fauna					
En la parroquia existe interacción seria entre el hombre y la naturaleza					
Los moradores hacen conciencia social al cuidado de la biodiversidad (no explotación de la flora y fauna)					

5. Factor medio ambiental	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La parroquia muestra interés por el medio ambiente					
En la parroquia existe consumo de combustible para vehículo					
La parroquia cuenta con un buen sistema de recolección de basura para mantener limpias las zonas recreativas.					
La parroquia cuenta con zonas recreativas					
La parroquia cuenta con adecuadas calles o carreteras para la movilización peatonal y vehicular.					

6. Infraestructura	VALORACIONES				
	1	2	3	4	5
La parroquia cuenta con un buen sistema de transporte para la movilización de los moradores y de los diferentes vehículos					
La parroquia cuenta con energía eléctrica					
La parroquia cuenta con agua potable					
La parroquia cuenta con alumbrado publico					
La parroquia cuenta con zonas inalámbricas (televisión, radio, internet y telefonía)					
Los moradores de la parroquia utilizan medios de comunicación tradicional (televisión, radio, periódico, entre otros)					
Los moradores de la parroquia utilizan medios de comunicación no tradicional (internet)					
Los moradores de la parroquia disponen de cobertura móvil ecuatoriana					

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 10 Herramienta Google Drive para la recolección de información de la encuesta a los pobladores de la parroquia El Carmelo.

Figura 31
Diseño de la encuesta en la herramienta Google Drive.

Preguntas Respuestas 48

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ENCUESTA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA EL CARMELO

ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA EL CARMELO – CANTÓN TULCÁN (DESARROLLO ECONÓMICO)

El objetivo de la presente encuesta es recolectar información relevante del desarrollo económico existente en la parroquia El Carmelo Cantón Tulcán, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo

1. GÉNERO *

Masculino

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Figura 32
Resultados obtenidos de las 48 encuestas ejecutadas a los pobladores de la parroquia en Google Drive.



Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 11 Base de datos de datos de las 48 encuesta elaboradas a los pobladores de la parroquia El Carmelo en el SPSS.

Figura 33

Vista de la base datos de las 48 encuestas recolectadas.

	Código	Genero	RangoEdad	NivelEstudio	Ocupacionlaboral	NucleoFamiliar	IngresosEconomicos	Act.agricola	Act.Ganad...	Act.turista	Act.deTransporte
1	P.01	Femenino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	100 a 300	No	No	No	No
2	P.02	Femenino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	100 a 300	No	No	Si	Si
3	P.03	Masculino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	300 a 500	No	Si	Si	Si
4	P.04	Masculino	25 a 35 años	Secundaria	Estudiante	menos de 4	100 a 300	No	Si	Si	Si
5	P.05	Masculino	18 a 25 años	Secundaria	Agricultor	entre 4 a 8	300 a 500	No	No	No	No
6	P.06	Masculino	25 a 35 años	Primaria	Agricultor	menos de 4	300 a 500	No	Si	Si	No
7	P.07	Masculino	18 a 25 años	Secundaria	Otros	entre 4 a 8	menor de 100	No	Si	No	Si
8	P.08	Masculino	25 a 35 años	Secundaria	Otros	entre 4 a 8	300 a 500	No	Si	Si	Si
9	P.09	Femenino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	menor de 100	No	No	No	No
10	P.10	Masculino	25 a 35 años	Secundaria	Otros	entre 4 a 8	100 a 300	No	Si	Si	Si
11	P.11	Masculino	18 a 25 años	Secundaria	Agricultor	menos de 4	menor de 100	Si	Si	No	No
12	P.12	Femenino	18 a 25 años	Primaria	Agricultor	menos de 4	100 a 300	No	No	No	No
13	P.13	Femenino	18 a 25 años	Primaria	Estudiante	entre 4 a 8	menor de 100	No	Si	Si	No
14	P.14	Masculino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	mas de 8	100 a 300	No	No	No	No
15	P.15	Femenino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	100 a 300	Si	Si	Si	No
16	P.16	Femenino	35 a 45 años	Primaria	Ganadero	entre 4 a 8	menor de 100	No	No	No	No
17	P.17	Femenino	35 a 45 años	Primaria	Ganadero	entre 4 a 8	menor de 100	Si	Si	No	No
18	P.18	Femenino	25 a 35 años	Secundaria	Ganadero	menos de 4	300 a 500	Si	Si	Si	No
19	P.19	Femenino	18 a 25 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	menor de 100	Si	Si	Si	Si
20	P.20	Femenino	18 a 25 años	4	Estudiante	menos de 4	300 a 500	No	Si	No	No
21	P.21	Masculino	25 a 35 años	Secundaria	Estudiante	entre 4 a 8	100 a 300	No	Si	Si	No
22	P.22	Femenino	18 a 25 años	Primaria	Agricultor	entre 4 a 8	100 a 300	Si	Si	Si	Si

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Figura 34

Vista de variables de la base de datos de las 48 encuestas recolectadas.

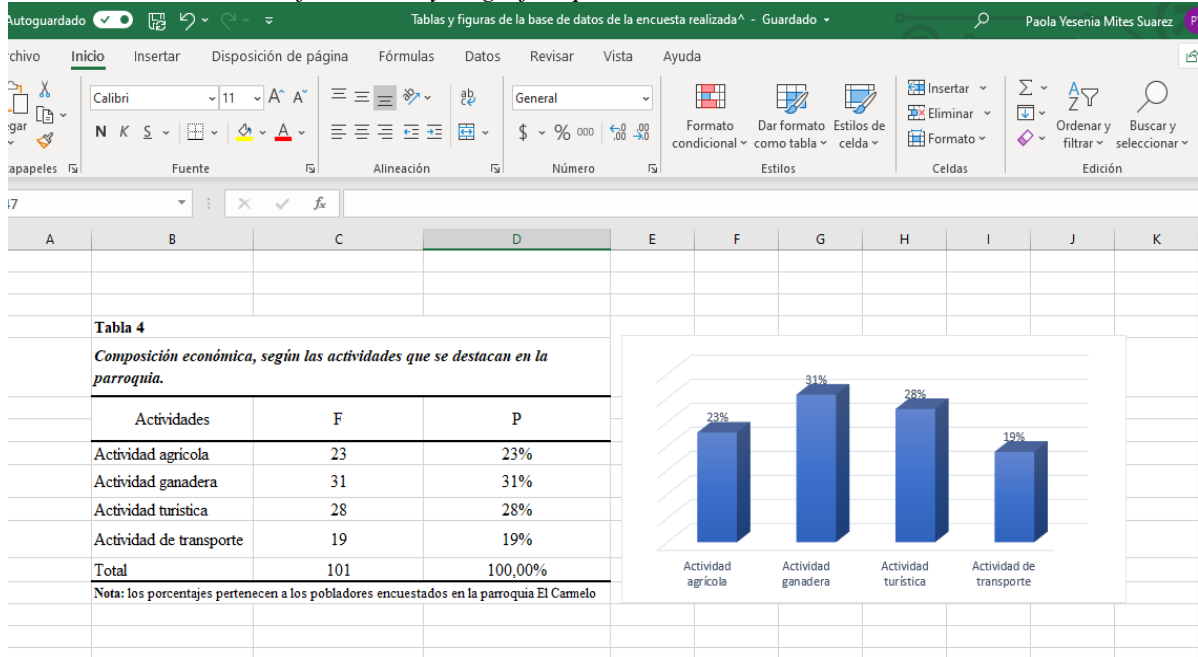
	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Código	Cadena	8	0	Numeración	Ninguna	Ninguna	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
2	Genero	Numérico	8	0	Genero	{1, Masculin...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	RangoEdad	Numérico	8	0	Edad	{1, 18 a 25 ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	NivelEstudio	Numérico	8	0	Estudios	{1, Sin estu...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Ocupacion...	Numérico	8	0	Ocupación	{1, Agriculto...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	NucleoFami...	Numérico	8	0	Numero de mie...	{1, menos d...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	IngresosEc...	Numérico	8	0	Ingresos (USD)	{1, menor d...	Ninguna	9	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Act.agricola	Numérico	8	0	Actividad agricola	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	Act.Ganadera	Numérico	8	0	Actividad Gana...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Act.turista	Numérico	8	0	Actividad Turisti...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Act.deTrans...	Numérico	8	0	Actividad de tra...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	E.Servicios...	Numérico	8	0	Empresas de S...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Calidad	Numérico	8	0	Productos Ofert...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	PreciosAse...	Numérico	8	0	Precios accesibl...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	Conocidapo...	Numérico	8	0	Oferta papa	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Conocidapo...	Numérico	8	0	Oferta Melloco	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Conocidapo...	Numérico	8	0	Oferta Maiz	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Conocidapo...	Numérico	8	0	Oferta haba	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	Conocidapo...	Numérico	8	0	Oferta leche	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	AtencionalC...	Numérico	8	0	Los servicios lo...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	Infra.Locale...	Numérico	8	0	Infraestructura	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	Ubic.Locale...	Numérico	8	0	Ubicacion de lo...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	VentasLoca...	Numérico	8	0	Ingresos de los...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	Comer.Prod...	Numérico	8	0	Comercializacion	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	T. ANIS...	Numérico	8	0	Tasa Analfab...	{1, No}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 12 Aplicación Excel para el diseño de tablas y figuras de la base de datos de las 48 encuestas realizadas a los pobladores de la parroquia El Carmelo para el análisis de los resultados.

Figura 35

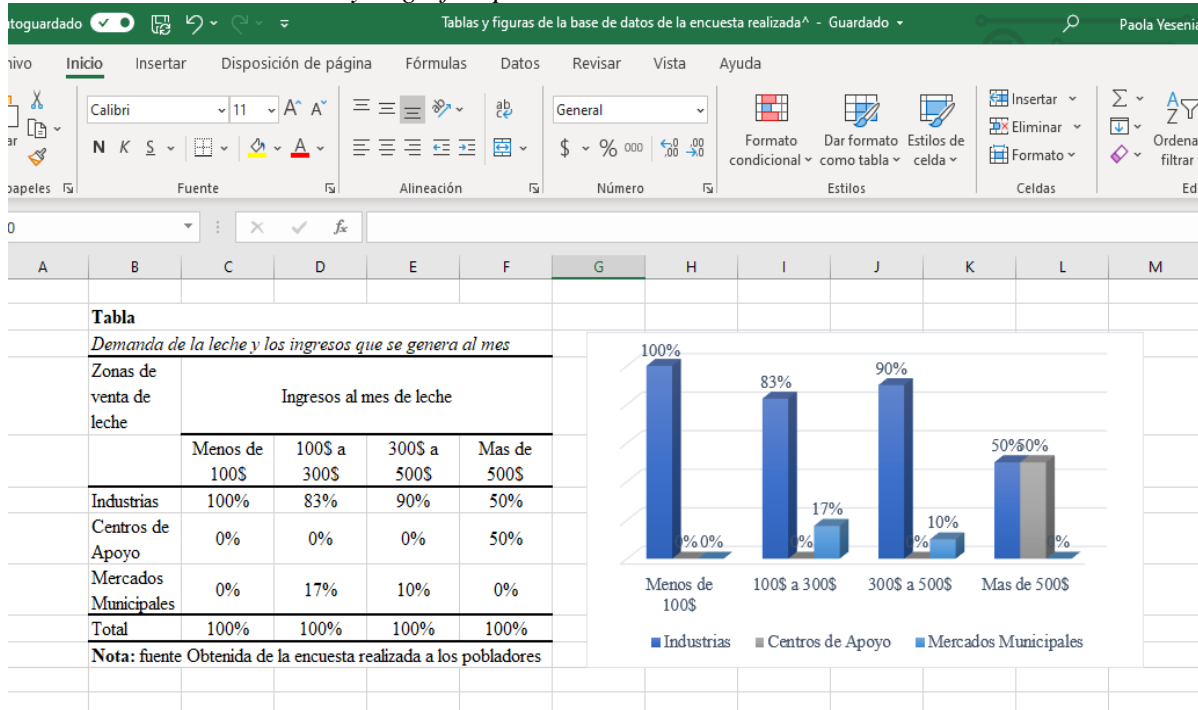
El Diseño de la tabla de frecuencia y la gráfica para el análisis de los resultados.



Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Figura 36

Diseño de la tabla cruzada y la gráfica para el análisis de los resultados.



Nota. Elaborado por Andrea Caicedo y Paola Mites.

Anexo 13 Evidencia de fotografías de la recolección de información de la parroquia El Carmelo.

Figura 37

Primera Evidencia para la recolección de información relevante de la parroquia El Carmelo.



Nota. Imagen de las autoras de la investigación.

Figura 38

Segunda evidencia para la recolección de la información relevante de la parroquia El Carmelo.



Nota. Imagen de las autoras de la investigación.