

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: “Oportunidades de negocio en la parroquia La Paz, cantón Montúfar”

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

AUTORES: Novoa de la Cruz Roger Xavier
Carvajal Huera Víctor Hugo

TUTOR: MSc. Quinde Sari Freddy Richard

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que los estudiantes Novoa de la Cruz Roger Xavier con el número de cédula 1726105024 y Carvajal Huera Víctor Hugo con el número de cédula 0401405659 han elaborado el trabajo de titulación: “Oportunidades de negocio en la parroquia La Paz, cantón Montúfar”

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



MSc. Quinde Sari Freddy Richard

TUTOR



MSc. Sanipatin Ponce Luis Enrique

LECTOR

Tulcán, julio de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Nosotros, Novoa de la Cruz Roger Xavier con cédula de identidad número 1726105024 y Carvajal Huera Víctor Hugo con cédula de identidad número 0401405659 declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Novoa de la Cruz Roger Xavier
AUTOR



Carvajal Huera Víctor Hugo
AUTOR

Tulcán, julio de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Novoa de la Cruz Roger Xavier y Carvajal Huera Víctor Hugo declaramos ser autores de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidades de negocio en la parroquia La Paz, cantón Montúfar” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Novoa de la Cruz Roger Xavier
AUTOR



Carvajal Huera Víctor Hugo
AUTOR

Tulcán, julio de 2021

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar a Dios, por habernos dado salud y fortaleza para cumplir nuestras y objetivos. A nuestras familias por habernos dado apoyo incondicional en todo momento, quienes con su amor y constancia nos transmitieron fuerza para no rendirnos en el camino y conseguir la meta.

A nuestro tutor MSc. Freddy Quinde, por su guía y comprensión durante todo el transcurso de la investigación.

A nuestros docentes quienes impartieron su conocimiento al largo de la carrera universitaria, de igual manera a la casona universitaria la cual permitió nuestra formación como profesionales.

DEDICATORIA

Nuestra tesis la dedicamos con todo mi amor y cariño.

A Dios, por habernos dado el valor y sabiduría para terminar la carrera universitaria y poder lograr un objetivo más en formación profesional.

A nuestras familias, por que creyeron en nosotros, gracias a su apoyo incondicional logramos alcanzar la meta propuesta, ya que siempre estuvieron apoyándonos en los momentos más difíciles, y por el orgullo y deseos de superación que sienten por nosotros, fue lo que nos impulsó y nos dio ánimo a llegar hasta el final de la carrera.

A nuestros amigos, hermanos por habernos fomentado, el deseo de salir adelante y superarnos en la vida cotidiana.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	12
I. PROBLEMA	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3. JUSTIFICACIÓN	14
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	15
1.4.1. Objetivo general	15
1.4.2. Objetivos específicos.....	15
1.4.3. Preguntas de investigación	15
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
2.1 DESARROLLO ECONÓMICO.....	16
2.2 BIENESTAR Y COHESIÓN SOCIAL.....	17
2.3 CAPITAL TERRITORIAL	20
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	22
3.2 Tipo de Investigación	22
3.3. IDEA A DEFENDER.....	23
3.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	23
3.5. MÉTODOS UTILIZADOS	24
3.5.1. Análisis Estadístico.....	24
3.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	25
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	27
4.1 COMPORTAMIENTO DE LAS DIMENSIONES ECONÓMICAS PARA EL DESARROLLO.....	27
4.1.1 La composición económica y los Sectores primarios (agricultura, ganadería) de la parroquia.....	27
4.2 LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN LA PARROQUIA LA PAZ.	29
4.2.1 El precio de productos agropecuarios.....	29
4.3 CADENAS PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS COMO EJE DE POTENCIALIDAD	31
4.3.1 Problemas que afecta a las cadenas agropecuarias en sus actividades productivas.	31
4.3.2 Alternativas para mejorar la productividad de las cadenas agropecuarias	32
4.4 LA CADENA EMPRENDEDORA COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO.....	33
4.5 LA FUERZA DE LOS LAZOS SOCIALES PARA GENERAR BIENESTAR Y COHESIÓN SOCIAL.....	35
4.5.1 La educación como eje primordial para el bienestar y cohesión social.....	35
4.5.2 La acción colectiva y cooperación para generar asociatividad en la parroquia.....	36
4.6 LAS MANIFESTACIONES CULTURALES COMO EJE FUNDAMENTAL EN LA PARROQUIA.....	37
4.6.1 El patrimonio y manifestaciones culturales.....	37
4.6.2 Caracterizaciones de las costumbres y fiestas tradicionales de la parroquia.....	39
4.6.3 La gastronomía local y cultural	40

4.6.4 Las técnicas artesanales y herramientas utilizadas	41
4.6.5 Participación cívica en la parroquia	42
4.6.6 Comunicación comunitaria	43
4.7 EL CAPITAL TERRITORIAL DE LA PARROQUIA Y SUS ELEMENTOS MÁS IMPORTANTES.....	44
4.7.1 Posicionamiento cognitivo	44
4.7.2 Posicionamiento conativo	45
4.7.3 Posicionamiento afectivo	46
V. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA LA PAZ.....	48
5.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	48
5.1.1 Evaluación de factores externos (EFE).....	48
5.1.2 Evaluación de factores internos (EFI).....	48
5.2 DEFINICIÓN DE LA OPORTUNIDAD	49
5.2.1 Tendencia de consumo EFE.....	49
5.2.2 Producto de innovación y desarrollo La Paz.....	58
5.2.3 Evaluación de la oportunidad.....	61
5.2.4 Posición de competitividad y atractividad de mercado.....	64
5.3 PROPUESTA DE APLICACIÓN	65
5.3.1 Ficha técnica del proyecto.....	65
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
6.1. CONCLUSIONES	66
6.2. RECOMENDACIONES	68
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
VIII. ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cuadro de tendencias de consumo. Almacén de derivados agrícolas	52
Figura 2. Cuadro de tendencias de consumo. Empresa público- privado	53
Figura 3. Cuadro de tendencias de consumo. Boulevard, taller de artesanías y restaurante temático.....	54
Figura 4. Matriz consolidación de innovación.....	58
Figura 5. Matriz evaluación de oportunidad	61
Figura 6. Matriz Mckinsey.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables para el tema: Oportunidades de negocio en la parroquia La Paz	23
Tabla 2. Número de hectáreas destinada para la producción agrícola	28
Tabla 3. Número de hectáreas para actividades ganaderas	28
Tabla 4. Precio en quintales de los productos agrícolas	29
Tabla 5. Precio en litros de producto ganadero.....	30
Tabla 6. Porcentaje de problemas en actividades productivas de la parroquia.....	31
Tabla 7. Porcentaje de alternativas para mejorar la productiva de las cadenas agropecuarias	33
Tabla 8. Cobertura de reconociendo de los emprendimientos en la parroquia	34
Tabla 9. Proveedores de materia prima a los emprendimientos de la parroquia	35
Tabla 10. Cultura por componentes	37
Tabla 11. Costumbres y fiestas por componentes.....	39
Tabla 12. Gastronomía local por componentes.....	40
Tabla 13. Técnicas ancestrales.....	42
Tabla 14. Participación cívica.....	43

Tabla 15. Comunicación comunitaria.....	43
Tabla 16. Posicionamiento por componente cognitivo	45
Tabla 17. Posicionamiento por componente conativo.....	46
Tabla 18. Posicionamiento por componente afectivo.....	47
Tabla 19. Calificación ponderada por componentes de factores externos	48
Tabla 20. Calificación ponderada por componentes de factores internos	49
Tabla 21. Requisitos y descripción del Ruc	59
Tabla 22. Requisitos y descripción de la patente municipal.....	59
Tabla 23. Requisitos y descripción del permiso de bomberos	60
Tabla 24. Requisitos y descripción del permiso ARCSA agrícolas	59
Tabla 25. Requisitos y descripción del permiso del Ministerio de Salud.....	60
Tabla 26. Requisitos y descripción del permiso de funcionamiento de locales	60
Tabla 27. Requisitos y descripción del permiso de operación para adoquinado	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Marco legal	72
Anexo 2. Evaluación a nivel Macro	72
Anexo 3. Evaluación a nivel micro	73
Anexo 4. Ficha bibliográfica	76
Anexo 5. Encuesta a agricultores y ganaderos	77
Anexo 6. Encuesta a la cadena productiva	79
Anexo 7. Encuesta a foráneos.....	81
Anexo 8. Encuesta a líderes de opinión.....	82
Anexo 9. Encuesta a la cadena emprendedora	84
Anexo 10. Entrevista cadena productiva	85
Anexo 11. Entrevista a líderes de opinión.....	86
Anexo 12. Entrevista asociaciones	87
Anexo 13. Entrevista a asociaciones	88
Anexo 14. Entrevista cadena emprendedora	89
Anexo 15. Datos de la población.....	91

RESÚMEN

A partir de la investigación realizada en la parroquia La Paz se identifican componentes de desarrollo económico, bienestar y cohesión social y capital territorial que conducen al aprovechamiento de oportunidades de negocio. Los habitantes de esta parroquia se dedican a realizar actividades agropecuarias de las cuales obtienen ingresos por la siembra de productos como arveja, papa y la producción de leche, pero también se enfrentan a inconvenientes al momento de comercializar principalmente por la variación de los precios. Al referirnos a bienestar y cohesión social, la cultura de la parroquia La Paz se centra en tradiciones y costumbres de carácter religioso y por la población que en su mayoría es de creencia católica, por esta razón el 13 de julio de todos años se celebra la peregrinación a la santísima Virgen de La Paz. Haciendo énfasis en el capital territorial que posee la parroquia, la Gruta de La Paz actúa como dinamizador de la economía por su atracción turística, además tiene zonas paisajísticas como el río Apaquí, Cascada Chorrera de Duendes, páramo de Tuquer, páramo de Frailejones y Gualicones y también lugares de entretenimientos y recreación como las aguas termales. Finalmente, como resultado de la ruta de matrices la parroquia La Paz puede acceder oportunidades de negocio que le permitirán desarrollo económico en función de su capital territorio y el bienestar y cohesión social que demuestran sus habitantes, las oportunidades de negocio para esta parroquia es la creación de un almacén de derivados agrícolas, una empresa público - privado, un boulevard religioso (recreación y hospedaje), un taller de artesanías y un restaurante temático.

Palabras claves: oportunidades de negocio, desarrollo económico, bienestar y cohesión social, capital territorial.

ABSTRACT

From the research carried out in “La Paz” parish, components of economic development, well-being and social cohesion and territorial capital are identified that lead to the use of business opportunities. The inhabitants of this parish are engaged in agricultural activities from which they get income from the planting of products such as peas, potatoes and milk production, but they also face inconveniences when marketing due to the variation in prices. When referring to well-being and social cohesion, the culture of “La Paz” parish focuses on traditions and customs of a religious nature and by the population that is mostly Catholic. For this reason, on July 13 of every year the pilgrimage to the Blessed Virgin of “La Paz” is celebrated. Emphasizing the territorial capital that the parish possesses, the “Gruta de La Paz”. It acts as a catalyst for the economy due to its tourist attraction. It also has scenic areas such as the Apaquí river, Chorrera de Duendes waterfall, Tuquer paramo, Frailejones paramo and Gualicones, also some places of entertainment and recreation such as hot springs. Finally, as a result of the matrix route, “La Paz” parish can access business opportunities that will allow economic development based on its capital territory and the well-being and social cohesion shown by its inhabitants. The business opportunities for this parish is the creation of a warehouse for agricultural derivatives, a public-private company, a religious boulevard (recreation and lodging), a handicraft workshop and a themed restaurant.

Keywords: business opportunities, economic development, welfare and social cohesion, territorial capital.

INTRODUCCIÓN

El principal objetivo es diagnosticar oportunidades de negocio en la parroquia La Paz. Las variables de desarrollo económico, bienestar y cohesión social y el capital territorial, muestran la realidad actual en cuestiones económicas que atraviesa la parroquia, Así mismo se identifica los aspectos importantes que destacan a la parroquia como un territorio de cultura y turismo religioso.

En el capítulo 1 se aborda el problema planteado, detallando los inconvenientes que existen para generar oportunidades de negocio, seguidamente de la justificación como aporte del estudio hacia los beneficiarios y el impacto que tiene en relación a los objetivos de la ODS y buen vivir, posteriormente los objetivos que permitieron llegar a determinar las oportunidades de negocio en esta parroquia. En el capítulo 2 se introducen las cuestiones teóricas y hallazgos investigativos que sustentan la investigación. Se realiza un breve repaso de los modelos teóricos que intervienen en las variables principales de desarrollo económico, capital territorial para tener una visión más amplia e identificar las oportunidades de negocio. El capítulo finaliza con un recuento de múltiples estudios que han tratado temas similares.

En el primer apartado del capítulo 3 se describe el enfoque investigativo de este trabajo para cumplir con los objetivos de esta tesis, luego la idea a defender que se plantea para detectar las oportunidades de negocio en la parroquia, a su vez se propone la Operacionalización de variables detallando componentes e indicadores. Posteriormente se hace un recuento de las técnicas y métodos empleados para tratar la información obtenida a través de los formularios específicamente diseñados para cada población. El capítulo 4 se encuentran los análisis e interpretación de datos de las tablas elaboradas a partir del programa estadístico SPS, para la realización de la dilución se utilizó de autores y hallazgos investigativos, donde se demuestra los aspectos más importantes para generar oportunidades de negocio.

En el capítulo 5 se definen las oportunidades de negocio creando una ruta de matrices para para llegar los productos innovadores que se pueden establecer en la paz aprovechando las potencialidades como resultado del capítulo anterior.

Finalmente, el capítulo 6 se expone conclusiones y referencias que contestan a los objetivos y preguntas de investigación, el capítulo 7 contiene el material bibliográfico empleado en la investigación y en el capítulo 8 los anexos que dieron paso al desarrollo del estudio.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La oportunidad de negocio se refiere a una oportunidad para iniciar una idea de negocio, ingresar a un nuevo campo de trabajo o lanzar un nuevo producto al mercado. Un buen ejemplo de una oportunidad de negocio es encontrar demanda en un mercado insatisfactorio, al tiempo que tiene capacidades financieras y técnicas. (García, 2011).

En el Ecuador se registra una tasa de emprendimiento por necesidad de cada región, donde el país continúa como el más emprendedor de Latinoamérica. Así señaló el Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador (2013). El Ecuador consta de 24 provincias, donde el Carchi se encuentra en el puesto 16 a nivel de emprendimiento, es decir, en los últimos lugares, según el INEC (2019) en la provincia se registra 10.914 empresas aportando solamente con el 1.24% a nivel nacional. La provincia del Carchi está conformada por 36 parroquia, entre ellas se encuentra la parroquia La Paz según el Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial La Paz, (2015) la parroquia consta de 115.96 kilómetros cuadrados. Entre las actividades económicas principales que destacan son las agropecuarias. Por otro lado, se encuentra un gran atributo de esta parroquia que es el turismo, y entre otras actividades se encuentra el comercio.

Las oportunidades de negocio en la parroquia puede presentar en base a las actividades agropecuarias y demás actividades económicas son limitadas por diversos factores como el nivel de instrucción, la falta de apoyo de las autoridades hacia los emprendimientos y también el desconocimiento de innovar al momento de comercializar, de acuerdo con datos del PDOT se muestra que el nivel de educación de la parroquia es bajo, puesto que más del 60% de la población solo ha llegado hasta el bachillerato por lo que se puede evidenciar que existe escaso conocimiento afines de desarrollo económico, oportunidades de negocio, sistemas de producción, innovación etc., así también otro aspecto involucrado en las oportunidades de negocio es el apoyo por parte de las autoridades hacia los emprendimientos, viéndose reflejado de manera muy limitada, es por eso que muchos pobladores de la localidad opten por no emprender ningún tipo de negocio debido a la falta de clientes y miedo al fracaso. Por otro lado, la carencia de innovar en la producción de la parroquia es un limitante para el aprovechamiento

de oportunidades de negocio, debido a que estos son vendidos en estado natural a intermediarios que luego los distribuyen a diferentes zonas del país. En este contexto los habitantes de la parroquia alcanzan ingresos muy bajos por la venta de sus productos, en este sentido se puede evidenciar que los niveles de pobreza son altos ya que según el INEC expresa 82.8% de la población está inmersa en la categoría de pobreza.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué oportunidades de negocio se pueden aprovechar en la parroquia La Paz?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Tomando en cuenta el desarrollo económico, la Universidad Politécnica Estatal del Carchi situada al norte del país intenta buscar el progreso y bienestar de la misma, proponiendo y estableciendo mecanismos de investigación y búsqueda de oportunidades de negocio, y así fortalecer la economía de los productores de la parroquia, además de mostrar sus avances en conocimiento, educación y tecnología que permitan establecer estrategias de mejora económica.

La importancia de este diagnóstico es para determinar las oportunidades de negocio que tiene la parroquia de La Paz, cantón Montufar; donde los beneficiarios directos fueron las personas de la parroquia, debido que con este estudio ellos pueden tener una base teórica donde encuentren y conozcan cuales son algunos de los productos que son más factibles ofertarlos al mercado, los mismo que serían una oportunidad de negocio para ellos.

Además, este trabajo de investigación fue de gran importancia puesto que aportó a los objetivos de desarrollo sostenible ODS específicamente al objetivo número 8 que Su propósito es promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el pleno empleo, productividad y trabajo decente. Se cumplió con este objetivo debido a que este proyecto sirve como fuente donde se puedan incrementar las ideas para generar emprendimientos y promover un crecimiento económico de la parroquia la Paz.

De igual manera se logró cumplir con el objetivo 5 del Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida que menciona. la propuesta de incentivos a la producción, desde el crédito hasta la creación de nuevos negocios; el posicionamiento de sectores como la gastronomía y el turismo, con énfasis en la certificación de pequeños participantes comunitarios; y la promoción de mecanismos de comercialización a nivel nacional e internacional.

Además, se considera otro punto importante para justificar este diagnóstico puesto que, una de las metas principales que tiene el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi es fortalecer el crecimiento económico de cada uno de sus cantones con énfasis en el comercio e impulso del turismo, además de generar y fortalecer las ideas de negocio que aporten al fomento de la matriz productiva.

Finalmente, el presente estudio se justificó debido a que apoya a la línea de investigación de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi la misma que es el emprendimiento y empresa. Por ende, con este diagnóstico se puede profundizar e incentivar al emprendimiento de la parroquia La Paz.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

- Diagnosticar oportunidades de negocio en la parroquia La Paz, cantón Montufar

1.4.2. Objetivos específicos

- Explicar el desarrollo económico de la parroquia la Paz para conocer aspectos relevantes de la agricultura, ganadería, cadena productiva y cadena emprendedora.
- Describir el contexto de la parroquia La Paz en torno al bienestar y cohesión social para identificar elementos importantes de la educación y cultura.
- Describir el capital territorial de la parroquia La Paz, a través del posicionamiento que tiene el territorio.
- Crear una ruta de matrices para generar oportunidades de negocio con las características más importantes que tiene la parroquia La Paz.

1.4.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los elementos más importantes del desarrollo económico en la parroquia La Paz que ayudarían a generar oportunidades de negocio?
- ¿En que se caracteriza la educación y la cultura en la parroquia La Paz?
- ¿Cuál es el posicionamiento del capital territorial de la parroquia La Paz en base a componentes cognitivos, conativos y afectivos?
- ¿Cuáles son las nuevas oportunidades de negocio en la parroquia La Paz a través de la utilización de matrices y tendencias actuales?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En la actualidad todas las personas buscan alternativas para generar ingresos y así poder satisfacer sus necesidades. El proceso que implica en encontrar esas maneras de generar ingresos cumple un rol importante en la versatilidad del campo empresarial. Para lograr oportunidades de negocio en la parroquia La Paz es muy importante estudiar tres componentes tales como el desarrollo económico, el bienestar y cohesión social y capital territorial.

2.1 DESARROLLO ECONÓMICO

En lo que respecta al desarrollo económico, este hace referencia a la capacidad que tiene un determinado lugar para obtener o producir riqueza, estando íntimamente relacionado con la expansión y el sustento económico de tal modo que se garantice el bienestar, satisfaga necesidades tanto personales como sociales (Coll, 2020). Además, abarca aspectos como la composición económica, dinámica de mercado, cadena productiva y cadena emprendedora los mismos que posee la parroquia y resultan importantes para el desarrollo. La composición económica se centra en los sectores que componen la economía como el sector primario que está conformado por las actividades agrícolas y ganaderas, y son un enfoque global que se producen en una economía. Bajo esta perspectiva la composición económica de un sector está dado por la unión de diversos sectores entre ellos esta los primarios, secundarios y terciarios (Coll, 2020). Como hallazgo de desarrollo económico para los sectores rurales en su composición económica. Para estas actividades es muy necesario el aprovechamiento de los suelos a disposición para mantener un buen desarrollo en estas actividades. Por este motivo sustenta García (2017) las actividades agropecuarias son la ganadería, siembra, cultivo, recolección y primera venta de productos que no se ven afectados por la transformación industrial con un espacio optimo y adecuado para un mejor desarrollo de estas actividades.

Las cadenas productivas se entienden como la relación entre personas que se encargan de realizar diferentes operaciones y están debidamente planificadas, las cadenas productivas pueden ser agrícolas y ganaderas como es el caso de esta parroquia, ellos comercializan los diferentes productos que la tierra les provee. Tomando en cuenta la teoría de Kotler y Keller (2012) la comercialización es la introducción de un producto nuevo al mercado. Como antecedente investigativo aportando las cadenas productivas se ven afectadas por problemas como el desconocimiento de comercialización de los productos problemas de producción, por

parte Alvares (2019) haciendo énfasis en los problemas en la comercialización agropecuaria, se da por la mala planificación de producción de acuerdo al mercado. Gonzales (2015) manifiesta acerca de los problemas de producción como dificultades para producir, abarcando aspecto como la financiación para las parcelas, la tierra y la falta de conocimiento que no les permite tener un buen desarrollo. Para mejorar la productividad es necesario la reducción de costos al momento de producir mediante la utilización de recursos al máximo, establecer un sistema agrícola sostenible y rentable generando la menor cantidad de gastos posible (Deer, 2017). Para un desempeño de las cadenas productivas también dependerán del mercado hacia el que van dirigido sus productos y desarrollar relaciones que garanticen el acceso a nuevos horizontes orientados hacia nuevos mercados. Para los miembros de las cadenas agropecuarias es muy necesario tener un buen conocimiento acerca de la producción y técnicas que esta requiera, para ello Ferretero (2018) plantea la asesoría técnica para los productores como un trabajo en conjunto con una empresa y la asignación de expertos con el único objetivo de buscar soluciones a los problemas específicos.

Dentro de la composición económica de un sector existe un eje fundamental denominado cadena emprendedora, se encarga de promover emprendimientos a través de ideas de negocio con la finalidad de construir nuevas plazas de empleo, sustento de las familias y combatir la pobreza, el emprendimiento para los autores Montoya, Correa, Mejía (2009) es determinar las características de crecimiento, transformación y desarrollo de un sector rural. Para las cadenas emprendedoras es necesario e importante mantener buenas relaciones con los eslabones, es decir, con los proveedores de materia prima, agroindustrias, sistemas productivos, con los mayoristas, minoristas y también con los consumidores finales. Los autores Herruzo, Hernández, Cardella & Sánchez (2019) destaca la importancia del emprendimiento rural y su impacto en el desarrollo económico. Aportando en el emprendimiento y a su vez el desarrollo económico, como antecedente investigativo se toma en cuenta a Perafán en el año 2014 donde determina la importancia del reconocimiento en el mercado para el incremento de ventas y posicionamiento.

2.2 BIENESTAR Y COHESIÓN SOCIAL

El bienestar y cohesión social se basa principalmente en las relaciones frente a frente y en la fuerza de los lazos sociales, de esta manera se puede decir que forma parte de un atributo de un determinado lugar o sociedad, sin embargo, tomando el criterio de la CEPAL (2007) la cohesión nace Frente a los problemas que hay que afrontar, aunque se han logrado algunos avances en

los últimos años, todavía existe. La incidencia de la pobreza, la discriminación y la exclusión social se remonta a un pasado lejano, de modo que la cohesión social brinda pautas para la acción institucional para poder superar y resolver problemas que existen en las sociedades. Dentro de las sociedades para llegar a la meta de tener buena convivencia y bienestar social es importante la educación, puesto que cumple un rol importante para el desarrollo, toman como aporte al Ministerio de Educación (2010) la educación en el país es un servicio público que puede ser prestado a través de instituciones públicas, misioneras y privadas, garantizando así la libertad de enseñanza y aprendizaje. Así mismo, la existencia de la educación privada y los tesoros misioneros siempre responde al carácter público de los servicios educativos. Aquí, Todos los centros educativos deben brindar servicios sociales gratuitos. En otros casos, el apoyo psicológico debe brindarse en el marco de un sistema de inclusión social y equitativa. La educación debe centrarse en la formación práctica metodología de todos los individuos que se encuentran en desarrollo y crecimiento, este proceso se caracteriza por los conocimientos y herramientas fundamentales para la vida cotidiana en los individuos. Haciendo énfasis en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia La Paz (2015) refleja resultados importantes acerca del nivel de educación de los habitantes y capital territorial que esta parroquia posee.

Un factor que no contribuye al crecimiento y desarrollo de sociedades es el analfabetismo donde según la agencia de la ONU para el refugiado ACNUR (2017) el analfabetismo reduce las oportunidades de participación en la sociedad. La educación es fundamental para cultivar ciudadanos clave y responsables que sepan interactuar con las instituciones que los gobiernan, para ello es necesario crear alianzas para impulsar programas de alfabetización donde se vean implicados los estudiantes de preferencia de todos los grupos étnicos para ayudar a enfrentar los desafíos planteados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible para la educación de jóvenes y adultos, el nivel de instrucción de una persona se refiere al grado más alto de estudios que ha realizado sin tomar en cuenta si se ha culminado. Para transformar las sociedades de manera positiva la UNESCO en el año (2019) propone aumentar las posibilidades de obtener una educación de alta calidad para el desarrollo sostenible en todos los contextos sociales y cambiar la sociedad ajustando la dirección de la educación para que tenga un mejor nivel educativo en la población. Otro componente para logara bienestar social es la asociatividad, consiste en la colaboración de entidades para lograr beneficios y objetivos que permitan un óptimo crecimiento (Rosales, 1997).

La cultura como parte del bienestar y cohesión social es importante porque incluye creencias, costumbres, conocimiento y tradiciones que son adquiridas por las personas que integran una sociedad para crear y tener un propio criterio de la misma. La cultura abarca componentes esenciales como el patrimonio, manifestaciones culturales, costumbres, gastronomía, técnicas ancestrales, participación cívica y la comunicación comunitaria. El patrimonio se entiende como la herencia que los antepasados dejan a sus futuras generaciones y ello son quienes tienen que cuidar los bienes tanto tangibles como intangibles, en las sociedades existen patrimonios naturales que de acuerdo a la UNESCO (1972) el patrimonio natural son los monumentos naturalmente contruidos por formaciones tanto físicas como biológicas. Mientras que las manifestaciones culturales hacen referencia al conjunto de costumbres y tradiciones que perduran con el tiempo mediante la práctica, este mismo criterio comparte Saraí (2011) Las expresiones culturales son actividades públicas, que se caracterizan por la generación de comportamientos comunicativos.

Las costumbres y fiestas tradicionales se entienden como actividades y la esencia propia de los habitantes de un lugar en específico que con las prácticas se han convertido en legados tradicionales, en este contexto las costumbres según Curay (2017) son los hábitos adquiridos cuando alguna practica o acto es repetido frecuentemente. Las fiestas tradicionales también contemplan aspectos culturales que son costumbres realizarlos en diferentes fechas del año dependiendo del lugar, por esta razón Ramírez (2015) Las fiestas tradicionales articulan huellas de tejido social y representan la tradición de un pueblo. Así mismo otro aspecto fundamental que caracteriza a cada pueblo es su gastronomía y las técnicas son transmitidas de generación en generación para preparar los distintos platos, Forné (2016) contribuye como símbolo regional, contribuye a la alimentación, que es una muestra que define la cultura humana y la naturaleza. Este complemento de fiestas tradicionales y gastronomía son transcendentales entra cada lugar o región y hacen parte de la cultura de cada individuo. Para constatar la importancia de las costumbres y tradiciones en el estudio “La diversidad cultural y su impacto en el turismo comunitario de la región andina” propuesto por Mullo y Padilla (2018) las costumbres y tradiciones que aún se mantienen tienen un gran impacto donde puede implicar el desenvolvimiento de actividades económicas.

Dentro de la cultura se encuentran componentes importantes como son las técnicas artesanales que son transmitidas a generaciones futuras siendo propias de cada cultura, las mismas que pueden ser utilizadas y manipuladas de manera manual sin la utilización de maquinaria (Andrade y Flores, 2008). La importancia de las técnicas artesanales específicamente en los

productos orgánicos como antecedente investigativo estos mismos autores en su estudio “Consumo de productos orgánicos agroecológicos en los hogares ecuatorianos”, estas técnicas aportan a las economías de las familias dedicadas a actividades agropecuarias con productos orgánicos, es por ello que plantean al cultivo de estos productos como una fuente de aportes con soluciones tanto para el medio ambiente como para generar una cultura de producción responsable, sostenible para las economías de un país. Parte de la cultura y el bienestar y cohesión social, se considera a la participación cívica, para el autor Gil (2010) la participación cívica, es la forma de lograr ser una sociedad civil y organizada para la toma de decisiones, especialmente en la que se comparten en un entorno determinado. Tomando en cuenta al antecedente investigativo Guevara (2007) denominado “Participación juvenil en los procesos locales de desarrollo en la parroquia San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo”, sobre la importancia de las personas, grupos juveniles, movimientos, dentro de una parroquia para la resolución de intereses, o para la toma de acciones o decisiones.

Otro componente dentro de la cultura es la comunicación comunitaria, para Cárdenas (2019) la comunicación comunitaria es el beneficio de las comunidades al tener una comunicación adecuada, debido que se puede entablar relaciones de interés de desarrollo y generar un sentido de pertenencia a un barrio o a algún espacio de encuentro. Haciendo énfasis en el antecedente investigativo de la autora Beramendi (2016) en su estudio sobre “La confianza institucional y social: una solución insoslayable” propone la importancia que tiene la confianza social de las personas, en las autoridades competentes, debido que, mediante ella, se puede desarrollar políticas de justicia y equidad social, para un correcto desarrollo de bienestar social.

2.3 CAPITAL TERRITORIAL

El capital territorial en un lugar en específico está conformado por recursos que posee, estos recursos pueden ser infraestructuras creadas por el hombre o por formaciones naturales y esto aporta al reconocimiento que tiene el lugar. Bajo esta perspectiva (Ayala, 2012). El reconocimiento de un determinado lugar y desarrollo del mismo se centra en las diferentes formas y posicionamientos tales como el cognitivo, afectivo y conativo, Schiffman, Kanuk y Wisenblit (2010) en su obra Comportamiento del consumidor siendo muy son fundamentales estos tres componentes de la actitud para poder definir y comprender el comportamiento de las personas con respecto a una cosa y como estas partes se relacionan entre sí.

Los tres componentes principales descritos son el posicionamiento cognitivo, este hace referencia al conocimiento y las percepciones que tiene una persona mediante una combinación entre experiencia y el objeto se suele considerar que el objeto posee varios atributos que conducen a un resultado específico. El segundo componente es posicionamiento afectivo, donde se considera las emociones y sentimientos que desarrolla un consumidor con relación a un producto o marca en específico. Teniendo en cuenta la relación que le genera un objeto al consumidor aludiendo de igual manera al grado de relación sea esta favorable o desfavorable, manifestándose en los sentimientos de las personas como alegría, tristeza, vergüenza, o sorpresa, considerando que dichos estados emocionales se pueden dar por el nivel de experiencia que posea el consumidor con relación al producto o servicio.

Como tercer posicionamiento se considera al conativo, este hace énfasis en la probabilidad o tendencia que una persona pueda tener o reaccionar de una manera específica con respecto al objeto, además este hace relación con las acciones que se cree correcto hacer, es decir adquirir lo que es necesario y para lo que va a ser.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

La investigación mantiene un enfoque cualitativo misma que se sustenta en la base de información confiable con la utilización de herramientas concretas que permitan la recopilación de información, entre las cuales está la entrevista no estructurada (ver anexo 14), fueron aplicadas a los representantes de cada población de estudio, con la finalidad de conocer sus puntos de vistas que contribuyan a fortificar el contenido de esta investigación.

Se aplicó el enfoque cuantitativo, puesto que permitió interpretar y cuantificar los valores de los resultados obtenidos en diferentes encuestas realizas a las poblaciones de estudio. Una vez recopilada la información se utilizó el programa estadístico SPSS para organizar los datos y estructurar tablas estadísticas para resumir la información y faciliten la interpretación de resultados.

3.2 Tipo de Investigación

En primer lugar, se empleó la investigación bibliográfica con la finalidad de adquirir conocimientos sobre oportunidades de negocio. Además, fue investigación descriptiva porque ayudó a conocer la capacidad de los sectores primarios como la agricultura, ganadería y los principales productos, y los precios actuales de los mismos, en lo que corresponde en lo que corresponde a la cadena emprendedora se conoció la relación con los proveedores y la cobertura de reconocimiento, con esta información se obtuvo resultados de una base sólida para determinar oportunidades de negocio.

La investigación documental, fue un gran aporte, la revisión de libros y artículos relacionados al desarrollo económico específicamente en la realidad actual de los sectores primarios, permitió realizar un contraste entre fuentes primarias y secundarias.

La investigación de campo se realizó a través de la aplicación de encuestas a las poblaciones de estudio, obteniendo datos de fuentes primarias, esto permitió realizar un contraste e identificar aspectos significativos en relaciona la parroquia y todos sus componentes.

3.3. IDEA A DEFENDER

Un diagnóstico que relacione el desarrollo económico, bienestar y cohesión social y capital territorial permite contar con información para la propuesta de oportunidades de negocio en la búsqueda de mejoramiento y desarrollo de la parroquia La Paz.

3.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Para determinar las oportunidades de negocio se consideraron tres variables, la primera el desarrollo económico donde se ve inmerso los que dinamizan la economía del sector, tales como la composición económica de sectores primarios, cadenas productivas y cadena emprendedora.

La segunda variable es el bienestar y cohesión social como eje primordial para una sociedad donde radica la educación y la cultura como comunidad para un desarrollo colectivo.

Finalmente, la tercera variable es el capital territorial, esta se refiere a la infraestructura y recursos naturales, siendo valorada a través de diferentes perspectivas personales.

Tabla 1. Operacionalización de variables para el tema: Oportunidades de negocio en la parroquia La Paz

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	FUENTE
Desarrollo económico	Composición económica	Sector primario	Encuesta
		Número de hectáreas para agricultura y ganadería	
	Cadenas productivas	Precio de productos	Encuesta
		Porcentaje de problemas en la producción	Entrevista
		Porcentaje de alternativas de mejora	
	Cadena emprendedora	Emprendimientos	Encuesta
Porcentaje de cobertura de reconocimiento		Entrevista	
Bienestar y cohesión social	Educación	Nivel de educación	Ficha bibliográfica
	Cultura	Patrimonio manifestaciones culturales	Encuesta Entrevista
		Costumbres	
		Gastronomía	
		Técnicas artesanales	
		Participación cívica	
		Comunicación comunitaria	
		Asociatividad	
Capital territorial	Posicionamiento del territorio	Cognitivo	Encuesta
		Conativo	
		Afectivo	

3.5. MÉTODOS UTILIZADOS

Para realizar la investigación de oportunidades de negocio en la parroquia de La Paz, y encontrar un producto que pueda solventar y reactivar económicamente a la localidad y generar fuentes de trabajo a los parroquianos se desarrolló diferentes tipos de matrices tales como: EFE, EFI, cuadro de tendencias de consumo, matriz de consolidación de productos, matriz de ponderación de los productos, matriz de evaluación de oportunidades, matriz de McKinsey y una ficha técnica del proyecto.

En primera instancia se elaboró las matrices EFE y EFI, para identificar las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades que presenta la parroquia. A través de una calificación ponderada por el grupo colaborativo, en la matriz EFE se identificó las oportunidades.

Con las tres oportunidades que sobresalieron en las anteriores matrices, se elaboró los cuadros de tendencia de consumo completando cada uno de los componentes que son: las necesidades básicas, los causantes del cambio, las expectativas de consumo emergentes, la inspiración, con el fin de poder generar la potencialidad de la innovación y el mercado para quien va a ser dirigido, finalizando con la innovación. Esto se realizó de manera individual para cada una de las oportunidades.

Una vez finalizado los cuadros de tendencia de consumo de cada oportunidad, se elaboró la matriz de consolidación de innovaciones.

Posteriormente se realizó la matriz de evaluación de oportunidades, previo a esto se elaboró matrices de ponderación por cada uno de los productos consolidados, con calificaciones respectivas respaldadas por el grupo colaborativo con el fin de hacer entender la lógica matemática de la matriz de evaluación de oportunidad.

Seguidamente se elaboró la matriz de McKinsey en el programa Excel con la utilización de las calificaciones y valores totales ponderados de las matrices EFE y EFI. Finalmente se elaboró una ficha técnica con las especificaciones más importantes del proyecto.

3.5.1. Análisis Estadístico

En la investigación se empleó el muestro no probabilístico por conveniencia esto permitió la selección de casos accesibles que se acuerdan incluir.

Para la recolección de información, en la investigación de acuerdo al tipo de muestreo se estableció las siguientes poblaciones (ver anexo 19) con el número de encuestas aplicadas:

Fueron 19 Agricultores y ganaderos por ser los más representativos de cada una de las comunidades y de las cadenas productivas estudiadas que tiene la parroquia, además se seleccionaron 10 directivos de las mismas cadenas productivas, posteriormente se recopiló información de 4 emprendimientos por la proximidad del sector al estar ubicados en el Barrio Norte. Los líderes de opinión se seleccionaron por su alto nivel de conocimiento y e historia que tiene la parroquia en este caso se tomó la opinión de 28 personas externas a la aparroquia y 8 personas locales.

Así mismo escogieron a 73 personas denominas población foránea. Finalmente se escogió a los presidentes de 2 asaciones, en primer lugar, la asociación de transporte Cía. Gruta de la Paz y en segundo lugar la pre-asociación Turismo comunitario Tuquer, teniendo como resultado 144 formularios aplicados.

El proyecto al ser aplicado a los representantes de cada población de la parroquia La Paz, no se necesitó emplear el cálculo de la muestra, debido a que es de conocimiento de los expertos que analizan y diseñan encuestas, este cálculo se lo debe realizar únicamente cuando la población objeto de estudio es muy amplia. Se logró recopilar estos datos a las poblaciones con el número de encuestas respectivas, a través de conversatorios online en fechas específicas para cada una de las poblaciones.

3.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para el desarrollo de la presente investigación, se aplicaron encuestas y entrevistas las cuales fueron perfeccionadas para la recopilación de datos, los instrumentos aplicados a las poblaciones de agricultores y ganaderos, cadena productiva y cadena emprendedora, estuvieron orientadas a recopilar información sobre el desarrollo económico de la parroquia.

Las encuestas, entrevistas aplicadas a la población de líderes de opinión y asociaciones con la finalidad de obtener información correspondiente al Bienestar y cohesión social, finalmente las encuestas aplicadas a la población de foráneos fueron adecuadas para la obtención de datos del capital territorial que posee la parroquia.

Para resumir la información, se elaboró tablas cruzadas para poder describir el comportamiento de los datos que contienen las variables utilizadas en el cruce, la ventaja de esto es la capacidad de estructurar, mostrara y resumir los datos.

Así mismo para entender la información se elaboró tablas de frecuencia fin de entender cuál es la tendencia de los elementos de cada variable, por tal razón se utilizaron las frecuencias obtenidas del programa SPSS. A partir del cálculo y recodificación de las variables en el programa estadístico se obtuvieron el valor de las medias que conforman cada componente. Con esto se elaboraron tablas que permitirán visualizar de mejor manera cuales son los factores de cada variable con mayor y menor tendencia.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA LA PAZ

4.1 COMPORTAMIENTO DE LAS DIMENSIONES ECONÓMICAS PARA EL DESARROLLO.

4.1.1 La composición económica y los Sectores primarios (agricultura, ganadería) de la parroquia.

La composición económica se entiende como la integración de distintos sectores que componen la económica de un determinado lugar o región. En este mismo contexto la estructura o composición económica es la unión de diversos sectores entre ellos esta los primarios, secundarios y terciarios (Coll, 2020), siendo la agricultura y la ganadería como los principales sectores primarios en la composición económica de la parroquia.

Los sectores primarios hacen referencia a las actividades de transformación del medio natural, principalmente de la ganadería y agricultura, siendo las más practicadas en la provincia del Carchi y en esta parroquia. El Comercio (2018) establece que estas actividades son impulsadas desde los sectores públicos y privados, para aumentar la calidad y rendimiento; y poder convertirse en la columna vertebral de la economía provincial.

4.1.1.1 Disponibilidad de tierra para actividades agrícolas

Las actividades agrícolas consisten en el aprovechamiento de los suelos para la siembra, mantenimiento y recolección de alimentos para la subsistencia de las personas. En este sentido, las actividades agrícolas incluyen la siembra, cultivo, recolección y la primera venta de los productos obtenidos de estas actividades, y todo lo cual no requiere de transformación industrial. (García, 2017). Entonces la importancia de esta actividad es fundamental para el desarrollo de los sectores en particular los rurales, sobre todo en las economías que dependen en la agricultura especialmente en la provincia, y de esta parroquia, puesto que actúan como soporte del sistema económico, además de proveer alimentos, también ofrece plazas de empleo a una gran parte de esta población.

La Paz concreta estas actividades agrícolas: papa, arveja, haba, maíz que ocupan la mayor cantidad de hectáreas de tierra para este tipo de cultivos en esta parroquia siendo fuentes de sustente económico.

Tabla 2

Número de hectáreas destinada para la producción agrícola

Productos agrícolas	Hectáreas
Papa	13
Arveja	9
Haba	3
Maíz	2
Total	27

Nota: El número de hectáreas está destinado para cada producto agrícola según los productores

La investigación permite entender que el 83% de hectáreas de terreno está destinada netamente al cultivo de papa y arveja, siendo así los principales componentes de la economía del sector primario para la parroquia, convirtiéndoles en el soporte económico de subsistencia de las familias al utilizar la en estos dos tipos de cultivo, es por esta razón que, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) desde el año 2014 apoya al cultivo de estos productos por considerar que, a más de su valor nutritivo genera un impacto en la economía del sector.

4.1.1.2 Disponibilidad de tierra para actividades ganaderas

La actividad ganadera para su desarrollo económico requiere de espacios disponibles para la crianza de animales con fines productivos. En la misma investigación García contribuye a la ganadería como al espacio adecuado para la crianza y engorde del ganado y primera venta de los productos obtenidos, todo lo cual no requiere transformación industrial. Bajo esta circunstancia las actividades ganaderas son esenciales e importantes para el desarrollo económico sobre todo para los sectores rurales, tal es el caso de esta parroquia, que se dedicada a la ganadería como fuentes principales de ingreso.

Entre las principales actividades ganaderas que se dedican los productores esta: la producción de leche y la crianza de ganado para carne ocupando la mayor cantidad de hectáreas de terreno.

Tabla 3

Número de hectáreas para actividades ganaderas

Actividades ganaderas	Hectáreas
Producción de leche	22
Cría de ganado para carne	3
Total	25

Nota: El número de hectáreas está destinado para cada actividad ganadera según los productores

Dentro de las actividades ganaderas en la parroquia, existe gran predominio específicamente en la producción de leche con la mayor parte de suelos destinados a esta actividad, cabe destacar la producción de leche es fuente principal de ingreso y consumo de la población para la

subsistencia en la parroquia. Por este motivo el MAGAP (2020) apoya a la producción de leche, para aproximadamente 1,3 millones de ecuatorianos, que habitan en el campo es la principal actividad de ingresos. Y además como alimento esencial para la población por la presencia de vitaminas y minerales que son fundamentales para la lucha contra la desnutrición. Para ese mismo año la producción de leche durante la pandemia cumplió un papel importante en el abastecimiento y producción de lácteos a nivel nacional de manera constante.

4.2 LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN LA PARROQUIA LA PAZ.

4.2.1 El precio de productos agropecuarios.

La oferta hace referencia a la cantidad y conjunto de bienes y servicios que se ponen en venta en el mercado a un determinado precio por parte de los oferentes. Desde otra perspectiva Kotler y Keller (2012) dictamina a la oferta como el deseo por parte de las personas hacia producto respaldado por una capacidad de pago. Por tal razón al momento de adquirir un bien o servicio expuesto en el mercado se debe tomar en cuenta uno de los aspectos más importante comúnmente conocido como el precio, haciendo entender como la cantidad de dinero asignada a dicho bien o servicio. Estos mismos autores Kotler y Keller en su obra de Fundamentos de Marketing del año (2012) donde definen al precio como una cantidad de dinero a cobrar por un bien o servicio.

La producción de la parroquia es amplia en lo que respecta a producción agrícola y cada uno tiene su precio establecido en el mercado.

Tabla 4

Precio en quintales de los productos agrícolas

Productos agrícolas	Precio en quintales
Papa	\$ 9
Haba	\$ 13
Arveja	\$ 12
Maíz	\$ 13

Nota: Los precios establecidos, son los actuales según los productores

Con respecto al precio por quintal de cada uno de los productos que existen en la parroquia son considerados precios bajos, principalmente la papa y la arveja, puesto que se emplea una importante superficie de tierra destinada a estas actividades, el 28 de noviembre del 2020. El Diario El Universo informa que el precio del quintal de papá y arveja antes de la pandemia era de 15 a 18 dólares o más, siendo precios excelentes para los productores, permitiendo obtener

beneficios económicos considerables para seguir desarrollando este tipo de cultivo mayores inconvenientes.

Actualmente en la parroquia los precios de los productos agropecuarios se consideran bajos debido a la problemática que la parroquia está atravesando. Por su parte, Fernando Chulde, técnico del Ministerio de agricultura en la zona del Carchi, expresa: “debido a la pandemia, existe bajo consumo de estos productos, de tal manera que afecta la comercialización y los precios...”

Los productores son afectados por los eslabones que existen en la comercialización, esto sucede cuando el consumidor final destruye toda la normativa de pesaje y adquiere el producto por funda con la unidad de venta del dólar, es decir los productores desconocen el precio original de sus productos en los mercados y supermercados.

Dentro la producción agropecuaria de la parroquia a más de los productos agrícolas, dispone al mercado la leche para el consumo a determinados precios.

Tabla 5
Precio en litros de producto ganadero

Producto ganadero	Precio en litros
Leche	0.30 ctvs - 0.32 ctvs

Nota: Los precios establecidos, son los actuales según los productores de la parroquia.

Actualmente el precio de la leche establecido para los productores de la parroquia al momento de comercializar llega hasta los 0.35 ctvs de dólar, siendo un precio bajo en comparación a los años anteriores, el Ministerio de Agricultura y Ganadería para el año 2013 estableció pagar a los productores de leche por parte de las industrias lácteas un 52,4% por cada litro de leche del precio de venta al público en funda, es decir de 80 ctvs de dólar, el precio de leche indexado que se paga al productor es de 42 ctvs de dólar adicionalmente las bonificaciones por calidad. Así, confirma El Diario El Telégrafo en el año 2018 por medio de la Producción Pecuaria del MAG el precio de la leche para los productores es de 42 ctvs de dólar por litro vendido, siendo este el precio oficial según el Acuerdo 394.

En la parroquia el precio que reciben por la venta de la leche equivale al 0,38% del precio de venta al público en funda. Debido a la emergencia sanitaria la producción de leche tuvo alrededor del 20% de reducción en ventas Pichincha Comunicaciones (2020) y, que el precio de los 42 ctvs a los productores no se respeta.

4.3 CADENAS PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS COMO EJE DE POTENCIALIDAD

4.3.1 Problemas que afecta a las cadenas agropecuarias en sus actividades productivas.

Los problemas en actividades productivas se las conocen como aspectos a mejorar para mantener un equilibrio o estabilizar el rendimiento de la misma. Dentro de las cadenas productivas existen problemas para producir los bienes o en muchos de los casos el problema se extiende hasta el momento de la comercialización.

En lo que respecta a los problemas en la producción de las cadenas agropecuarias Gonzales (2015) asume a los problemas de producción como dificultades para producir, abarcando aspecto como la financiación para las parcelas, degradación de la tierra, desconocimiento de técnicas para la producción, inadecuado uso de fertilizantes. De tal que afecta de manera significativa a los productores ocasionando productos alimenticios no aptos para la venta y pérdidas económicas muy grandes.

Cabe destacar, la comercialización de productos en el mercado también resulta ser un problema que afecta a los productores agropecuarios Álvarez (1999) ha identificado los problemas que usualmente aparecen en la comercialización agropecuaria, primeramente, la producción no se planifica de acuerdo al mercado, así como también la falta de información sobre los requerimientos del mercado, en tiempo, productos y en precios, producción estacional.

Tabla 6
Porcentaje de problemas en actividades productivas de la parroquia

Problemas en actividades productivas	Porcentaje
Desventajas en la comercialización	70%
Problemas en la producción	30%
Total	100%

Nota: El porcentaje de problemas en las actividades se establecieron según el criterio de los productores.

Las cadenas agropecuarias de la parroquia producen una variedad de productos de consumo masivo para distribuirlos en diferentes puntos de venta y mercados. Claramente se puede observar en la gráfica que la mayor parte de estas cadenas que componen la economía de la parroquia son afectadas por el desconocimiento o desventajas que tienen acerca de la comercialización de productos, en un análisis impartido por López (2020) acerca de la cadena de comercialización agrícola de Ecuador se establece directamente con pequeños y medianos agricultores, comerciantes e intermediarios, por lo que es algo desventajoso para los

productores porque sus productos no son reconocidos al precio correcto y peso exacto; diferente a los productores agrícolas que venden productos en centros de acopio a precios razonables y pesos exactos. Mientras que en la provincia para el fortalecimiento agropecuario productivo por parte del Ministerio de agricultura y ganadería (2020) se decidió implementar Los Circuitos Alternativos de Comercialización (Cialcos), donde se integraron los esfuerzos de los productores y emprendedores de pequeña escala en el mercado local, siendo participes 117 productores de la Agricultura familiar campesina en el procesos productivo con dos ferias ciudadanas donde se obtuvo montos de venta aproximados a 72.000 dólares. Esto resulta ser una de las mejores alternativas para mejorar la comercialización de productos agropecuarios tanto en peso y precio.

Los problemas de producción en la parroquia no se presentan en gran medida, debido a que poseen técnicas y conocimientos necesarios para la producción agropecuaria, debido a que el MAG en Carchi realizó un trabajo con 54 técnicos distribuidos estratégicamente en distintas parroquias rurales para dar acompañamiento al agro productivo con la finalidad de mejorar e incrementar la productividad.

4.3.2 Alternativas para mejorar la productividad de las cadenas agropecuarias

Las cadenas productivas agropecuarias cada día necesitan de alternativas para mejorar la productividad y seguir desarrollando y desempeñados más con las actividades que realizan, bajo esta perspectiva Deere (2017) para aumentar la productividad de actividades agropecuarias sugiere optimizar costos de producción y utilizar al máximo de los recursos con los que se cuenta, establecer un sistema agrícola sostenible y rentable generando la menor cantidad de gastos posible. Además, es imprescindible adoptar nuevos procesos ya adaptarse a nuevas innovaciones técnicas.

Las alternativas que destacan para el mejoramiento y aumento de la productividad de las cadenas agropecuarias son las asesorías técnicas de producción Ferretero (2018) en una perspectiva general acerca de lo que es la asesoría técnica determina que es un trabajo en conjunto con una empresa y la asignación de expertos con el único objetivo de buscar soluciones a los problemas específicos, sin importar la índole, dicha solución se basa en un diagnóstico previo de la problemática. Dentro las alternativas para aumento de la productividad cadenas agropecuarias, están los créditos productivos que son muy importantes para financiar

las actividades agrícolas, esto sirve para el arado de tierra, la compra de insumos para la siembra, pago a obreros, transporte, entre otros.

Tabla 7
Porcentaje de alternativas para mejorar la productiva de las cadenas agropecuarias

Alternativas de mejora	Porcentaje
Asesoría en producción	50%
Créditos productivos	50%
Total	100%

Nota: El porcentaje en alternativas para mejorar la productividad se establecieron según el criterio de los productores.

La investigación permite entender a las cadenas productivas de esta parroquia, necesitan de alternativas para mejorar la productividad, independientemente del tipo de alternativa, las cadenas agropecuarias se ven en la necesidad de adquirir estos incentivos por parte de entidades de gobierno, puesto que son productores primarios de insumos agrícolas y son el soporte económico del país. A su vez el MAG el 2 de marzo del año 2020 en lo que respecta a la ganadería implementó unidades móviles veterinarias para que trabajen 6 cantones de la provincia, teniendo como resultados la asistencia de ganado de 1466 productores. Mientras que en la agricultura se tratan de temas agrícolas con los productores, buenas prácticas agrícolas y pecuarias. Por su parte Jorge Luis Morillo Quespas miembro de la cadena productiva de haba (ver anexo 14) tal menciona que no recibe ningún apoyo de instituciones públicas ni privadas.

Por otro lado, los créditos para el desarrollo agropecuario son muy importantes y de gran beneficio para los productos, esto les permitirá desarrollar actividades productivas, comprará los insumos necesarios para la producción, además de pagar la mano de obra, ayuda a cubrir los costos de transporte de productos a los mercados o puntos de venta, en el mismo año el MAG en Carchi facilitó el acceso a créditos productivos y riego parcelario. Jorge Morillo Quespas (ver anexo 14) de la cadena productiva de haba en el anexo tal afirma no haber sido acreedor de créditos productivos añadiendo que para solicitar algún tipo de ayuda o préstamo en el banco se necesita de muchos trámites.

4.4 LA CADENA EMPRENDEDORA COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO

4.4.1 Los emprendimientos en la parroquia La Paz

El emprendimiento hace referencia a las actitudes de las personas para comenzar un negocio con las ideas que tenga en mente y así poder tener mayores oportunidades de crecer

económicamente en el medio donde se desarrolle, para captar con mayor claridad el emprendimiento Montoya, Correa, Mejía (2009) son las características que determinan el crecimiento, la transformación del desarrollo de nuevos sectores de un determinado lugar, para ello el ser humano resulta la parte más importante para implementar ideas de emprendimiento.

Los negocios, independientemente al tipo de actividad que se dediquen, es muy importante el reconocimiento por parte de los clientes o usuarios, ya que de esto depende el nivel de ventas en un lapso de tiempo del negocio, esto verá reflejado en los ingresos que el emprendimiento tenga. A eso se suma también la importancia de quienes proveen de insumo o materia prima para transformarlos en productos finales listos para el consumo.

Tabla 8
Cobertura de reconociendo de los emprendimientos en la parroquia

Emprendimientos	Cobertura de reconocimiento		
	Local	Provincial	Total
Alimentos Comercial	75%	25%	100%

Nota: El porcentaje de recomiendo se estableció según el criterio de los emprendedores.

Los emprendimientos que existen la parroquia son diversos en actividades si es a lo que se refiere, es decir, que tiene tiendas de víveres, locales de agro y también restaurantes, juntos conforman una de las potencialidades que tiene la parroquia como base de su economía. En la gráfica claramente se puede observar, la mayoría de emprendimientos, entre establecimientos de alimentos y comerciales su reconocimiento es solamente a nivel de parroquia, esto es muy importante ya que atienden la demanda de los habitantes del sector, mientras que una pequeña parte el reconocimiento hasta el nivel provincial satisfaciendo necesidades de personas externas a la parroquia, así afirmó Daysi Salome Ipaz Cuaspud del restaurante “El Pionero” (ver anexo 18) donde menciona tener ingresos considerables a causa de este factor, a esto se puede añadir el mérito a este reconocimiento por su variedad, calidad de comida, atención a los clientes, que existe en este establecimiento. Por esta razón Perafán (2014) en su Plan de empresa para la creación de un restaurante de comida fitness en la ciudad de Cali, Colombia afirma que el reconocimiento en el mercado ayuda a ser más competitivo, aumentar el nivel de ventas y alcanzar una meta de sana alimentación.

En la parroquia existen emprendimientos que proveen de insumos para satisfacer las necesidades de los moradores, para ello tienen proveedores de confianza para la adquisición de productos.

Tabla 9

Proveedores de materia prima a los emprendimientos de la parroquia

Emprendimientos	Proveedores
Agroquímico el Ganadero	Agroquim
El Gran Pionero	Prodispro
El Volante	Discomnorte
Viveres Doña Marcia	Prodispro

Fuente: los Autores

La parroquia al estar ubicada en un sitio rural está compuesta por varios emprendimientos, donde cada uno de ellos ya tiene alianzas con cada uno de sus proveedores, cierta alianza ya tiene varios años de existencia, al respecto Daysi Salome Ipaz Cuaspuj del restaurante “El Pionero” (ver anexo 18) dice que los proveedores que ella elige es por su calidad de producto, por las facilidades de pago, y el tiempo en que llevan en el mercado, es decir que estos factores influyen mucho para el desarrollo del negocio en la parroquia, por este motivo Herruzo, Hernández, Cardella & Sánchez (2019) en su artículo afirman la importancia del emprendimiento rural y las buenas relaciones con los eslabones para generar lazos de fidelidad y confianza en la región con alto impacto económico, el empleo y la seguridad social.

4.5 LA FUERZA DE LOS LAZOS SOCIALES PARA GENERAR BIENESTAR Y COHESIÓN SOCIAL.

4.5.1 La educación como eje primordial para el bienestar y cohesión social.

La educación en la actualidad es considerada como uno de los factores principales para el desarrollo dentro de una sociedad, ésta se encarga que la sociedad tenga un buen avance y progreso de quienes la conforma, es decir, la población, bajo este contexto la educación es importante para las personas y sociedad en general, puesto que permite adquirir conocimientos de distintos ámbitos con la finalidad de tener mejor cultura, adoptar valores que caracterizan y se vuelven la esencia propia de cada persona. Bajo la teoría de Platón se entiende a la educación como un proceso de concienciar a las personas sobre la existencia de otra realidad de una manera más completa.

En este sentido la parroquia de acuerdo a los datos obtenidos del PDyOT por medio de la ficha bibliográfica muestran índice del nivel de educación de la parroquia en función de los rangos de edad y de nivel de instrucción, en la parroquia La Paz a manera general entre hombres y mujeres existe un porcentaje 89,2% de la población mayores de 12 años que si han terminado la primaria. En lo que respecta a la educación secundaria la parroquia se caracteriza por poseer un porcentaje total del 17,7% de la población mayor de 19 años que completaron el bachillerato

y dejando al final con un porcentaje reducido del 6% de las personas mayores de 24 años que están cursando o cursaron estudios de nivel superior. En el contexto de esta parroquia se evidencia que muy pocas personas tienen un nivel educativo alto para contribuir a un desarrollo óptimo para la localidad.

Uno de los principales objetivos para la UNESCO (2019) mejorar el acceso a la educación para el desarrollo sostenible de alta calidad en todos los entornos sociales en todos los niveles y cambiar la sociedad ajustando la dirección de la educación y ayudando a las personas a desarrollar los conocimientos, habilidades, comportamientos y valores necesarios para el desarrollo sostenible.

4.5.2 La acción colectiva y cooperación para generar asociatividad en la parroquia.

Se entiende por acción colectiva al medio donde se protegen los intereses y derechos que le corresponden a un grupo de personas ya sean particulares o individuales pertenecientes a una asociación. Desde otro punto de vista Rosales (1997) aporta fundamentalmente, a la acción colectiva como una cuestión de consenso moral, político e ideológico sobre la coordinación emocional entre las personas de un lugar para generar colaboración y un ambiente de equipo entre ellos.

A través del instrumento aplicado a la asociación de servicio de transporte (ver anexo 16) de la parroquia La Paz se puede considerar que en los dos últimos años se ha incrementado el nivel de confianza y acción colectiva por parte de los asociados, debido que ellos mediante el transcurso del tiempo han desarrollado un mayor nivel de confianza entre cada uno de los integrantes.

La asociatividad actúa como un mecanismo de cooperación entre empresas, o personas para el logro de objetivos. Así mismo se demuestra acción colectiva en la pre-asociación turismo comunitario Tuquer (ver anexo 17) por la confianza que se tiene entre grupo y el cumplimiento de objetivos con la cooperación de todos quienes conforman la pre-asociación. Por este motivo Rosales (1997) aporta la importancia y el beneficio que tiene La relación y asociatividad en las parroquias, esto se debe a la cooperación empresarial entre empresas consiste en que cada empresa miembro mantiene una autonomía de gestión independiente y decide voluntariamente trabajar junto con otros participantes para lograr objetivos comunes e integrarse de manera mutuamente beneficiosa.

4.6 LAS MANIFESTACIONES CULTURALES COMO EJE FUNDAMENTAL EN LA PARROQUIA

4.6.1 El patrimonio y manifestaciones culturales

El patrimonio para un determinado lugar está conformado por todos los bienes naturales o riquezas que tiene un valor muy alto, y no precisamente en valores monetarios, sino que estos bienes naturales tienen una esencia privilegiada del lugar donde están establecidas, esto hace que sean únicos y se caractericen por un valor excepcional, en esta perspectiva la UNESCO (1972) hace referencia al patrimonio natural y monumentos naturalmente construidos por formaciones físicas y biológicas. Esto significa que los recursos naturales son los principales patrimonios de cada región, estos pueden gozar de reconocimiento local, nacional y hasta internacional, por la belleza que posee.

Es importante para cada lugar o sector que las manifestaciones culturales propias de los ancestros perduren en el tiempo, es decir que se transmitan de generación en generación, puesto que son el conjunto de creencias, prácticas, valores, danzas y gastronomía, que se realizaban en años pasados. En este contexto Saraí (2011) sustenta Las manifestaciones culturales es un tipo de actividad pública, que se caracteriza por una especie de comportamiento comunicativo. En torno a este comportamiento comunicativo, define más o menos al grupo. Para la parroquia es importante conservar este tipo de manifestaciones culturales porque en ellas se ve plasmada la esencia de la población.

En este punto se toma la opinión de 28 personas externas y 8 personas internas o locales de la parroquia La Paz obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 10
Cultura por componentes
(Según personas externas e internas)

Patrimonio y manifestaciones	Valor media	
	Externas	Internas
Áreas naturales de protección	1,6757	1,8750
Zonas paisajísticas	1,7568	2,0000
Imagen social y cultural	1,6216	1,8750
Valoración y percepción cultural	1,6216	1,8750
Cultura y tradición popular	1,6757	1,7500

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

En este sentido, el ejercicio realizado permite entender que los líderes de opinión externos conocen a esta parroquia por ser muy rica y diversa en todos los componentes que conforman

el patrimonio y manifestaciones culturales destacándose más en las zonas paisajísticas que esta posee y que tiene impacto turístico.

Los habitantes de la parroquia al igual que la población externa, coinciden que La Paz es conocida por aspectos culturales, étnicos, y de recursos naturales que posee este lugar, y tal como se puede mirar en la gráfica, están convencidos que cuentan con un patrimonio natural que tiene un alto potencial turístico, en este punto se consolidan invaluable atractivos, según el PDyOT de la parroquia cuenta con recursos naturales como Pilar Athal, Cascada sin nombre, Antiguo cementerio San Francisco El Colorado, Páramo de frailejones y gualicones y uno de los principales que desatan en la parroquia y a nivel provincial es la Gruta de la Paz para atraer al turismo y dinamizar la economía del sector.

Una de las particularidades que tiene la parroquia es su cultura, que se caracteriza por la religiosidad, la cual valoran mucho porque es la esencia de este territorio e imagen social y cultura se ha mantenido durante el transcurso de los años conforme surgen las generaciones de la población, a su vez se ha vuelto muy tradicional las actividades populares que se practicaba anteriormente como las fiestas de San Pedro, la virgen de la Merced y San Pablo, juegos de vóley, indor, actividades de recreación en los días sábados y domingos, el baile del paraguas, la cacería del oso disfrazado, las actividades para los adultos mayores y el aniversario parroquia, entre otros. Todas estas celebraciones y actividades tradicionales consolidan un patrimonio intangible que han sido capaces de transmitir de generación en generación, de tal modo que siguen aún muy presentes en la parroquia. Esto es un punto de referencia muy importante para la UNESCO en el año (2020) el patrimonio y manifestaciones culturales que aún están muy presentes en los pueblos aporta a la cohesión social, de tal manera que fomenta un sentimiento de responsabilidad e identidad para ayudar a las personas a sentirse pertenecientes de los pueblos y comunidades inmersos en la sociedad.

La parroquia consolida un patrimonio y manifestaciones culturales muy diversas que aún prevalecen y lo más importante que han perdurado con el pasar de los años, además es un factor fundamental para el mantenimiento de la diversidad cultural frente a la progresiva globalización y según datos de la UNESCO para ese mismo año, el aspecto cultural y patrimonial tienen un valor económico y social por la trasmisión de creencias y conocimiento para los diferentes grupos sociales de un Estado y recubre la misma importancia tanto en países desarrollados y subdesarrollados.

4.6.2 Caracterizaciones de las costumbres y fiestas tradicionales de la parroquia

Las costumbres deben entenderse como las actividades o prácticas que realizamos en el día a día, esto abarca formas de ser, comportamientos y hábitos de las personas, y con el paso del tiempo estas se convierten en tradiciones, así mismo Curay (2017) las costumbres son los hábitos adquiridos cuando alguna practica o acto es repetido frecuentemente, de tal manera que asumen por parte de toda la comunidad y se van transmitiendo a las futuras generaciones y se transforman en tradiciones.

Una de las costumbres que se destacan en las parroquias son las fiestas tradicionales, esto implica, al momento de celebrar dichas fiestas se emplea vestuarios, música, tipo de bailes y fechas de celebración establecidas por los antepasados, esto se convierte en la identidad cultural de cada región, inclusive Ramírez (2015) con respecto a las fiestas tradicionales expresan cultura social que representa intereses y simboliza el reflejo de la cultura de una comunidad o pueblo según sus costumbres y tradiciones.

Las costumbres y fiestas que posee esta parroquia son muy diversa, al igual que ejercicio anterior se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 11
*Costumbres y fiestas por componentes
(Según personas externas e internas)*

Costumbres y fiestas	Valor media	
	Externas	Internas
Carnaval, cuaresma y quema de monigotes	1,5676	1,5000
Tradiciones religiosas	1,8108	1,8750
Riqueza cultural y ancestral	1,7297	1,6250
Parroquialización y fiestas de la Purificación	1,6486	1,8750
Fiestas religiosas	1,7838	1,8750

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

A nivel externo la parroquia es reconocida por todas las costumbres y fiestas tradicionales que esta viene desarrollando en el transcurso del tiempo sin perder la esencia que los caracteriza.

Para as personas locales de La Paz, en su parroquia las costumbres son muy importantes que aún perduran y se mantienen con el paso del tiempo, estas costumbres se celebran en distintas fechas del año aún están muy presentes, retomando los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de La Paz (2015) las tradiciones religiosas como la peregrinación a la santísima Virgen de La Paz llevada a cabo el 13 de julio de cada año desde la iglesia San José de San Gabriel pasando por la panamericana y el camino antiguo hasta llegar a la Gruta es una de las tradiciones que más impacto generan en los católicos creyentes, siendo una de las

mayores riquezas culturales y ancestrales que generan mayor impacto social a nivel cantonal con las que cuenta la parroquia que se han convertido en un gran legado ancestral para las futuras generaciones. Esto afirmó Byron Geovanny Peñafiel Mena, Jubilado del GAD La Paz (ver anexo 15) el símbolo más representativo de esta parroquia es la religiosidad porque la mayor parte de las personas son católicas y devotos de la Virgen de la Paz.

Este tipo de tradiciones en la parroquia, especialmente en la Gruta ayuda mucho a lo locales comerciales en la parroquia por la gran afluencia de gente, ya que pueden tener acceso las piscinas de aguas termales, a un restaurante, tiendas tanto de regalos como de artesanías y hasta sitios de comida tradicional. Bajo este contexto Mullo y Padilla (2018) en su estudio concuerda que las tradiciones y costumbres que aún se mantiene en un determinado lugar tienen un gran impacto ya que no solo se puede volver a vivir y despertar el interés de la población apática, sino que además se puede crear nuevas actividades económicas para mejorar y aumentar los ingresos y calidad de vida de las poblaciones, a través del turismo responsable integrando a las mismas comunidades y profundizar las formas de vida de los pueblos así como también las tradiciones y costumbres.

4.6.3 La gastronomía local y cultural

Todas las ciudades y países tienen una cultura propia que las caracterizan del resto y una de sus principales prácticas por las que se destacan es la gastronomía que hace referencias al arte de cocinar empleando ingredientes y técnicas para la preparación de diferentes platos típicos de cada sector y especialmente en esta parroquia. Similarmente Forné (2016) aporta a la gastronomía como una imagen territorial, una muestra tanto de cultura como de la naturaleza que caracteriza a los seres individuos y forma parte del patrimonio de las sociedades para el desarrollo local y turístico. Para determinar los resultados de Gastronomía y cultura de la parroquia se realizó la misma actividad tomando en primer lugar la opinión de las dos partes y se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 12
Gastronomía local por componente
(Según personas externas e internas)

Gastronomía local y cultural	Valor media	
	Externas	Internas
Gastronomía popular	1,6757	1,8750
Gastronomía en manifestaciones culturales	1,5405	1,6250
Gastronomía transmisión conocimiento	1,4865	1,5000
Gastronomía cultural y ancestral	1,3514	1,6250
Gastronomía materias primas	1,6216	1,6250

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

La gastronomía popular y la utilización de las materias primas para la elaboración de platos típicos son los componentes más representativos de la parroquia según el criterio de personas externas.

Realizando la comparación con el criterio de las personas pertenecientes a esta parroquia, se puede evidenciar que la gastronomía representa un símbolo para su territorio porque implica el uso de técnicas, insumos y modos de preparación de la parroquia para la obtención de platos únicos. Por tal razón la gastronomía local en el transcurso del tiempo ha logrado perdurar, tanto así que en cada celebración ofrecen platos típicos para la alimentación, esta preparación de platos para mantener la sazón y sabor se caracterizan por tener técnicas y estilos de preparación que de igual manera aún se realizan. Algo que ha ido perdiendo entre la gastronomía es el significado cultural y ancestral de la gastronomía, pero para la mayoría aún se la mantiene, esto a causa de las futuras generaciones de niños y jóvenes que con el pasar del tiempo adoptan nuevas formas de comportarse y hablar, y no les brindan la importancia suficiente a los entretenidos relatos de sus abuelos o personas mayores y se ven amenazadas en el olvido perdiendo su valor original.

La gastronomía en lo que respecta a platos tipos dentro de la parroquia es muy variada, puesto que se prepara, cuy a la brasa, morocho con leche, morcillas, juacha de nabos, arroz de cebada con leche, locro de papas con nabo de la chacra, morocho con sal, cariucho de habas, sango de maíz, arroz de castillas con leche, papas revolcadas, sopa de bolas de maíz reventado y champús. Esta amplia gama de platos que se producen en la parroquia sirve para satisfacer la demanda turística y asegurar actividades económicas viables a largo plazo destacando el respeto hacia al patrimonio cultural. Así mismo CAF Banco de Desarrollo de América Latina en el año (2016) ratifica que, en América Latina, la gastronomía se ha convertido en un motor de las economías locales en los últimos años. Esta actividad da paso a la generación de trabajo productivo, inclusión social, turismo, integración y confianza en los emprendedores.

4.6.4 Las técnicas artesanales y herramientas utilizadas

Se entiende por técnicas artesanales a los productos que son elaborados de manera tradicional utilizando técnicas manuales sin que pueda intervenir los métodos industriales, bajo esta perspectiva Bustos (2009) las técnicas artesanales es la elaboración y transformación de materias primas naturales, a través de un proceso no industrial son consideradas como artesanías elaboradas de manera artesanal.

Las técnicas artesanales de La Paz como parte de su cultura son muy diversas ya para determinar los resultados, se tomaron la opinión de las dos partes, es decir, personas externas e internas:

Tabla 13
Técnicas ancestrales
(Según personas externas e internas)

Técnicas ancestrales	Valor media	
	Externos	Internos
Conservación de semillas	1,3784	1,3752
Rendimiento de cultivos	1,4054	1,3751
Aumento de producción	1,3243	1,3753
Producción de bienes	1,3514	1,3752
Cultivos orgánicos	1,3784	1,6252

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

La investigación permite entender que a nivel externo la parroquia no se conoce por las tradiciones ancestrales que antiguamente se practicaban. Desde la perspectiva de habitantes locales se puede considerar que las técnicas ancestrales que actualmente se practican es el cultivo orgánico de los productos nativos de la parroquia, puesto que mediante ellos pueden sostenerse económicamente y satisfacer sus necesidades a través del cultivo de estos productos. A su vez los autores Andrade y Flores (2008) en su estudio denominado “Consumo de productos orgánicos agroecológicos en los hogares ecuatorianos” afirman la importancia del cultivo de productos orgánicos, esta actividad puede aportar con soluciones a los problemas globales que tiene el planeta por la agricultura química, siendo esta una solución favorable y responsable con la naturaleza y capaz de sostener económicamente a una localidad siendo de gran beneficio para los habitantes de La Paz debido a que ellos en su mayoría se dedican a estas actividades con el fin de poder solventar las necesidades de sus familias.

4.6.5 Participación cívica en la parroquia

La participación cívica hace referencia a la intervención de las personas o ciudadanos comunes para la toma de decisiones que implican desarrollo de la sociedad y al control de sus recursos. De manera similar la autora Gil (2010) hace mención a la participación cívica como la influencia que pueden tener las personas al momento de tomar decisiones en una localidad determinada, y en el entorno en que ellos se encuentran. Por esta razón se ha tomado la muestra de 37 personas externas a la parroquia donde se muestran los resultados en la siguiente tabla sobre la participación cívica de los foráneos.

En el estudio realizado a personas que habitan fuera de la parroquia desconocen a La Paz en todos los componentes de participación cívica, destacando solamente las garantías sociales y legales que existen en la parroquia.

Tabla 14
Participación cívica
(Según personas externas e internas)

Participación cívica	Valor media	
	Externos	Internos
Gobernabilidad y políticas beneficio colectivo	1,3784	1,7512
Participación pública	1,3514	1,5012
Derecho en la toma de decisiones	1,4595	1,6255
Garantías sociales y legales	1,5135	1,7564
Sistema de democracia	1,3514	1,2536

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

A nivel interno, se puede determinar que los habitantes de la parroquia La Paz tienen una participación cívica activa en la localidad puesto que se mantienen prestos para ayudar, participar, y velar por el bienestar de su parroquia y de ellos mismos, esto se ve reflejado en el apego y el apoyo de la ciudadanía con las autoridades, con el fin de generar y fortalecer las relaciones para un mejor desarrollo. En un estudio realizado por Guevara (2007) titulado “Participación juvenil en los procesos locales de desarrollo en la parroquia San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo” aporta la importancia de la participación cívica de las personas en una localidad es necesaria y fundamental para dar fuerza a las organizaciones, grupos o clases sociales para resolver intereses que la ciudadanía requiera. Reflejándose beneficioso para una parroquia como La Paz que cuenta con este factor clave para generar un ambiente de diálogo y contribución parroquial.

4.6.6 Comunicación comunitaria

Dentro de la cultura que demuestra una sociedad está inmersa la comunicación comunitaria esta hace énfasis en la cooperación mediante la voz de las personas donde se pueda expresar las necesidades y realidades. Bajo el punto de vista de Cárdenas (2019) la comunicación comunitaria es fundamental en los procesos organizativos de una localidad debido a que mediante ellos se puede entablar conversaciones que beneficien mutuamente a las personas. Para determinar la comunicación entre comunidad se tomó la opinión de las poblaciones anteriormente descritas obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 15
Comunicación comunitaria
(Según personas externas e internas)

Comunicación comunitaria	Valor media	
	Externas	Internas
Confianza en dirigentes	1,3243	1,3750
Confianza en trabajo y servidores públicos	1,2703	1,2513
Confianza en grupos sociales	1,3514	1,6256
Confianza entre GAD cantonal y GAD parroquial	1,4595	1,5032
Participación ciudadana y control social activo	1,4595	1,6257

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

Para los habitantes externos a la parroquia La Paz, se evidencia desconocimiento de estos componentes con respecto a la parroquia.

Por otro lado se puede determinar que los parroquianos tiene una comunicación comunitaria adecuada, puesto que las autoridades parroquiales y cantonales, los pobladores y los grupos sociales generan lazos de comunicación estables que les permitan generar un dialogo de negociación o comercio mediante el cual puedan salir beneficiadas las dos partes, además es fundamental la confianza en las autoridades que están en la parroquia puesto que mediante gestiones pueden determinar proyectos que desarrollen beneficios para la ciudadanía. La confianza social e institucional cumple un rol importante para el desarrollo de la sociedad, tal y como afirma Beramendi (2016) la confianza social se vuelve fundamental en una sociedad para formar desarrollo y evitar conflictos sociales.

4.7 EL CAPITAL TERRITORIAL DE LA PARROQUIA Y SUS ELEMENTOS MÁS IMPORTANTES

El capital territorial hace referencia a todos los recursos o infraestructuras con los que cuenta un determinado lugar, entre recurso naturales, recursos patrimoniales, sitios turísticos, entre otros, hacen que ese lugar se diferencie y destaque del resto, desde un punto de vista diferente Osorio, Loaiza y Erazo (2018) aporta al capital territorial para valorar la sostenibilidad estacional y transversal de desarrollo, para ello se requiere incorporar el principio de sustentabilidad e identificar aspectos y condiciones para la sostenibilidad que deberán satisfacer el proceso de desarrollo.

4.7.1 Posicionamiento cognitivo

A nivel de desarrollo local varias son las formas de dar a conocer una parroquia, entre ellas están los posicionamientos cognitivo, afectivo y conativo. Para esta investigación se toma el criterio de los autores Schiffman, Kanuk y Wisenblit (2010) para establecer que los componentes cognitivos dentro de un punto geográfico: está el paisaje, natural, amabilidad, aventura y cultura como elementos por los cuales sería conocida a nivel externo e interno una parroquia.

Se realizó el mismo ejercicio para determinar el posicionamiento de la marca territorial en personas de la parroquia La Paz, en este caso se tomó la opinión de 53 personas externas y 20 personas internas obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 16
Posicionamiento por componente cognitivo
(Según personas externas e internas)

Componentes cognitivos	Valor media	
	Externos	Internos
Paisaje	1,6849	1,7568
Natural	1,5753	1,4392
Amabilidad	1,5753	1,5810
Aventura	1,3562	1,3435
Cultura	1,4658	1,5964

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

La investigación permite entender desde la perspectiva de los turistas, esta parroquia se puede dar a conocer esta parroquia por los atributos que esta posee, es decir por sus paisajes, naturaleza y amabilidad de las personas, siendo componentes claves para potencializar y promocionar la parroquia.

Desde el punto de vista de las personas nativas, esta parroquia se puede dar a conocer por los increíbles paisajes y la hospitalidad de los moradores, aportando a esta información el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia La Paz (2015) la parroquia dispone de paisajes atractivos turísticos tales como Rio Apaquí, Cascada la chorrera de duendes, paramo de Tuquer, Aguas termales Gruta de la Paz entre otras. Para el entretenimiento de todas las personas que visiten la parroquia.

La parroquia La Paz al ser una localidad con grandes paisajes naturales, atractivos turísticos y una cultura ancestral que es nativa de sus pobladores tiene como gran fuente de desarrollo económico, social y turístico mediante estas riquezas naturales con la que cuenta, siendo estas aprovechadas en una minoridad por sus pobladores.

4.7.2 Posicionamiento conativo

Para el desarrollo local de una parroquia es necesario contar un posicionamiento conativo, para determinar las sensaciones y acciones como: recomendar, volver, ahorrar y participar que tienen las personas al visitar un lugar en específico, permitiéndoles traer recuerdos o sensaciones ya vividas en otras partes (Schiffman, Kanuk y Wisenblit 2010). Es fundamental para el desarrollo de esta parroquia conocer las actitudes que generan los turistas o nativos de este lugar al momento de encontrarse en ella.

Para ellos se realizó un estudio a 73 personas externas de la parroquia donde se determinó diferentes resultados que son necesarios para generar reconocimiento en un lugar.

Tabla 17
Posicionamiento por componente conativo
(Según personas externas e internas)

Componentes conativos	Valor media	
	Externos	Internos
Recomendar	1,5753	1,4503
Volver	1,3973	1,6751
Ahorrar	1,4247	1,7560
Informar	1,5753	1,6821
Participación	1,5753	1,5563

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

Por parte de las personas externas a la parroquia se evidencia que al momento de visitar la parroquia tienen experiencias únicas y se sienten atraídas al lugar, es por eso que recomiendan e informan de los atributos que posee este lugar, además son participes de actividades que se realizan en La Paz.

La investigación realizada permite determinar que los parroquianos se sienten atraídos positivamente con la parroquia puesto que les genera un sentimiento positivo encontrarse en ella y esto de igual manera se mira reflejado en las personas externas, donde se puede observar que los habitantes de la localidad recomiendan ahorrar para que los turistas puedan volver. Además, se puede entender que ellos promocionan la parroquia mediante la información y métodos tradicionales para dar a conocer y atraer a personas para que visiten y conozcan la localidad. Por otra parte, en un estudio realizado por el autor Ramírez (2015) sobre “Las fiestas populares tradicionales reflejo de la identidad cultural de las comunidades” aporta la importancia de las tradiciones, fiestas populares muestran la identidad de una localidad y las caracterizaciones con la que cuenta. Este estudio aporta en la investigación al generar certeza y veracidad que, sobre la promoción de una parroquia, además, aportando a que las personas de La Paz se sientan seguros del beneficio que genera dar a conocer la cultura, tradiciones y dar información sobre una parroquia para poder generar reconocimiento y en base a eso poder incrementar el nivel de visitantes para un adecuado desarrollo económico y productivo.

4.7.3 Posicionamiento afectivo

Para dar a conocer una parroquia es importante identificar las impresiones de las personas que tienen sobre una localidad y el sentimiento que les genera al estar en ella. En este sentido los componentes para el posicionamiento afectivo son: contento, impresionado positivamente, encantado, seguro y optimista (Schiffman, Kanuk y Wisenblit 2010). Siendo estos los factores que pueden potencializar y dar el reconocimiento a una localidad, debido que una parroquia depende de ellos para tener soporte económico.

Se realizó la misma actividad tomando la opinión de las personas tanto externas como internas para determinar los resultados correspondientes al posicionamiento afectivo:

Tabla 18
Posicionamiento por componente afectivo
(Según personas externas)

Componentes afectivos	Valor media	
	Externos	Internos
Contento	1,5891	1,5915
Impresionado (positivamente)	1,6027	1,6572
Encantado	1,4658	1,6543
Seguro (Tranquilo)	1,6164	1,5596
Optimista	1,4795	1,4532

Nota: Se calcularon las medias por cada constructo y cada componente

El estudio investigativo permite entender que las personas externas a la parroquia se sienten contentos, impresionados y seguros al momento de visitar la parroquia, siendo estos los componentes esenciales para poder generar en los turistas atracción y sentimientos para forjar el reconocimiento de esta parroquia.

Las encuestas aplicadas a los nativos o moradores de esta parroquia al igual que las personas externas se evidencian un apego y sentimientos a este lugar por los atributos que este lugar ofrece como atractivos turísticos y la cultura que aún prevalece según los datos descritos en el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de La Paz (2015). Esta localidad que cuenta con lugares acogedores para las personas que visitan la ciudad y poder transmitir la seguridad que los turistas necesitan estando en la parroquia es de suma importancia puesto que están generando en las personas externas un nivel de confianza y seguridad al visitarla, siendo esto primordial para que la localidad pueda ser promocionado por las personas que llegan y nace en ellos un sentimiento de tranquilidad y apego por ella.

V. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA LA PAZ

5.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

5.1.1 Evaluación de factores externos (EFE)

En la siguiente actividad conjuntamente con el criterio del grupo de expertos se evaluó los factores externos a la parroquia en base a la siguiente matriz para identificar las oportunidades más importantes y de mayor impacto para el desarrollo, la selección se logró en base a calificaciones ponderadas analizando y el grado de incidencia e importancia a nivel macro, las oportunidades más significativas para aumentar la eficiencia y productividad.

La calificación total ponderada supera el valor de la media (2.5).

Tabla 19
Calificación ponderada por componentes de factores externos

Amenazas	Incidencia	Peso	Calificación	C. Ponderada
Variación de precios a productos agropecuarios	0,1	7%	1	0,07
Corrupción	0,07	5%	2	0,10
Competencia de nuevas tendencias turísticas	0,09	6%	1	0,06
Inseguridad por movilidad internacional	0,08	6%	3	0,17
falta de presupuesto por covid	0,08	6%	2	0,11
Cambios políticos	0,06	4%	2	0,09
Afectaciones ambientales	0,07	5%	2	0,10
Disminución de la demanda turística	0,07	5%	1	0,05
Envejecimiento demográfico	0,05	4%	3	0,11
Oportunidades				
Inversión externa en proyectos	0,09	6%	3	0,19
Apoyo del gobierno en actividades agropecuarias	0,1	7%	4	0,28
Apoyo del gobierno en actividades turísticas	0,085	6%	4	0,24
Créditos para impulsar el desarrollo	0,095	7%	4	0,27
Oferta de estudios a distancia	0,1	7%	3	0,21
Búsqueda de nuevos productos hacia nuevos mercados	0,09	6%	3	0,19
Demanda de atractivos turísticos religiosos	0,095	7%	4	0,27
Buena conectividad externa a la parroquia	0,08	6%	4	0,23
Totales	1,405	100%		2,75

Nota: La calificación se efectuó de acuerdo al grupo de trabajo y colaborativo

5.1.2 Evaluación de factores internos (EFI)

El mismo ejercicio se realizó con la matriz de factores internos, pero esta vez estos factores nacen del capítulo anterior, mostrando las fortalezas y debilidades que padece la parroquia, señalando las fortalezas con mayor puntuación según el grado de importancia, pero acorde a los criterios compartidos entre el grupo colaborativo coincidiendo entre fortalezas y oportunidades.

Tabla 20

Calificación ponderada por componentes de factores internos

Fortalezas	Incidencia	Peso	Calificación	C. Ponderada
Gastronomía popular y ancestral	0,085	6%	4	0,24
Capital territorial (recursos naturales)	0,09	6%	3	0,19
Atractivos turísticos de carácter religioso	0,1	7%	4	0,28
Emprendimientos de servicio de comida	0,095	7%	4	0,27
Cadenas productivas (papa, arveja, haba y maíz)	0,1	7%	3	0,21
Cultura fiestas y tradiciones religiosas	0,08	6%	3	0,17
Actividades agrícolas y ganaderas	0,095	7%	4	0,27
Suelos productivos para agricultura y ganadería	0,08	6%	3	0,17
Debilidades				
Bajo nivel Académico	0,07	5%	2	0,10
Falta de información turística de la parroquia	0,1	7%	1	0,07
Vías en mal estado en la parroquia	0,08	6%	3	0,17
Desconocimiento en comercialización de productos	0,09	6%	2	0,13
Pérdida de identidad cultural	0,06	4%	2	0,08
Deficiente comunicación entre comuneros	0,08	6%	2	0,11
Problemas en la producción agropecuaria	0,095	7%	1	0,07
Insuficiente organización de los productores	0,05	3%	3	0,10
Falta de créditos productivos	0,08	6%	1	0,06
Totales	1,43	100%		2,67

Nota: La calificación se efectuó de acuerdo al grupo de trabajo y colaborativo

5.2 DEFINICIÓN DE LA OPORTUNIDAD

5.2.1 Tendencia de consumo EFE

En este punto se trabajó con las oportunidades salientes de la matriz EFE, para elaborar cuadros de tendencias de consumo para llegar a las innovaciones con las fortalezas que posee la parroquia.

5.2.1.1 Criterios para la primera innovación

El primer cuadrante denominado comprender abarca cuatro aspectos fundamentales del cuadro de tendencias de consumo los cuales son: necesidades básicas, causantes del cambio, expectativa de consumos emergentes e inspiración.

Para el cuadrante uno de necesidades básicas las tendencias de consumo y, en general, los comportamientos de los consumidores se rigen en último término por necesidades y deseos humanos básicos, fundamentales y que casi nunca cambian.

Es fundamental identificar estas necesidades ocultas para comprender cualquier tendencia de consumo. En las actividades agropecuarias es necesario ciertos factores para obtener una adecuada producción.

- Asegurar el suministro de agua.
- Sistemas de riego.
- Eficiencia en equipos e infraestructura.
- Asesoría técnica

El siguiente componente se analizaron los causantes del cambio, para buscar productos que hagan posible satisfacer de manera novedosa y mejorar las necesidades y deseos que tienen los consumidores.

- Adecuación de suelo y aseguramiento de producción
- Suministra cantidad de agua necesaria para momentos necesarios
- Realización oportuna y eficiente en el proceso de producción
- Mejor desempeño productivo

Como tercer componente surgen las expectativas de consumo emergentes, estas nacen cuando las necesidades humanas básicas se topan con cambios externos para crear nuevas necesidades, gustos y deseos.

Al identificar estas nuevas necesidades y deseos emergentes, busca brechas en las expectativas entre lo que los consumidores quieren y lo que actualmente tienen. A raíz de esto en el campo agropecuario, los agricultores están tomando nuevas medidas para generar un producto que satisfaga las necesidades y gustos de los consumidores.

- Calidad Alimentaria
- Mejor calidad de vida de estos sectores
- Incremento de progreso productivo
- Mejor cobertura del servicio básico (agua)

Como último componente denominado inspiración perteneciente al primer cuadrante, motiva a ver realmente lo que otras empresas, emprendedores, ONG e incluso gobiernos están haciendo en relación a una tendencia siendo esta una excelente forma de entender e inspirarse.

En la inspiración para sacar la innovación en la parroquia con las fortalezas que esta posee se consideró a Agro -Tech sobre los emprendimientos en los países del Caribe y América latina, centrándose principalmente en The Not Company de productos y servicios alimenticios innovadores.

En el cuadrante dos del modelo “aplicar” está compuesto por el potencial de innovación, para quien va dirigido y la innovación final.

El potencial de innovación ayuda a considerar dónde y cómo puede ésta impactar en el desarrollo de la empresa. Además, ayuda fomentar las expectativas y aprovechar las reacciones de los consumidores. Considerando el impacto que tendría la innovación en esta parroquia se toma en cuenta las siguientes alternativas:

- Instituciones del sector público
- Agropecuaria enfocada al desarrollo e innovación

La innovación va direccionada a los consumidores que comparten ciertos rasgos ya sea edad, ingresos, estilo de vida, tribu urbana, ubicación entre otros, quienes tendrán gustos y preferencias similares.

Por esta razón la innovación centrada en actividades agropecuarias va dirigida a las siguientes entidades de esta localidad.

- Cadenas productivas
- Productores primarios
- Asociaciones
- Empresas públicas y privadas

Finalmente, con la ayudada del cuadro de tendencias de consumo, como herramienta que ayuda a comprender y sacar el máximo partido a las tendencias de consumo y aprovechando la fortaleza de actividades agropecuarias de esta parroquia, la innovación es:

- Almacén de derivados agrícolas

El almacén de derivados agrícolas en la parroquia La Paz ayuda al procesamiento de los principales productos primarios que ahí se dan, convirtiéndolos en productos de consumo masivo e innovadores al mismo tiempo asegurando la calidad alimentaria para los consumidores y el reconocimiento de esta parroquia, además genera impacto económico en la provincia del Carchi y desarrollo sostenible.

Tendencia: Apoyo del gobierno en actividades agropecuarias



Figura 1. Cuadro de tendencias de consumo. Almacén de derivados agrícolas
Fuente: Trend Briefing octubre (2017).

Tendencia: Fin Tech

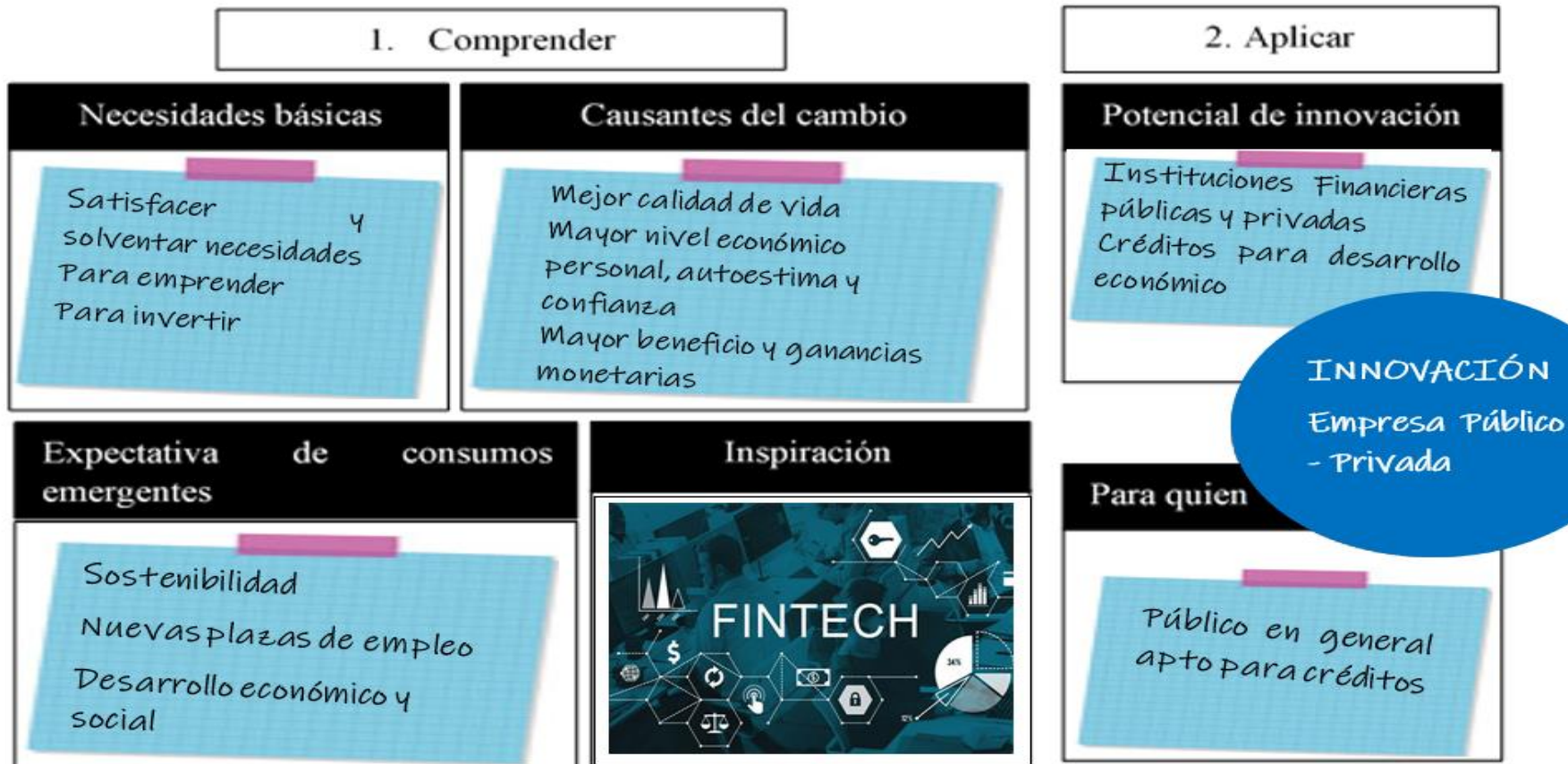


Figura 2. Cuadro de tendencias de consumo. Empresa público-privado
Fuente: Trend Briefing octubre (2017).

Tendencia: Demanda de atractivos turísticos religiosos



Figura 3. Cuadro de tendencias de consumo. Boulevard, taller de artesanías y restaurante temático
Fuente: Trend Briefing octubre (2017)

5.2.1.2 Criterios para la segunda innovación (empresa público privada)

Para la segunda innovación del cuadro de tendencia de consumo denominado Fin –Tech) por la oportunidad que se destacó por la puntuación en la matriz EFE, se realizó el mismo procedimiento analizando en primero lugar las necesidades básicas de los consumidores que más intervienen en este componente las cuales son:

- Satisfacer y solventar necesidades
- Para emprender
- Para invertir

Como segundo componente del primer cuadrante se establecieron el causante del cambio que implican estas necesidades:

- Mejor calidad de vida
- Mayor nivel económico personal, autoestima y confianza
- Mayor beneficio y ganancias monetarias

Posteriormente se establecieron las exceptivas de consumo emergentes a partir de las causantes del cambio para un mejor escenario que sirva de soporte y desarrollo para la población de la parroquia:

- Sostenibilidad
- Nuevas plazas de empleo
- Desarrollo económico y social

Como modelo de inspiración para establecer la innovación basada en el Fin – Tech se tomó como referencia al modelo Destácame Chile Ayuda a las personas a acceder a servicios financiero y haciendo énfasis en la PYME para el desarrollo económico de una localidad aprovechando los recursos y las características más importantes de la región, con la finalidad de mejorar la economía de los sectores.

Para el segundo cuadrante de la matriz de tendencias de consumo denominado “aplicar” se desarrolló la innovación basada en la inspiración del país de Chile con la finalidad de crear una entidad donde se involucren actores de carácter privado y público.

Es por ello que se opta como potencial innovador inmiscuir a entidades que permitan ciertos aspectos como son:

- Instituciones financieras públicas y privadas
- Créditos para desarrollo económico.

La innovación está dirigida para ciertos grupos de personas que se encuentren aptos para la obtención de un crédito bancario, que les permita poder generar micro emprendimientos o solventar las necesidades personales, que ellos están cruzando, de esta manera la innovación esta direccionada a esta población:

- Público en general apto para créditos.

Finalmente, a través de la elaboración del cuadro de tendencias de consumo, analizando y acogiendo las características primordiales con las que cuenta la parroquia y sus parroquianos se puede determinar la innovación que es:

- Empresa público-privada

5.2.1.3 Criterios para la tercera innovación (Boulevard religioso, taller de artesanías y restaurante temático)

La siguiente innovación se centra en la demanda de atractivos turísticos religiosos con los que cuenta la parroquia siendo una de las principales características de La Paz. En primera instancia se abordó las necesidades básicas que corresponden al turismo:

- Seguridad en los sectores turísticos.
- Reconocimiento social
- Motivación
- Atractivos turísticos valiosos

Posteriormente se establecieron los causantes del cambio que implican las necesidades del turismo en una localidad:

- Confianza
- Afluencia de turistas internos y externos
- Posicionamiento afectivo

- Satisfacción turística

A través de los causantes del cambio se logró de terminar las expectativas de consumo emergente del turismo los cuales son de importancia dentro de una localidad.

- Experiencias turísticas satisfactorias
- Incremento de desarrollo económico
- Diferenciación de la competencia

El modelo inspirado para establecer la innovación con respecto al turismo en la parroquia La Paz, el modelo de economía naranja basados en dos casos de éxitos. El primero conocido como Automatic Lab, este se encarga de la mejora de vidas e impacto social en los sectores y el segundo corresponde al de Freddy Mamani, un caso de éxito en Bolivia, este proyecto se centra en preservar y modernizar el patrimonio cultural que posee la comunidad boliviana por medio de la infraestructura.

En el primer componente del segundo cuadrante denominado “aplicar”, destacando la principal característica que es la religiosidad y por lo que se caracteriza este lugar. Se Determinó como potenciales de innovación a:

- Complejos turísticos
- Reconocimiento y valoración de atractivos turísticos.

De esta manera se logra determinar como una potencialidad necesaria para lograr desarrollo económico y social a la implementación de:

- Boulevard religioso
- Taller de artesanías
- Restaurante temático

Los establecimientos de carácter turístico están destinados para las personas o aficionados que a viajar y a conocer nuevos lugares y se atreven a disfrutar nuevas sensaciones, culturas y gastronomías distintas.

5.2.2 Producto de innovación y desarrollo La Paz

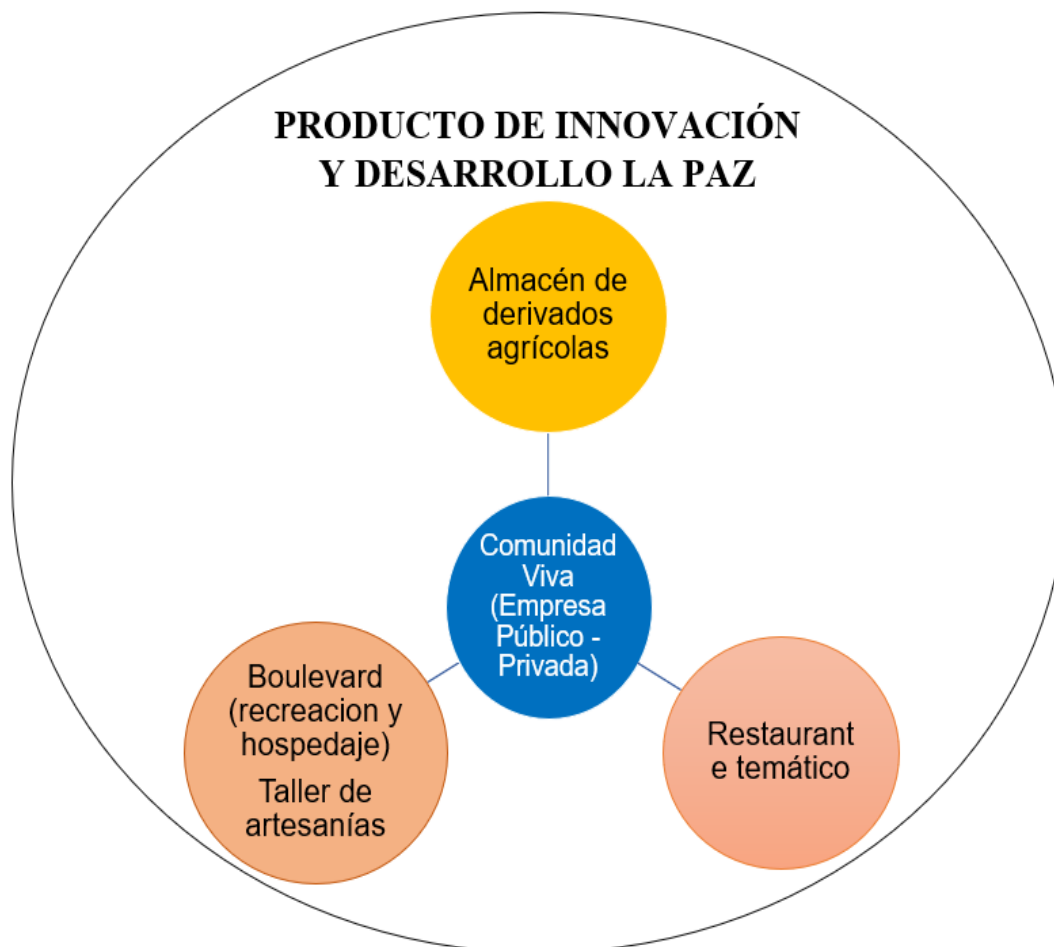


Figura 4. Matriz consolidación de innovación
Fuente. Elaboración propia

Una vez desarrolladas las innovaciones con cada una de las oportunidades para la parroquia se elaboró un modelo de matriz de consolidación de innovación que contenga todas estas innovaciones denominado producto de innovación y desarrollo La Paz. En este segmento la empresa público – privada actúa como eje central para dar financiamiento e insumos para la creación de las demás innovaciones.

5.2.2.1 Marco legal y requisitos previos al funcionamiento

Las oportunidades de negocio para que estén en funcionamiento se requieren del cumplimiento de requisitos, como la obtención del RUC, permiso de bomberos, patentes municipales, permisos que convierten al gimnasio en un lugar seguro para los usuarios.

Los establecimientos para inicio de sus actividades se constituirán como una EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, tomando en cuenta que nacieron bajo emprendimientos y se ha tomado en cuenta sus dimensiones de microempresa. Estas

microempresas pueden ser creadas por cualquier persona natural que este facultado para realizar actos de comercio (Ver anexo 1).

Obtención del RUC

Tabla 21
Requisitos y descripción del Ruc

PERMISO	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) PERONAS NATURALES	El RUC es un requisito indispensable que un establecimiento nuevo debe poseer para su funcionamiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa. 2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral 3. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Fuente. SRI

Obtención de la patente municipal

Tabla 22
Requisitos y descripción de la patente municipal

PERMISO	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS
PATENTE MUNICIPAL	Están obligados a obtener la Patente y hacer el pago de este impuesto, todos los comerciantes e industriales que operen en el cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económicos. Esta Patente es anual y deberá ser inscrita en el registro municipal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos. 2. RUC actualizado. 3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica 4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.

Fuente. GAD Tulcán

Obtención del permiso ARCSA Agrícolas

Tabla 23
Requisitos y descripción del permiso ARCSA Agrícolas

PERMISO	DESCRIPCIÓN	REQUISISTOS
Permiso ARCSA Agrícolas	El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.	<p>Ingresar al sistema informático de la ARCSA permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec, con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.</p> <p>Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: IE-B.3.1.8-PF-01 Obtención Permiso de funcionamiento</p> <p>Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).</p> <p>Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.</p>

Fuente. Agencia de Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Obtención del permiso de bomberos

Tabla 24

Requisitos y descripción del permiso de bomberos

PERMISO	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS
PERMISO DE BOMBEROS	El obtener el permiso de bomberos el gimnasio deberá contar con lo siguiente: Extintor de 10 libras Colocar una lámpara de emergencia. Un letrero con los números de emergencia. Señalética del extintor. Señalética de salida. Señalética de capacidad de las personas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente. 2. Fotocopia nítida del RUC actualizado. 3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite. 4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite. 5. Nombramiento del representante legal si es compañía. 6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año. 7. Señalar dimensiones del local.

Fuente. Bomberos Quito

Obtención del permiso de operación para adoquinado

Tabla 25

Requisitos y descripción del permiso de operación para adoquinado

PERMISO	REQUISITOS
Permiso de operación para adoquinado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convenio con el GAD Parroquial 2. Presentación del proyecto 3. Certificado de aprobación del proyecto 4. APU Analisis de precios unitarios

Fuente. GAD La Paz

Permiso del ministerio de salud

Tabla 26

Requisitos y descripción del permiso del Ministerio de Salud

PERMISO	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS
Permiso del Ministerio de Salud	Permiso que un establecimiento necesita para que pueda realizar sus actividades de la mejor manera.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulario de solicitud 2. Copia del RUC 3. Copia de la cedula de identidad del propietario del establecimiento 4. Permiso del cuerpo de bomberos 5. Plano a escala de 1,5 y croquis de la ubicación. 6. Copias de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento. 7. Documentos que acrediten la personería jurídica copia del título profesional de la salud responsable técnico del establecimiento registrado en el Ministerio de Salud Publica

Fuente. Ministerio de Salud Pública

Obtención del permiso de funcionamiento de locales

Tabla 27

Requisitos y descripción del permiso de funcionamiento de locales

PERMISO	REQUISITOS
Permiso de funcionamiento de locales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pago de tasa de trámite. 2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo

Fuente. Ministerio de Salud Pública

5.2.3 Evaluación de la oportunidad

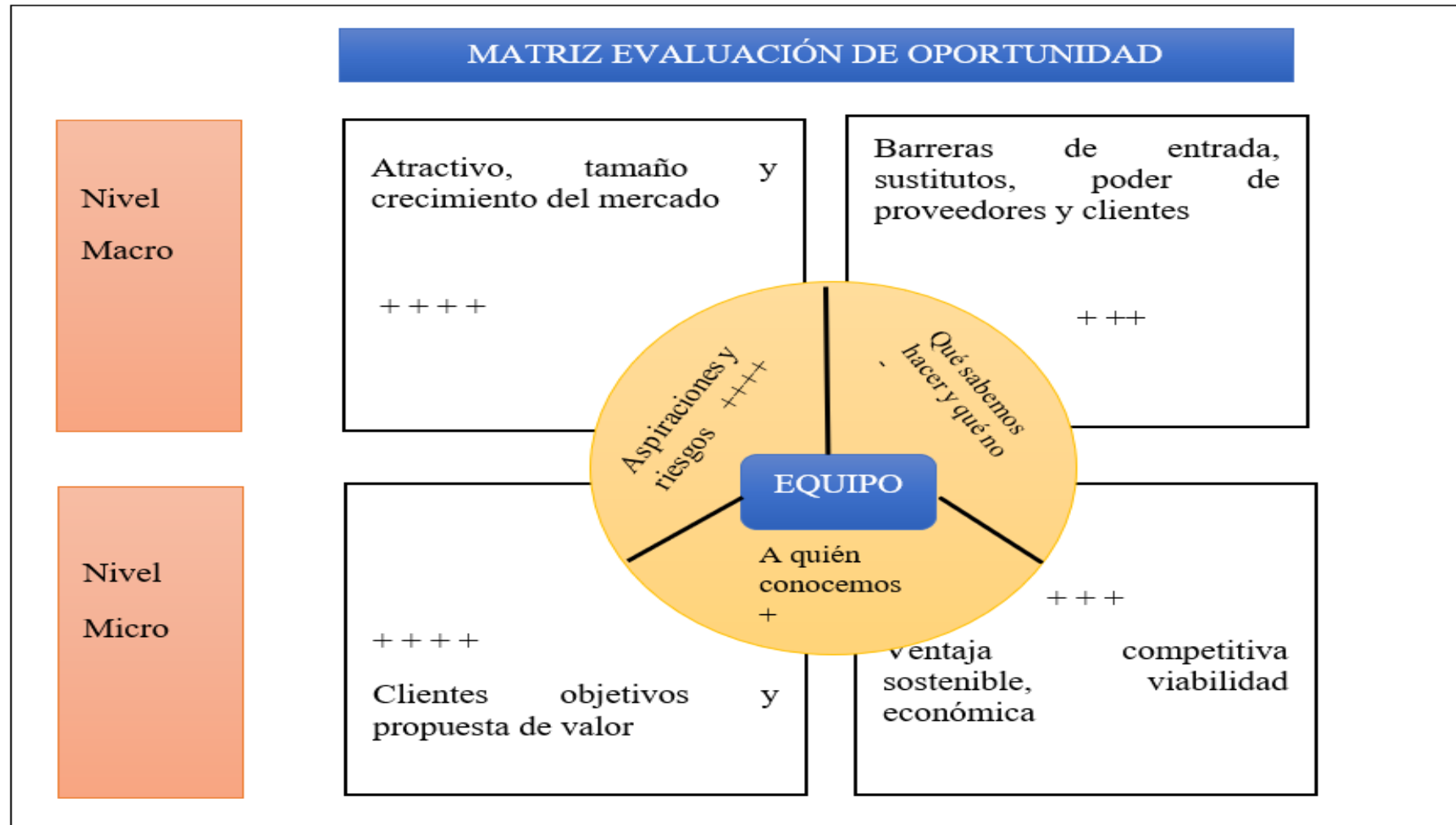


Figura 5 Matriz evaluación de oportunidad
Fuente. Autor: Alfonso Prim

Una vez reflexionado cada uno de los cuadrantes de la matriz de evaluación de la oportunidad en relación al producto de innovación y desarrollo La Paz y los componentes que este tiene, previo a esto se desarrolló matrices de manera individual para evaluar con el criterio del grupo colaborativo.

Las matrices a nivel macro (ver anexo 4) y a nivel micro (ver anexo 5) están compuesta por el factor de evaluación, el producto y un puntaje de valoración con la finalidad de darle una lógica matemática a la matriz de evaluación de oportunidad.

Una vez hayas reflexionado sobre las preguntas, se tendrá una idea más clara, y más o menos objetiva dependiendo de la información de que dispongas, de cómo se posiciona tu idea en el mercado al que te diriges.

Con respecto a las oportunidades de negocio, creemos que el tamaño del mercado es muy grande, aunque actualmente por la crisis no crece al ritmo de otros años, se prevé que crezca en el futuro y las tendencias actuales son prometedoras.

El proyecto se enfoca en varios segmentos de clientes que se interesarán por nuestro producto. La propuesta de valor es alta, porque se ofrece un paquete completo de recreación característica de esta parroquia, y existe la posibilidad de que paguen por esa diferenciación.

En el siguiente apartado vamos a evaluar qué facilidad o dificultad ofrece el mercado y el producto o servicio que queremos desarrollar para que entren nuevos competidores. Además, evaluamos qué poder tienen nuestros proveedores y nuestros clientes.

En algunos negocios este apartado es fundamental, por ejemplo, en el sector de la alimentación, donde los productores están muy presionados por las grandes cadenas distribuidoras de alimentos.

En el caso que estamos tratando de oportunidades de negocio, las barreras de entrada son pequeñas, el poder de los proveedores es medio, el de los clientes alto, y no existen bastantes modelos de negocio iguales a los que se va a implementar en esta parroquia.

La ventaja competitiva, si es sostenible en el tiempo y por qué. Además, se evalúa la viabilidad económica del negocio. Como en el resto de casillas, la valoración depende de los datos que se tengan y por tanto la valoración puede ser un tanto subjetiva, pero no deja de ser útil para estimar a groso modo si el proyecto es atractivo o no.

La razón es que los activos, procesos y capacidades son fáciles de copiar, los ingresos parecen altos, porque los establecimientos propuestos son atractivos para el mercado y para el futuro se prevé que exista una gran acogida por parte de los consumidores y Suponemos que el negocio será viable económicamente.

Llegados a este punto es muy importante poder evaluar al equipo emprendedor. Qué impresión transmite quién debe llevar a cabo el proyecto es fundamental, pero, sobre todo, saber si será o serán capaces de llevarlo a cabo es la clave de un proyecto.

Las aspiraciones y riesgos, tanto personales como del equipo en su conjunto. El emprendedor o el equipo de emprendedores deben ser conscientes de que tendrán que tomar ciertos riesgos que pueden repercutir en tiempo, trabajo o coste. Cada uno de los integrantes del equipo debe ser consciente de qué está dispuesto a sacrificar para llevar la idea de negocio a la práctica. Las aspiraciones para este proyecto son altas porque se aprovecha al máximo los recursos y potencialidades que tienen la parroquia además aquí existe un trabajo en conjunto y colaborativo.

Qué sabemos hacer y qué no. Son las capacidades que tiene cada miembro del equipo para llevar a cabo el proyecto. Cuanto más complementarios son los miembros de un equipo, mejor. A veces por tendencia natural, tendemos a juntarnos con personas de perfil similar al nuestro, pero para llevar a cabo un proyecto es mejor que los perfiles sean heterogéneos con puntos de vista, capacidades, conocimientos y preparación diferentes.

A quién conocemos. En el mundo empresarial los contactos son fundamentales, por tanto, en cualquier proyecto emprendedor es necesario tener contactos que nos permitan conocer mejor el mercado, a los proveedores, clientes o a cualquier actor importante en la cadena de compra o suministro de nuestro producto o servicio.

El resultado de la evaluación de la oportunidad da una idea de cuáles son los cuadrantes que presentan mayores dificultades y oportunidades del producto, se logró determinar en qué lugares la propuesta se ve más sólida y en que lados se ve más débil, por esta razón se hace la idea a simple vista de que si existen suficientes puntos positivos en cada uno de los cuadrantes como para que sea una oportunidad muy atractiva, que vale la pena ejecutar e invertir en este producto de innovación y desarrollo.

5.2.4 Posición de competitividad y atractividad de mercado

Para el posicionamiento de competitividad y atractividad del mercado se aplicó la matriz de Mckinsey sirvió como herramienta para tomar la decisión con respecto al producto de innovación.

En la construcción de la matriz se tomó en cuenta los valores de la calificación de la matriz EFE y EFI, también el valor total de las ponderaciones para la unión de los puntos.

Como resultado del ejercicio se obtuvo lo siguiente:

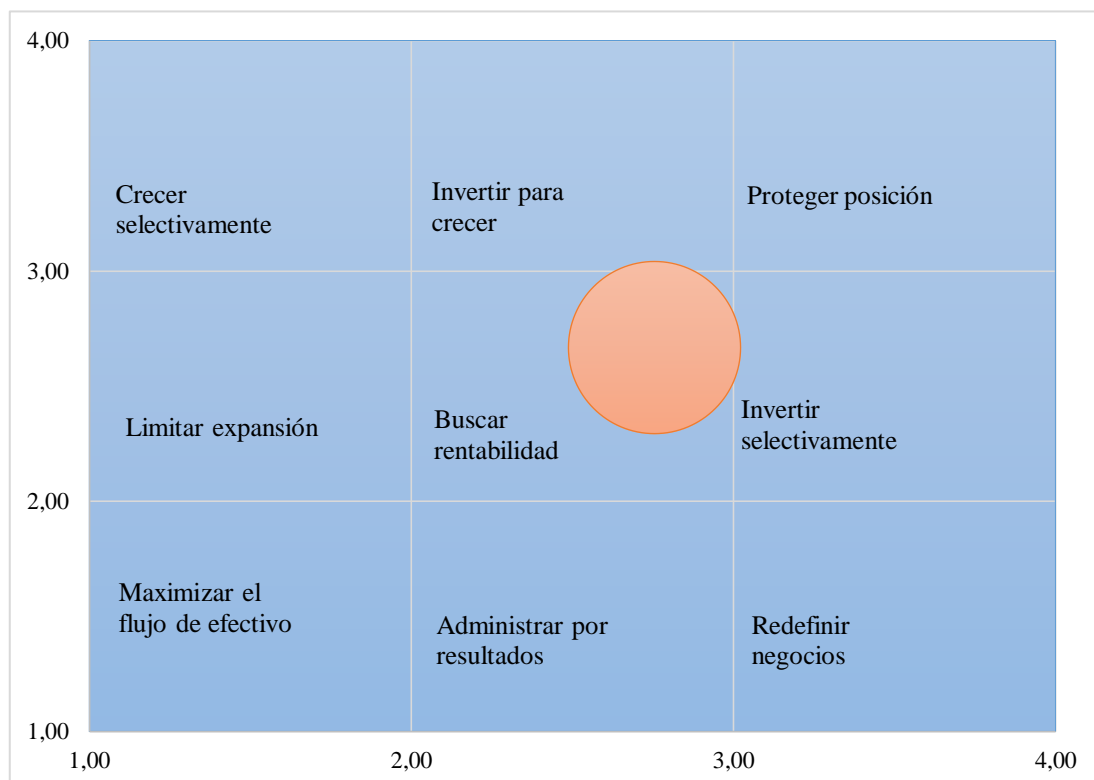


Figura 6. Matriz Mckinsey
Fuente. Elaboración propia

La unión de los valores de las matrices señala en buscar rentabilidad, esto significa que es factible porque se necesita buscar financiamiento y es importante la creación de la empresa pública – privada denominada “Comunidad Vida” se necesitó capital para poder vender y también utilizar los recursos de la publica una entidad participe puede ser la universidad ubicada en esta provincia.

5.3 PROPUESTA DE APLICACIÓN

5.3.1 Ficha técnica del proyecto

En la ficha se detallan todas las especificaciones necesarias tales como: título del proyecto, el programa, el grupo que lo realiza, la línea de investigación, también se detalla las personas que colaboro en el proyecto conjuntamente con las horas de trabajo semanales y un presupuesto estimado del costo del proyecto

FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO			
N° Proyecto	001		
Título del proyecto	Producto innovación y desarrollo La Paz		
Programa	Administración de empresas		
Grupo	Gestión académica		
Línea	Emprendimiento - empresa		
Personal	Nombre	Vinculación	Hrs Semana
Investigador	Presidente de la Junta Parroquia	Interno	20
Asesor	Freddy Quinde	UPEC, Docente planta	10
Semillero de investigación	1.- Roger Novoa 2.- Víctor Carvajal		
Duración de proyecto	18 meses		
	Fecha de inicio		Fecha final
Valor del proyecto	\$ 100.000		
Estado del proyecto	Terminado		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO			
Palabras clave:			
Oportunidad de negocio, desarrollo económico, innovación, tendencias.			
Objetivo general			
Determinar las oportunidades de Negocio en la parroquia La Paz, con las potencialidades que esta poseer y posteriormente implementar innovaciones para un óptimo desarrollo de la localidad			
Resultados/ productos esperamos			
N°	Producto		
1	Almacén de derivados agrícolas		
2	Restaurante temático religioso		
3	Taller de artesanías con concepto religioso		
4	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)		

Fuente: Sistema universitario de investigación

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

El desarrollo económico en la parroquia La Paz se basa en la agricultura, ganadería, cadena productiva y cadena emprendedora. En lo que respecta a la agricultura el cultivo de papa y arveja tiene mayor predominio con el 83% de los suelos destinados a estas actividades, en la ganadería, el 90% de los suelos se destinan para la producción de leche. A su vez estos productos tienen un alto valor nutricional y generan un gran impacto en la economía del sector y son útiles para la creación de nuevos productos innovadores y competitivos de gran atracción en los mercados para tener una economía más sólida.

El 70% de las cadenas productivas tienen problemas al comercializar los productos puesto que no son valorados con el precio y peso exacto al momento de vender a los intermediarios, además el 50% de esta población necesita asesorías técnicas para una óptima producción y mayor beneficio, mientras que el otro 50% necesita créditos productivos para cubrir los costos de producción. Con respecto a los emprendimientos en la parroquia, existen locales comerciales de alimentos los cuales el 75% tiene una cobertura de reconocimiento a nivel local y solo un 25% a nivel provincial esto permite a los emprendimientos ser más competitivos y aumentar el nivel de ventas.

El contexto en la parroquia La Paz en torno al bienestar y cohesión social está centrado en la educación y la cultura. Los niveles de educación con los que cuentan los parroquianos, con el 89.2% de la población ha terminado la primaria, el 17.7% de la población mayores de 19 años ha finalizado el bachillerato, mientras que solo el 6% de las personas mayores de 24 años tiene estudios superiores, dando a conocer que la parroquia tiene un bajo nivel de educativo, provocando que exista un déficit en cuestiones de desarrollo local.

La cultura y patrimonio de esta parroquia es conocida por zonas paisajísticas muy representativa tales como: Pilar Athal, antiguo cementerio San Francisco El Colorado, páramo de Frailejones y Gualicones, y la Gruta de la Paz. Siendo estos lugares con alto potencial turístico para dinamizar la económica del sector con una valoración de (2.000) superando a la media (1.5) y también por las costumbres que no se han perdido con el tiempo y aun predominan, siendo el caso de las tradiciones religiosas como la peregrinación a la santísima virgen de La Paz, con gran impacto social y cantonal, puesto que la mayor parte de la población cuenta con creencias religiosas católicas y tienen un valor de 1.8750 superando al valor media, con respecto a la

cultura existe comunicación comunitaria por la confianza en los grupos sociales con un valor de 1.625 superior a la media permitiendo generar diálogos de negociación, comercio o proyectos de desarrollo mediante el cual puedan ser beneficiadas las dos partes.

El capital territorial que posee la parroquia La Paz y la valoración por parte de personas internas y externas en componentes cognitivos, conativos y afectivos, se determina que es reconocida y valorada por los paisaje que se encuentran en este lugar como el rio Apaquí, Cascada Chorrera de Duendes, páramo de Tuquer y la Gruta de La Paz teniendo un valor de 1.7568 superior a la media, sirviendo como fuente de desarrollo económico social y turístico, consecuentemente gracias a esto las personas recomiendan visitar la parroquia por sus atributos culturales, tradicionales y patrimoniales que son el reflejo de la identidad cultural de las comunidades, con un valor de 1.5753 superior a la media, esto aporta a generar certeza y veracidad sobre la promoción de una parroquia y en base a eso poder incrementar el nivel de visitantes para un mejor desarrollo económico y productivo.

La ruta de matrices EFE, EFI o matrices de ponderación permitieron evaluar los factores externos e interno en relación a la parroquia identificando las oportunidades y fortalezas más importantes y de mayor impacto para el desarrollo; siendo las más destacadas en oportunidades el apoyo del gobierno en actividades agropecuarias, créditos para impulsar el desarrollo, demanda de atractivos turísticos religiosos y en fortalezas los atractivos turísticos de carácter religioso, emprendimientos de servicio de comida, actividades agrícolas y ganaderas.

El cuadro de tendencia de consumo en conjunto con las fortalezas sobresalientes de las matrices de ponderación se obtuvieron tres innovaciones de tendencia para la parroquia, en primer lugar, un almacén de derivados agrícolas, empresa público – privada, boulevard religioso (recreación y hospedaje), taller de artesanías y un restaurante temático religioso. Consecuentemente en base a la matriz de evaluación de oportunidad se pudo determinar si las innovaciones anteriormente planteadas son factibles para su creación, dando como resultado la mayoría de los cuadrantes positivos, siendo una idea atractiva para invertir y aumentar la productividad y desarrollo en la parroquia.

La matriz de Mckinsey permitió evaluar el posicionamiento y atractividad de las oportunidades de negocio en el mercado teniendo como resultado del ejercicio en el cuadrante denominado” buscar rentabilidad” esto significa que necesita financiación para ejecutar las innovaciones y la importancia de la creación de una empresa pública - privada para invertir en la parroquia.

6.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda indagar más a profundidad en el desarrollo económico de la parroquia La Paz y demás parroquias del Carchi para identificar la existencia de más productos y actores partícipes con la finalidad de poder realizar nuevas oportunidades de negocio con las tendencias actuales y tener más desarrollo en la zona.

Ampliar el estudio de bienestar y cohesión social en esta parroquia y en toda la zona del Carchi y tener un contexto más amplio y diverso en cuestiones de educación y cultura para conocer las características más importantes que componen la provincia.

Extender los estudios expuesto en torno al capital territorial de esta parroquia y también del Carchi en general, para conocer el posicionamiento que tienen las personas locales y externas acerca del territorio carchense y destacar elementos importantes para generar nuevas oportunidades de negocio de carácter turístico.

Se recomienda realizar un estudio técnico operativo con las nuevas oportunidades de negocio creadas en la parroquia La Paz, y también realizar este mismo ejercicio en los demás sectores de la provincia del Carchi para conocer las innovaciones y oportunidades de negocio que se pudieran crear en beneficio de la sociedad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACNUR. (Junio de 2017). *ACNUR*. Obtenido de ACNUR: <https://eacnur.org/blog/el-analfabetismo-en-el-mundo/>
- Andrade, F. M. (2008). *Consumo de productos orgánicos / agroecológicos en los hogares ecuatorianos*. Quito: Veco. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/63780450radBF21D.pdf>
- Alvares, A. (2019). *Journal article*. Recuperado de: https://www.jstor.org/stable/10.13169/intejcubastud.12.1.0076#metadata_info_tab_contents
- Ayala, C. (2012). *América Latina en movimiento*. Recuperado de: <https://www.alainet.org/es/active/56380>
- Cárdenas, N. (19 de 08 de 2019). *Ondarural*. Recuperado de <https://ondarural.org/comunicacion-comunitaria-genera-procesos-inclusivos/>
- Beramendi, G. (01 de 04 de 2016). *ScienceDirect*. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007471916300503>
- CEPAL. (Mayo de 2007). *Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. Obtenido de Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2812-cohesion-social-inclusion-sentido-pertenencia-america-latina-caribe>
- Coll, F. (2020). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/sector-primario-secundario-y-terciario.html>
- Curay, S. (2017). *Costumbres y Tradiciones del Ecuador*. Recuperado de: <https://educarplus.com/2019/07/costumbres-y-tradiciones-del-ecuador.html>
- Deer, J. (2017). *La asociación de fabricantes y distribuidores*. Recuperado de: <https://www.aecoc.es/innovation-hub-noticias/john-deere-y-la-inteligencia-artificial-en-la-agricultura/>
- El Comercio. (18 de Enero de 2018). En los cultivos de papa se busca mayor productividad en Carchi. *Diario El Comercio*, págs. 22-23.
- El Telégrafo. (17 de Mayo de 2018). Programa de ganadería ayuda a 3.000 familias. *Diario El Telégrafo*, págs. 15-16.
- El Universo. (2020). Ecuador reportó caída de precios este noviembre de 2020. *Diario El Universo*, pág. 12.
- Ferretero. (2018). *El Ferretero*. Obtenido de El Ferretero: <https://ferretero.com/que-es-una-asistencia-tecnica/>
- Forné, F. (2016). *Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario*. Obtenido de Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario: <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1166>
- García, C. (2011). Análisis de intermediación financiera. *Redalyc*, 106-128.
- García, S. (2017). La Empresas Agropecuarias y Administración financiera. *Redalyc*, 12.
- Gil, M. (2010). Participación ciudadana: elemento clave en los procesos de desarrollo de una nación. *Dialnet*, 89-96. Recuperado de Participación ciudadana: elemento clave en los procesos de desarrollo de una nación: <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-ParticipacionCiudadanaElementoClaveEnLosProcesosDe-3633910.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2014/12/reportegem2013.pdf>

- Gonzalez, A. (2015). *Asocam.org*. Obtenido de *Asocam.org*: <http://www.asocam.org/sites/default/files/publicaciones/files/dfbdfef02ffee6677d095db018955af9c.pdf>
- Guevara, G. (2007). *Repositorio Uasb*. Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/766/1/T540-MGD-Guevara-Participaci%C3%B3n%20juvenil%20en%20los%20procesos%20locales%20de%20desarrollo%20San%20Andr%C3%A9s%20Cant%C3%B3n%20Guano%20C....pdf>
- Herruzo, E., Hernández, B., Cardella, M., & Sánchez, J. (2019). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES PARA TODOS*. Madrid: DYKINSON, S.L.
- INEC. (2019). *Ecuador en cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final%203.pdf
- Kotler, & Keller. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON.
- López, F. (2008). Infraestructura escolar en México: brechas, esfuerzos y límites de la política pública. *Redalyc*, 26.
- MAGAP. (2014). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/magap-inicia-registro-de-productores-de-papa-en-cinco-provincias-de-la-sierra/>
- MAGAP. (2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/el-ministerio-de-agricultura-y-ganaderia-a-traves-de-la-unidad-de-gestion-del-programa-del-buen-vivir-rural-convoa-a-proceso-de-seleccion-de-personal-para-contrato-de-servicios-ocasionales-de-los-c-2/>
- Ministerio de Educación. (2010). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Ministerio de Educación: http://web.educacion.gob.ec/CNIE/pdf/AMIE_InstructivoBoletaElectronica.pdf
- Montoya, M., Correa, J., & Geovany, M. (2009). Emprendimiento visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Redalyc*, 153-168.
- Mullo, C., & Padilla, R. (2018). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1707>
- Osorio, C., Loaiza, P., & Erazo, F. (2018). La sostenibilidad del capital territorial: propuesta metodológica para su análisis y valoración. *SciELO*, 23.
- Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial La Paz. (2015). *GAD LA PAZ*. Obtenido de <https://gplapaz.gob.ec>
- Perafán, A. (2014). *Fundación Colombiana de Obesidad*. Obtenido de Fundación Colombiana de Obesidad: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/6642/T04728.pdf;jsessionid=BDF55AE A1560CB73C1C5CBEF9045E3A6?sequence=1>
- Pichincha Comunicaciones. (20 de Julio de 2020). Productores de leche registran una reducción en las ventas a causa de la pandemia. *Pichincha Comunicaciones*, págs. 8-9.
- Ramírez, Y. (2015). LAS FIESTAS POPULARES TRADICIONALES, REFLEJO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LAS COMUNIDADES. *Caribeña de Ciencias Sociales*, 38-39.
- Rosales, R. (1997). *Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía*. Obtenido de Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía : https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuarta/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf

- Schiffman, L., Kanuk, R., & Wisenblit, M. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson. Recuperado de file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Comportamiento%20del%20Consumidor%20(L.%20Schiffman).pdf
- Saraí, J. (2011). *Calameo*. Obtenido de Calameo: <https://es.calameo.com/books/0055126730921a02e205d>
- UNESCO. (2019). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura: <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible>
- UNESCO. (2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura: <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible>
- UNESCO. (1972). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura: <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible>

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Marco legal

	Proceso	Entidad	Documentación
1	Aprobación de denominación	Superintendencia de compañías	Carta con 5 posibles nombres firmado por abogado.
2	Aporte numerario	Banco Local	Con la aprobación de la denominación se solicita la apertura de una cuenta de integración de capital con el monto total del dinero que el gerente propietario hubiere destinado a la actividad, no puede ser inferior al producto de la multiplicación de remuneración básica unificada por diez.
3	Elaboración de escritura pública	Notaria	Minuta junto con la aprobación de denominación, certificado de banco de la cuenta de integración de capital y documentos de identidad del propietario.
4	Aprobación de la escritura de constitución de la compañía	Superintendencia de compañías	Resolución aprobatoria Extracto de publicación
5	Anotaciones marginales	Notaria	Testimonio y resolución aprobatoria
6	Publicación en diario	Periódico	Extracto de resolución
7	Inscripción del trámite de constitución	Registro Mercantil	Resolución aprobatoria escrituras con anotaciones marginales
8	Inscripción del representante legal	Registro mercantil	Datos del gerente propietario nombres, nacionalidad , domicilio, estado civil
9	Obtención del certificado de seguridad	Cuerpo de bomberos	Declaración juramentada indicando la actividad principal y la dirección de la compañía. Copia de escritura de constitución, nombramiento y cedula del representante legal. Factura de compra de un extintor
10	Pago de patente municipal	Municipio	Formulario
11	Obtención RUC	Servicio de rentas internas	Formularios, copia de cedula del representante legal, resolución aprobatoria y número de expediente Superintendencia de compañías y todos los documentos elaborados anteriormente.

Fuente. www.registromercantil.com

Anexo 2. Evaluación a nivel Macro

Factor de evaluación	Producto	Valoración (-1, 0, +1)
Tamaño	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático religioso	0
	Taller de artesanías	0
Crecimiento del mercado objetivo actual	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	0
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	0
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	0
Crecimiento del mercado objetivo Futuro	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	+1

	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	+1
Tendencias actuales para bien o mal	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	0
Total		15/4= 3,75

Factor de evaluación	Producto	Valoración (-1, 0, +1)
Barreras de entrada	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	0
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	0
Productos sustitutos	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	0
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	-1
	Restaurante temático	-1
	Taller de artesanías	-1
Proveedores	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	-1
	Restaurante temático	-1
	Taller de artesanías	-1
Clientes	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	+1
Total		13/4=3,25

Anexo 3. Evaluación a nivel micro

Factor de evaluación	Producto	Valoración (-1, 0, +1)
Cliente objetivo	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	0

	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	+1
Compra de cliente	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	0
Propuesta de valor	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	+1
Ventajas diferencias	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	+1
Total		18/4=4.5

Factor de evaluación	Producto	Valoración (-1, 0, +1)
Difícil de copiar	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	0
Viable	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	0
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	0
Inversión	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	0
Total		10/3=3.33

Factor de evaluación	Producto	Valoración (-1, 0, +1)
Aspiraciones personales	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	+1
Riesgo	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	0
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	0
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	0
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	0
Objetivos	Cerveza artesanal de papa	+1
	Plástico reciclado de papa	+1
	Harina de arveja	+1
	Carne de arveja	+1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	+1
	Restaurante temático	+1
	Taller de artesanías	+1
Total		14/3= 4.66

Factor de evaluación	Producto	Valoración (-1, 0, +1)
Capacidades	Cerveza artesanal de papa	-1
	Plástico reciclado de papa	-1
	Harina de arveja	-1
	Carne de arveja	-1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	-1
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	0
Saber hacer	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	-1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	-1
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	0
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	
Miembros	Cerveza artesanal de papa	0
	Plástico reciclado de papa	-1
	Harina de arveja	0
	Carne de arveja	0
	Boulevard religioso (recreación y hospedaje)	-1
	Restaurante temático	0
	Taller de artesanías	+1
Total		9/3= 3

Anexo 4 Ficha bibliográfica

Autor(es):	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de La Paz
Título:	Nivel de Educación
	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Edición digital (URL):	https://multimedia.planificacion.gob.ec/PDOT/descargas.html
Lugar de edición:	La Paz – Carchi
Editorial:	Consejo Nacional de Planificación (CNP)
Año de edición:	2015
	Número de páginas: 105
Resumen:	En La Paz, el 90,7% de los hombres mayores de 12 años ha completado la educación primaria, mientras que el 87,6% de las mujeres también la ha completado. Es decir, en la parroquia, el 89,2% de las personas mayores de 12 años han completado la educación primaria, que es inferior al 89,4% en el estado de Montúfar. En la Diócesis de La Paz, el 29,1% de las personas mayores de 16 años han completado la educación básica, de los cuales el 24,8% son hombres y el 33,1% son mujeres. Este indicador es inferior al de Montúfar, 39,1%. En La Paz, el 17,7% de la población mayor de 19 años ha finalizado el bachillerato, de los cuales el 15,5% son hombres y el 19,1% son mujeres, cifra inferior al 28,7% del estado de Montufar. En esta parroquia, el 6% de las personas tienen más de 24 años o han completado estudios avanzados durante un año o más, de los cuales el 5.9% son hombres y el 6.1% son mujeres.
Link de referencia	
	http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0460023930001_CAP_1_FORM_DIAGNOSTICO_LA_PAZ_15-08-2015_17-41-40.pdf

Anexo 5. Encuesta a agricultores y ganaderos



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING ENCUESTA A AGRICULTORES Y GANADEROS

Formulario 01

Estrategias para el desarrollo económico de la parroquia La Paz (Desarrollo económico).

El propósito de la presente encuesta es recolectar información necesaria para conocer sobre la agricultura y la ganadería social existente en la parroquia La Paz del Cantón Montúfar, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

INTRUCCIONES: Seleccione y marque con una X la respuesta que más se aproxime a la realidad social, económica, cultural, política y académica de su parroquia. Por favor no deje las preguntas sin contestar.

DATOS GENERALES

1. ¿Cuál es su Género?

Masculino Femenino

2. ¿Cuál es su Edad?

3. Nivel de preparación académica

Sin estudios Tercer nivel

Primaria Cuarto nivel

Secundaria Doctorados

4. Oficios/profesión

Agricultor Empleado privado

Ganadero Empleado público

Estudiante Desempleado

5. ¿Cuántos integrantes forman su hogar?

6. ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos en dólares mensualmente?

Composición económica: Sector Primario

¿Cuál es la principal actividad a la que se dedica usted que le permite el desarrollo económico?

- Agrícola Ganadera

BLOQUE 1

1. ¿Cuáles es el producto agrícola más cultivado por usted?

Papa	Arveja	Haba	Frejol	Trigo	Maíz	Lechuga	otro

2. ¿Cuántas hectáreas destina a la producción agrícola? _____

3. ¿Cuáles son los costos de producción?

- Análisis de suelos Fungicidas Semillas Fertilizantes Otro

4. ¿Cuál es la cantidad de producción que destina para la venta? _____

5. ¿Los niveles de rentabilidad derivados de la producción agrícola son?

- Muy rentable Medianamente rentable Rentable Poco rentable Nada rentable

6. ¿A quién vende los productos agrícolas?

- Mayoristas Minorista Ferias Industria Otro

7. ¿Usted a recibido apoyo de entidades publicas o privadas? SI() NO()

8. ¿Qué considera a la hora de establecer los precios de los productos agrícolas?

- Calidad Costos Competencia Otro

BLOQUE 2

1. ¿Cuál es la principal actividad dentro de la ganadería?

- Producción de leche Cría de ganado para carne otro

2. ¿Cuántas hectáreas en pastos utiliza usted para la producción ganadera? _____

3. ¿Cuáles son los principales costos en producción ganadera?

Compra de ganado	Alimentación de ganado	Mantenimiento de infraestructura	Vacunas	Control de enfermedades	Reproducción (inseminación)	Vitaminas	Arriendo de lotes	Todas las ant.

4. ¿En promedio cuánto dinero destina mensualmente en la actividad ganadera? _____
5. ¿Cuántas cabezas de ganado tiene? _____
6. ¿En promedio cuantos litros mensuales produce sus cabezas de ganado? _____
7. Em que condiciones vende la leche
- Fresca Pasteurizada Elaborada Otras
8. ¿A quié(n) vende los productos ganaderos que produce?
- Mayorista Minorista Acopiador
9. ¿Los niveles de rentabilidad derivados de la producción agrícola son?
- Muy rentable Medianamente rentable Rentable Poco rentable Nada rentable
10. ¿Usted a recibido apoyo de entidades públicas o privadas? SI () NO()
11. ¿Qué considera a la hora de establecer los precios de los productos agrícolas?
- Calidad Costos Competencia Otro
12. ¿Qué tipo de problemas se presenta en su actividad productiva?
- Problemas en la producción Dificultad en el transporte Desventajas en la comercialización Otro

Coordinador:

Encuestado:

Encuestador:

Gracias por su colaboración

Ac

Anexo 6. Encuesta a la cadena productiva



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING ENCUESTA A LOS MIEMBROS DE CADENA PRODUCTIVA

Formulario

03M

Estrategias para el desarrollo económico de la parroquia La Paz (Desarrollo económico).

El propósito de la presente encuesta es recolectar información necesaria para conocer el bienestar y la cohesión social existente en la parroquia La Paz del Cantón Montufar, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

INTRUCCIONES: Seleccione y marque con una X la respuesta que más se aproxime a la realidad social, económica, cultural, política y académica de su parroquia. Por favor no deje las preguntas sin contestar.

DATOS GENERALES DE LOS MIEMBROS DE LA CADENA PRODUCTIVA

1. ¿Cuál es su género?
Masculino Femenino

2. ¿Cuál es su Edad?

3. Nivel de preparación académica
Sin estudios Primaria
Secundaria Primaria
Cuarto nivel Tercer Nivel

4. Oficios/Profesión
Agricultor Empleado privado
Ganadero Empleado público
Estudiante Desempleado

5. Núcleo familiar

6. Nivel de ingresos económicos

¿Usted forma parte de alguna cadena productiva?
SI () NO ()

¿A qué sector pertenece su cadena productiva?
a) Sector agrícola
b) Sector ganadero

Si su respuesta es (a) continúe con el BLOQUE 1 y si su respuesta es (b) con el BLOQUE 2

BLOQUE 1. ACTIVIDAD AGRÍCOLA

1. Nombre de cadena productiva

Papa	Arveja	Haba	Frejol	Trigo	Maíz	Otra

Activ.
Ir a Cor

2. ¿Cuántas hectáreas utiliza usted para la producción agrícola?

3. En promedio, ¿Cuántos quintales cosecha por cada hectárea sembrada?

4. ¿En qué condiciones se encuentra el lugar que usted dispone para el momento de la venta

Seco y limpio Húmedo y con impurezas Procesado

5. ¿Cómo se comercializa los productos agrícolas de la parroquia? (Tipo de comercialización)

Seco y limpio Húmedo y con impurezas Procesado Otro

6. ¿Qué cantidad de producto agrícola Comercializa? _____

7. ¿A que precio comercializa su producto agrícola? _____

8. ¿Qué destino tiene la producción agrícola que no es para la venta?

Producto	Autoconsumo	Almacenamiento	Desperdicio	Alimento para animales	Semilla	Otros

9. ¿Cuál de los factores considera usted que afecta en la comercialización del _____ de la parroquia?

Inestabilidad en los precios Sobreproducción de Calidad Difícil acceso a mercados

10. ¿Aplica algún tipo de estrategia en los procesos de comercialización de su producción? SI () NO ()

11. ¿Considera usted que se debería implementar estrategias para la comercialización del producto? SI () NO ()

12. ¿Cómo califica los niveles de utilidad derivados de su producción de _____?

Muy rentable Rentable
 Medianamente rentable Poco rentable Nada rentable

13. ¿Ha recibido apoyo de entidades públicas o privadas para optimizar sus procesos de producción y comercialización?

Siempre A veces Casi nunca Nunca

14. ¿Qué tipo de problemas se presentan en su actividad productiva?

Problemas en la producción Dificultad en el transporte

Activar
Ir a Confi

- o Desventajas en la comercialización
- 15. ¿Qué tipo de ayuda le gustaría recibir de parte de entidades públicas o privadas para mejorar su producción?
 - o Asesoría en producción
 - o Créditos productivos
 - o Asesoría en comercialización

BLOQUE 2. ACTIVIDAD GANADERA

1. Nombre de cadena productiva
 - o Cárnicos
 - o Láctea
 - o Pieles
2. ¿Cuántas hectáreas utiliza usted para la producción ganadera? _____
3. En promedio, ¿Cuántos litros de leche produce diariamente una vaca? _____
4. ¿En qué condiciones físicas se vende la leche?
 - o Fresca
 - o Pasteurizada
5. ¿Cómo se comercializa la leche en la parroquia?
 - o Comprador
 - o Acopiador
 - o Ferias
 - o Otros
6. ¿Qué cantidad de leche (litros) comercializa _____
7. ¿A qué precio en dólares comercializa la leche (litro)? _____
8. ¿Qué destinos tiene la producción de leche que no es para la venta? _____

Autoconsumo	Almacenamiento	Desperdicio	Alimento para animales	Semilla	Otros

9. ¿Cuál de los factores considera usted que afecta en la comercialización de la leche en la parroquia?
 - o Inestabilidad en los precios
 - o Sobreproducción de calidad
 - o Difícil acceso a mercados
10. ¿Aplica algún tipo de estrategia en los procesos de comercialización de su producción de la leche? SI () NO ()
11. ¿Considera usted que se debería implementar estrategias para la comercialización de la leche? SI () NO ()
12. ¿Cómo califica los niveles de utilidad derivados de su producción de la leche?
 - o Rentable
 - o Casualmente rentable
 - o Medianamente rentable
13. ¿Ha recibido apoyo de entidades públicas o privadas para optimizar sus procesos de producción y comercialización?
 - o Siempre
 - o A veces
 - o Casi nunca
 - o Nunca
14. ¿Qué tipo de problemas se presentan en su actividad productiva?
 - o Problemas en la producción
 - o Dificultad en el transporte
 - o Desventajas en la comercialización
15. ¿Qué tipo de ayuda le gustaría recibir de parte de entidades públicas o privadas para mejorar su producción?
 - o Asesoría en producción
 - o Créditos productivos
 - o Asesoría en comercialización

Activa
Ir a Con

Gracias por su colaboración

Anexo 7. Encuesta a foráneos



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A LA POBLACIÓN FORÁNEOS

Formulario

Estrategias para el desarrollo económico de la parroquia La Paz (Capital territorial).

El propósito de la presente encuesta es recolectar información necesaria para conocer el capital territorial existente en la parroquia La Paz del Cantón Montúfar, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

INTRUCCIONES: Seleccione y marque con una X la respuesta que más se aproxime a la realidad social, económica, cultural, política y académica de su parroquia. Por favor no deje las preguntas sin contestar.

DATOS GENERALES

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

3. Nivel de preparación académica

Sin estudios

Tercer nivel

Primaria

Cuarto nivel

Secundaria

Doctorado

4. oficios/profesión

Agricultor

Empleado privado

Ganadero

Empleado público

Empleado privado

Desempleado

5. Núcleo familiar

6. Nivel de ingresos económicos

Valoraciones: (1) Muy en desacuerdo, (2) Algo en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) Algo de acuerdo, (5) Muy de acuerdo.

Activar

POSICIONAMIENTO COGNITIVO		Valoraciones				
		1	2	3	4	5
Paisaje	La parroquia dispone de una gran belleza paisajista					
Natural	La parroquia tiene parques y áreas naturales					
Amabilidad	Los habitantes de la parroquia son amables y hospitalarios					
Aventura	La parroquia ofrece muchas oportunidades para la aventura (senderismo, escalada, rafting, montañismo, ciclismo)					
Cultura	La parroquia presenta actividades culturales de mucho interés (festivales, conciertos, celebraciones populares)					
POSICIONAMIENTO AFECTIVO		Valoraciones				
		1	2	3	4	5
Contento	En el momento que visito la parroquia me siento contento					
Impresionado (Positivamente)	Estoy impresionado de lo que veo en la parroquia					
Encantado	Estoy encantado de lo que veo en la parroquia					
Seguro (Tranquilo)	En el momento que visito la parroquia me siento seguro					
Optimista	Al instante en el que decido visitar la parroquia me siento optimista					
POSICIONAMIENTO CONATIVO		Valoraciones				
		1	2	3	4	5
Recomendar	Recomendaría visitar la parroquia					
Volver	Volvería a visitar la parroquia en este año					
Ahorrar	Ahorraría para visitar la parroquia					
Informar	Le interesaría recibir información de la parroquia					
Usa	Participaría en festividades y celebraciones de la parroquia					

Activar

Ir a Cor

Gracias por su colaboración

Anexo 8. Encuesta a líderes de opinión



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A LÍDERES DE OPINIÓN

Formulario

Estrategias para el desarrollo económico de la parroquia La Paz (Bienestar/cohesión social).

El propósito de la presente encuesta es recolectar información necesaria para conocer el bienestar y la cohesión social existente en la parroquia La Paz del Cantón Montúfar, los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

INTRUCCIONES: Seleccione y marque con una X la respuesta que más se aproxime a la realidad social, económica, cultural, política y académica de su parroquia. Por favor no deje las preguntas sin contestar.

DATOS GENERALES/LÍDER DE OPINIÓN

1. Género

Masculino Femenino

2. Edad

3. Nivel de preparación académica

Sin estudios Primaria
 Secundaria Tercer Nivel
 Cuarto nivel Doctorados

4. Oficios/Profesión

Agricultor Empleado privado
 Ganadero Empleado público
 Estudiante Desempleado

5. Núcleo familiar

6. Ingresos económicos

Valoraciones: (1) Muy en desacuerdo, (2) Algo en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) Algo de acuerdo, (5) Muy de acuerdo.

PATRIMONIO Y MANIFESTACIONES CULTURALES	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
En la parroquia la Libertad, existen áreas naturales de protección.					
En la parroquia la Libertad, existen zonas paisajísticas con potencial turístico.					
Existe una imagen social y cultural de la parroquia la Libertad consolidada en territorio carchense.					
La valoración y percepción cultural de la parroquia la Libertad, es positiva ante las demás parroquias de la provincia del Carchi.					
La cultura y tradición popular dentro de la parroquia la Libertad, se ha mantenido durante el tiempo.					

COSTUMBRES	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
Se ha mantenido durante varias generaciones las costumbres como carnaval, cuaresma y quema de monigotes en la parroquia la Libertad.					
Se ha mantenido durante el tiempo las tradiciones religiosas comunales en la parroquia la Libertad.					
Existe riqueza cultural y ancestral dentro de las costumbres de la población de la parroquia la Libertad.					
Las costumbres populares de la Libertad como la Parroquialización y la celebración de las fiestas de la Purificación, generan un impacto cultural positivo ente la población carchense.					
Las religiosas de la parroquia la Libertad, generan un impacto social y cultural positivo ante sus pobladores.					

GASTRONOMÍA	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
Se ha mantenido la gastronomía popular dentro de la parroquia la Libertad, durante el paso de los años.					
Existe una gastronomía tradicional en las principales manifestaciones culturales de la parroquia la Libertad					
La gastronomía de la parroquia la Libertad, es un conocimiento transmitido de generación en generación.					
El significado cultural y ancestral de la gastronomía dentro de la parroquia la Libertad, posee un realce social y económico.					
Se utiliza materias primas e insumos agrícolas y agropecuarios propios de la parroquia de la Libertad, para la preparación de alimentos y platos típicos					

TÉCNICAS ANCESTRALES	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
Existen técnicas artesanales en la parroquia la Libertad, que se aplican para la conservación de semillas que preservan las especies de las plantas nativas					
Existen técnicas artesanales propias en la población de la parroquia la Libertad, que se utiliza para incrementar el rendimiento de sus cultivos.					
Los insumos o herramientas, utilizados por la población de la parroquia la Libertad, son eficaces para aumentar la producción local.					
Existen técnicas artesanales de relevancia para producir bienes (materias primas), utilizadas por la población dentro de la parroquia la Libertad					
Las técnicas ancestrales utilizadas para los cultivos orgánicos, son reconocidas y aplicadas por la población de la parroquia de Jacinto la Libertad.					

PARTICIPACIÓN CÍVICA	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
Existe gobernabilidad y políticas públicas en beneficio de la población en la parroquia la Libertad.					
Existe participación pública en el proceso de participación cívica dentro de la parroquia la Libertad.					
La población de la parroquia la Libertad, posee un derecho sobre la toma de decisiones en beneficio del territorio					
Existen las garantías sociales y legales para ejercer el libre acto político dentro de la parroquia la Libertad					
Se considera al sistema de democracia dentro de la parroquia la Libertad, como un elemento de participación social.					

COMUNICACIÓN COMUNITARIA	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
Existe la confianza necesaria ente los dirigentes parroquiales de la Libertad, para tomar decisiones.					
Existe confianza ante el trabajo y servicio de los diferentes servidores públicos presentes en la parroquia la Libertad					
Los lazos de confianza entre las personas de los diferentes grupos sociales de la parroquia la Libertad					
La confianza ante el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira y el GAD parroquial de la Libertad, es positiva.					
Existe un proceso de participación ciudadana y control social activo dentro de la parroquia la Libertad					

ASOCIATIVIDAD	Valoraciones				
	1	2	3	4	5
Existe confianza y solidaridad entre los miembros de las asociaciones presentes en la parroquia la Libertad					
Existe acciones colectivas de cooperación y desarrollo en beneficio de la población de la parroquia la Libertad					
La Cohesión e inclusión social es equitativa entre toda la población de la parroquia la Libertad.					
Existe un proceso de empoderamiento frente a las acciones políticas presentes en la parroquia la Libertad					
Se considera a la asociatividad dentro de la parroquia la Libertad, como un factor de desarrollo y cohesión social.					

Gracias por su colaboración

Anexo 9. Encuesta a la cadena emprendedora



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA A MIEMBROS DE LA CADENA
EMPRENDEDORA

Formulario 04M

Estrategias para el desarrollo económico de la parroquia La Paz (Desarrollo económico).

El propósito de la presente encuesta es recolectar información necesaria para conocer datos de la cadena emprendedora existente en la parroquia La Paz, cantón Montúfar los datos proporcionados serán de carácter confidencial e investigativo.

INTRUCCIONES: Seleccione y marque con una X la respuesta que más se aproxime a la realidad social, económica, cultural, política y académica de su parroquia. Por favor no deje las preguntas sin contestar.

DATOS GENERALES

1. Género

Masculino Femenino

2. Edad

3. Nivel de preparación académica

Sin estudios Tercer nivel

Primaria Cuarto nivel

Secundaria Doctorados

4. Oficios/profesión

Agricultor Empleado privado

Ganadero Empleado público

Estudiante Desempleado

5. Núcleo familiar

6. ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos en dólares mensualmente?

Desarrollo Económico: Cadena Emprendedora

1. ¿Usted forma parte de alguna cadena emprendedora?	
SI	NO

Área	Nombre	Cargo	Emprendimiento

2. ¿Indique con que instituciones mantiene convenios para fortalecer los emprendimientos?					
Número de convenios	Instituciones				
	ONGS	Cámara de comercio	Universidades	Inst. de gobierno	GAD

3. ¿Qué tipo de emprendimiento?				
Nombre del emprendimiento	Tipo de emprendimiento			
	Comercial	Servicios	Tecnológicos	Profesionales

PRODUCTIVOS

4. ¿Cuál es la cobertura geográfica del emprendimiento?				
Nombre del emprendimiento	Cobertura			
	Local	Cantonal	Provincial	Nacional

5. ¿Existe trabajo conjunto con emprendimientos dentro de la parroquia? SI NO

6. ¿Cuál son los proveedores de materia prima y demás insumo en la parroquia?

7. ¿Ha recibido o solicitado algún crédito de alguna institución financiera? SI NO

Gracias por su colaboración

Anexo 10. Entrevista cadena productiva

Opinión de Jorge Luis Morillo Quespas, Agricultor con experiencia de la parroquia La Paz.

Nombre de la cadena productiva

Cadena productiva de haba

¿Las cadenas productivas están legalmente constituidas?

No están legalmente constituidas.

¿Cómo se comercializa los productos agropecuarios de la parroquia?

El haba se comercializa a través de compradores mayoristas con una cantidad de 80 quintales a un precio por unidad de 13\$. Obteniendo perdidas en sus cultivos por la pandemia, por lo que necesitan que se estandarice precios estables para la venta y comercialización de los productos.

¿Cuál es la cobertura geográfica de la producción agropecuaria?

Se considera al ser una parroquia pequeña la cobertura geográfica es a nivel cantonal, donde solo se comercializa al cantón San Gabriel.

¿En el territorio existe apoyo de entidades públicas o privadas para el mejoramiento de las cadenas productivas?

Se menciona que las personas no reciben ninguna clase de apoyo por ninguna entidad pública o privada. Haciendo mención que para obtener algún tipo de ayuda o préstamo bancario son muchos los trámites para obtener un crédito.

¿Ha recibido apoyo por parte de entidades públicas o privadas?

Durante todo el tiempo que me dedico a esta actividad nunca he recibido ningún tipo de apoyo.

¿La capacidad actual de prestación de servicios instalada en el territorio es suficiente para atender a las demandas de la cadena?

Si, debido a que es una parroquia pequeña y los servicios son aptos para el desarrollo de las actividades que la cadena desempeña.

¿Cuáles son las necesidades de la cadena productiva?

Las necesidades que presenta la cadena productiva es el financiamiento, puesto que por la pandemia la economía de las personas ha sido afectada de manera considerable y no cuentan con los ingresos necesarios para la producción.

¿Ha sido acreedor a algún crédito productivo?

No, todo mi cultivo está financiado por los ahorros que he guardado de esta misma actividad, solicitar un crédito productivo requiere de muchos trámites y tiempo.

Anexo 11. Entrevista a líderes de opinión

Opinión de Byron Geovanny Peñafiel Mena, Jubilado del GAD La Paz

¿En una sola palabra describa algo positivo de la parroquia?

Se podría describir a la parroquia con la palabra Humanismo, debido a que sus habitantes tienden a ser humanistas con los demás y conllevar un ambiente de armonía entre vecinos.

¿En una sola palabra describa algo negativo de la parroquia?

Se consideraría la palabra Falta de tecnología debido a que la parroquia no cuenta con una tecnología adecuada para poder desarrollar proyectos y poder emprender.

¿Qué característica tienen los habitantes de la parroquia?

Las características que tienen los habitantes de la parroquia son: Honestos, trabajadores, honrados, lo que es necesario para poder convivir como personas solidarias y educadas llenas de valores y virtudes.

¿Para usted que color tiene la parroquia?

Consideraría el color Amarillo puesto que transmite alegría, optimismo, energía y es lo que se ve reflejado en la parroquia y en sus habitantes.

¿Qué símbolo representa a la parroquia?

El símbolo que más representa a la parroquia es la Religiosidad, debido que la gran mayoría de personas son católicos y devotos de la Virgen de la Paz.

¿Quién es el personaje más representativo de la parroquia?

Consideraría al presidente de la junta de agua potable, debido a que es una persona que le gusta velar por la parroquia y sus habitantes, mediante la búsqueda de una mejora para la localidad o mediante la creación de nuevos proyectos que fortalezcan a la población.

Anexo 12. Entrevista asociaciones

Opinión de Wilder Feliberto Copoeran Pozo, asociación Cía. Gruta de la Paz.

¿A qué se dedica la asociación a la que usted pertenece?

La asociación se dedica al servicio de transporte dentro y fuera de la parroquia La paz

¿Cada cuánto tiempo se reúnen?

Las reuniones se las realiza dos veces al mes, para tratar asuntos de importancia que competen a la asociación

¿Cuál es el procedimiento para formar parte de la asociación?

En la asociación no existe ningún procedimiento y los integrantes son pocos.

¿Cómo se toma una decisión en la asociación?

Las decisiones dentro de la asociación se toman en las reuniones que se realizan de manera democrática respetando las decisiones de cada integrante para poder llegar a una solución.

¿Tomando en cuenta los 2 últimos años, ¿Cree que el nivel de confianza dentro de la asociación ha mejorado o ha disminuido?

Podría considerar que ha mejorado porque cada vez se llevan más los integrantes de la asociación, esto ha generado que se incremente el nivel de confianza por parte de los asociados a los líderes de la asociación.

¿Considera usted que la asociación alcanza sus objetivos? ¿Por qué?

Si, por que cada vez se llevan más los compañeros de la asociación, y existe un compañerismo que permite el alcance de los objetivos propuestos.

¿El GAD mantiene relaciones con las asociaciones? ¿Con cuáles? ¿Por qué?

Si mantiene relaciones con la asociación de transporte porque quiere apoyar al servicio de transporte en la parroquia.

¿La gente de la parroquia coopera con las asociaciones que trabajan por el desarrollo de la parroquia? ¿Por qué?

Si cooperan, y ayudan bastante a la asociación por que mediante la colaboración de las personas se puede generar un mayor nivel de ingresos para las familias y en si de la parroquia.

¿Cómo beneficia el GAD a la población de la parroquia?

El GAD beneficia a la parroquia haciendo obras públicas, las que sirven para dar una mejor calidad de vida y mejorar las condiciones de la localidad.

¿Considera que los miembros del GAD parroquial son responsables y honestos?

Si considero que son responsables y honestos puesto que son las personas en quienes se ha depositado la confianza para que puedan dirigir a la ciudadanía y sacar adelante a la localidad.

Anexo 13. Entrevista a asociaciones

Opinión de. Mónica Emilia Erazo Enríquez, pre-asociación Turismo Comunitario Tuquer.

¿A qué se dedica la asociación a la que usted pertenece?

Esta pre-asociación se está formando actualmente y se dedicará a brindar una guía turística que tiene la parroquia aparte de la Gruta de La Paz.

¿Cada cuánto tiempo se reúnen?

Las fechas establecidas para las reuniones son los 10 y el 25 de cada mes, para tratar temas de desarrollo de la pre-asociación.

¿Cuál es el procedimiento para formar parte de la asociación?

Un procedimiento en específico no existe, se toma a consideración las ganas de las personas en participar en el desarrollo de esta pre-asociación.

¿Cómo se toma una decisión en la asociación?

Las reuniones en las fechas establecidas son prácticamente para esto también, para tomar decisiones escuchando a todos los miembros que pertenecen al grupo.

¿Tomando en cuenta los 2 últimos años, ¿Cree que el nivel de confianza dentro de la asociación ha mejorado o ha disminuido?

Como tenemos poco tiempo de haber iniciado, pero las personas que conforman la pre-asociación son comprometidas se puede decir que existen confianza ya que también son responsables al momento de asistir a las reuniones.

¿Considera usted que la asociación alcanza sus objetivos? ¿Por qué?

Como se está llevando cada una de las gestiones a cabo, pues considero que si alcanzamos los objetivos.

¿El GAD mantiene relaciones con las asociaciones? ¿Con cuáles? ¿Por qué?

Si, y con la pre-asociación estamos teniendo acercamientos para poder establecernos y brindar el servicio de turismo en la parroquia.

¿La gente de la parroquia coopera con las asociaciones que trabajan por el desarrollo de la parroquia? ¿Por qué?

La gente si coopera, y en el grupo de la pre-asociación todos aportan con ideas para sacar a delante el proyecto.

¿Cómo beneficia el GAD a la población de la parroquia?

El GAD aporta a la ciudadanía con los servicios legales que se pudieran necesitar y también con las obras que realiza en beneficio de las comunidades.

¿Considera que los miembros del GAD parroquial son responsables y honestos?

Pues creería que si ya que las personas quienes gobiernan actualmente son escogidas por la propia población y consideran que tienen estas cualidades para poder dirigir a la parroquia.

Anexo 14. Entrevista cadena emprendedora

Opinión de Daysi Salome Ipaz Cuaspu, Emprendimiento Restaurante “El Pionero”

Indique con que instituciones mantiene convenios para fortalecer el emprendimiento.

Actualmente no mantengo ningún convenio con instituciones públicas ni privadas.

¿Qué tipos de emprendimientos hay en la parroquia?

En la parroquia existen emprendimientos, en su mayoría comerciales como tiendas de víveres, frutas, locales de Agro y también de transporte.

¿Cuál es la cobertura geográfica del emprendimiento?

Este restaurante es conocido a nivel provincial porque está ubicado en la panamericana, aparte los transportistas y las personas que viajan y personas de la parroquia nos prefieren por el buen servicio que brinda en este establecimiento y por la variedad de platos que se ofrece, gracias a esto podemos tener buenos ingresos.

¿Existe trabajo en conjunto con los demás emprendimientos de la parroquia?

Particularmente yo considero que no existe trabajo en conjunto entre restaurantes porque cada cual ofrece sus platos no socializamos muchos.

¿Cuáles son sus principales proveedores de materia prima?

Yo trabajo con Prodispro y Oriental por la confianza y la calidad de los productos y también por adaptarse a nuestra forma de pago ya que yo pido los productos a crédito.

Anexo 15 Datos de la población

Nombres y apellidos	Teléfono	Correo electrónico	Ocupación
Hilda Noemi Minda López	988433390	hildaminda042@gmail.com	Agricultor
Kathy Vanesa Peñafiel Meneses	983196754	kathypenafiel2019@gmail.com	Agricultor
César Arturo Peñafiel Tobar	988433390	cesar1978penafiel@gmail.com	Agricultor
Lenin Alexander Arcos Hernández	939996313	lenin.arcos@hotmail.ec	Emprendedor
María Erazo	986213425	cristianpozo2000@hotmail.com	Emprendedor
Daysi Salome Ipaz Cuaspad	999972673	salomeipaz1999@gmail.com	Emprendedor
Marcia Florinda Auz Castillo	984345705	marcia.auz1284@gmail.com	Emprendedor
Byron Geovanny Peñafiel Mena	987248041	byronpenafiel2000@gmail.com	Líder de opinión
Escobar Sánchez Nicol Abigail	989286614	nicolescobar040@gmail.com	Emprendedor
Luis Alexander Morillo Cucas	969822597	luis.morillocucas@hotmail.com	Agricultor
Jorge Luis Morillo Quespas	990081827	luis.morillocucas@hotmail.com	Agricultor
Edilma Lucia Enríquez Benavides	990321402	lucia.enriquez@gmail.com	Emprendedor/Ganadero
Edilma Valeria Erazo Enríquez	990321402	lucia.enriquez@gmail.com	Emprendedor/Ganadero
Chamorro Arévalo Jaime Rodolfo	989628963	jaimerodolfo24@gmail.com	Foráneo
Mónica Emilia Erazo Enríquez	985656610	tuqerturismocomunitario@gmail.com	Asociación
Pozo Bastidas Luis Alfredo	985145582	pozo.bastidas80@gmail.com	Agricultor
Magdalena Morillo Molina	985145582	pozo.bastidas80@gmail.com	Emprendedor
Carlos Cadena Moreno	983924608	carlos.cadena@upec.edu.ec	Líder de opinión
Ana Julia Usiña	988222616	anajuliausinaautin@gmail.com	Agricultor
María del Carmen Pozo Chicaiza	981851270	maria.pozo@hotmail.com	Agricultor
Mery Guerreo Gabriela Vera	962595557	megabyg.g1997@gmail.com	Foráneo
Wilder Feliberto Copoeran Tocain	993058227	taniacupoeran18@gmail.com	Agricultor
Tania Marlene Copoeran Pozo	985074251	taniacupoeran18@gmail.com	Agricultor
Kevin Joel Pincay Cedeño	939213363	kevinpincay6@gmail.com	Foráneo
María Fernanda Fonte de la Cruz	959088188	fer_fae10@hotmail.com	Foráneo
Glenda Dayana Ponce Imbaquingo	959124424	poncedp06@gmail.com	Foráneo
Narcisa Elizabeth Enríquez Tarapues	967202693	narciza.enriquez@yahoo.es	Líder de opinión



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: NOVOA DE LA CRUZ ROGER XAVIER

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1726105024

NIVEL/PARALELO: NOVENO

PERIODO ACADÉMICO: Nov 2020 - Mar 2021

TEMA DE

INVESTIGACIÓN:

"OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA LA PAZ , CANTON MONTUFAR"

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

PRESIDENTE: MSC. VILLARREAL SALAZAR FERNANDO JAVIER

LECTOR: MSC.SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE

ASESOR: MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

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: jueves, 27 de mayo de 2021

HORA: 08:00 H

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6.10

2) Trabajo escrito 2.70

Nota final de PRE DEFENSA 8.80

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 jueves, 27 de mayo de 2021

FERNANDO JAVIER
VILLARREAL
SALAZAR

Firmado digitalmente por FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR
DN: cn=FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR, o=EC, ou=QUITO, ou=BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, e=FBCE
Motivo: Soy el autor de este documento
Ubicación:
Fecha: 2021-05-27 09:30-05:00

MSC. VILLARREAL SALAZAR FERNANDO JAVIER

PRESIDENTE



Firmado electrónicamente por:
1709123788 FREDDY
RICHARD QUINDE
SARI

MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
LUIS ENRIQUE
SANIPATIN
PONCE

MSC.SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE

LECTOR



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CARVAJAL HUERA VICTOR HUGO

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401405659

NIVEL/PARALELO: NOVENO

PERIODO ACADÉMICO: Nov 2020 - Mar 2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

"OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PARROQUIA LA PAZ , CANTON MONTUFAR"

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

PRESIDENTE: MSC. VILLARREAL SALAZAR FERNANDO JAVIER

LECTOR: MSC.SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE

ASESOR: MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

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: jueves, 27 de mayo de 2021

HORA: 08:00 H

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6.10

2) Trabajo escrito 2.70

Nota final de PRE DEFENSA 8.80

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 **jueves, 27 de mayo de 2021**

FERNANDO JAVIER
VILLARREAL
SALAZAR

Firmado digitalmente por FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR
DN: cn=FERNANDO JAVIER VILLARREAL SALAZAR, c=EC, ou=UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI, o=UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI, email=fernando.villarreal@upes.edu.ec, serial=1709123788, cn=SE
Móvil: Soy el autor de este documento
Serial: 1709123788
Fecha: 2021.05.27 09:29:05.00

MSC. VILLARREAL SALAZAR FERNANDO JAVIER

PRESIDENTE



Firmado electrónicamente por:
1709123788 FREDDY
RICHARD QUINDE
SARI

MSC. QUINDE SARI FREDDY RICHARD

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
LUIS ENRIQUE
SANIPATIN
PONCE

MSC.SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE

LECTOR



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI**

**ABSTRACT- EVALUATION
SHEET**

NAME: Roger Xavier Novoa de la Cruz – Víctor Hugo Carvajal Huera

DATE: 1 de julio de 2021

TOPIC: "Oportunidades de Negocio en la Parroquia la Paz, cantón Montúfar".

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

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 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately <input type="checkbox"/> and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED			
	TOTAL 9			



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Roger Xavier Novoa de la Cruz – Víctor Hugo Carvajal Huera

Fecha de recepción del abstract: 1 de julio de 2021

Fecha de entrega del informe: 1 de julio 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