



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Desarrollo comunitario y marketing social. Caso de estudio: “Comunidad El Quinche, parroquia La Unión, cantón Chordeleg””.

AUTORA: Carmen Lorena Puma Zaruma

TUTOR: Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Septiembre 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Desarrollo comunitario y marketing social. Caso de estudio: “Comunidad El Quinche, parroquia La Unión, cantón Chordeleg”**” presentado por la señorita **Carmen Lorena Puma Zaruma** para optar por el título de Licenciada en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 14 de septiembre del 2022

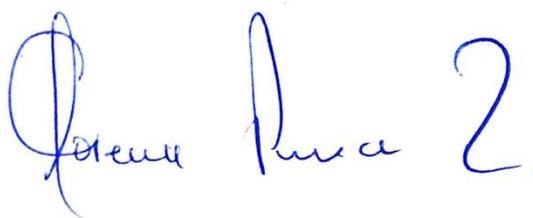
A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'M' followed by 'J.M.S.' and a horizontal line.

Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.

C.I. 1803549219

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Carmen Lorena Puma Zaruma**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carmen Lorena Puma Zaruma'.

Carmen Lorena Puma Zaruma

C.I. 0105945679

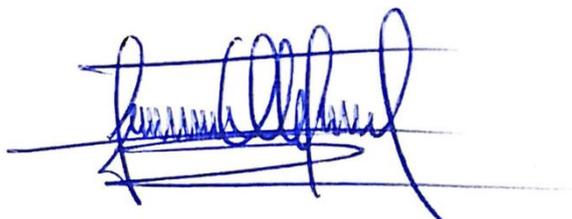
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge Enrique Jordán Vaca', with a large, stylized flourish extending downwards and to the left.

Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

C.I. 1803079761

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge Francisco Abril Flores', with a large, stylized flourish extending downwards and to the right.

Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.

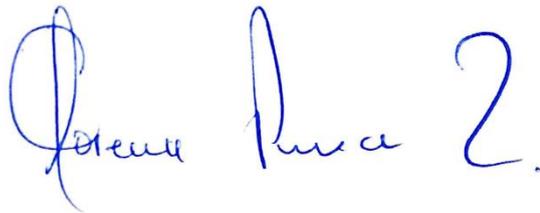
C.I.1803035086

Ambato, 14 de septiembre del 2022

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Carmen Lorena Puma Zaruma

C.I. 0105945679

DEDICATORIA

La fe, esperanza, confianza y esfuerzo siempre darán frutos. Este proyecto de investigación va dedicado primero a Dios por la fortaleza de nunca rendirme.

Dedicado especialmente a mi mamita Esther Zaruma, mi papito Kleber Puma, mi hermano Jonnathan, mi mamita María, mis abuelitos Roger y Christine Schofield, por ser mi soporte e impulso en cada momento de dificultad, y mostrarme siempre el camino hacia la superación, por enseñarme el valor de cada día y que para cumplir un sueño hay que trabajar incansablemente.

Dedico a mis amigos y todas las personas que la ciudad de Ambato me permitió conocer, porque cuando me encontraba sola en un lugar nuevo me brindaron su tiempo y amistad.

Carmen Lorena Puma Zaruma.

AGRADECIMIENTO

Porque sin los demás no somos nada, y como la gratitud es aquel sentimiento que más amor expande quiero dar las gracias a todos quienes formaron parte de este proceso. Gracias a mi mamá Esther Zaruma, mi papá Kleber Puma, mi hermano Jonnathan, mi mamita María, mis abuelitos Roger y Christine Schofield quienes son mi motor, motivación y apoyo en cada paso de mi vida, doy gracias a Dios por permitirme tenerlos conmigo en cada etapa, en cada proceso y en cada momento.

Gracias a los buenos amigos también que la vida me ha regalado, gracias, David por haber sido mi soporte incondicional, Melissa y Mauricio por su gran amistad, Gracias Carlitos B, Lucy, Diego C, y todos aquellos amigos verdaderos que me han regalado una mano amiga en este proceso.

Gracias también a la Universidad Técnica de Ambato, a la Facultad de Ciencias Administrativas y la carrera de Marketing y Gestión de Negocios por darme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente.

Y gracias infinitas a mi tutor el Ing. Marcelo Manche quien me ha guiado con dedicación y responsabilidad en este proyecto de investigación, también quiero agradecer a todos los docentes quienes con esmero, dedicación y voluntad han impartido sus cátedras.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes investigativos.....	1
1.1.1 Justificación	3
1.2 Objetivos	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Problema de investigación	4
1.3.1 Contextualización	4
1.3.2 Planteamiento del problema.....	15
1.3.2 Fundamentación Teórica Científica	16
CAPÍTULO II	38
METODOLOGÍA	38
2.1 Técnicas e instrumentos	38
2.1.1 Enfoque de la investigación	38
2.1.2 Modalidad de la investigación	40
2.1.3 Tipo de investigación	40
2.1.4 Técnica de Investigación.....	42
2.1.5 Operacionalización de las variables	45
2.1.6 Recolección de la información.....	45

2.1.7 Validación del instrumento	46
2.2 Recursos	48
CAPÍTULO III.....	51
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	51
3.1 Análisis y discusión de los resultados	51
3.2. Verificación de hipótesis.....	69
3.3 Descripción de resultados	73
3.3.1 Descripción de la comunidad.....	73
3.3.2 Análisis DAFO.....	79
CAPÍTULO IV	85
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
4.1 Conclusiones	85
4.2 Recomendaciones.....	85
Bibliografía	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proyectos de Desarrollo Comunitario - Región Costa.....	6
Tabla 2. Proyectos de Desarrollo Comunitario - Región Sierra.....	7
Tabla 3. Proyectos de Desarrollo Comunitario - Región Amazonía.....	9
Tabla 4. Proyectos de Desarrollo Comunitario – Región Insular	10
Tabla 5. Proyectos de desarrollo comunitario - Provincia del Azuay.....	11
Tabla 6. Proyectos de desarrollo comunitario en el cantón Chordeleg.....	14
Tabla 7. Modelos de articulación económica.....	26
Tabla 8. Población.....	44
Tabla 9. cálculo del coeficiente de validez de contenido.....	47
Tabla 10. Recursos Humanos.....	48
Tabla 11. Recursos institucionales.....	49
Tabla 12. Recursos materiales.....	49
Tabla 13. Recursos Tecnológicos	50
Tabla 14. Otros recursos	50
Tabla 15. Recursos Totales	50
Tabla 16. Indique su género	51
Tabla 17. ¿En qué rango de edad se encuentra?.....	52
Tabla 18. ¿Cuál es su actividad económica?.....	53
Tabla 19. Califique la frecuencia en que los siguientes problemas aparecen en la comunidad.....	54
Tabla 20. ¿De los problemas anteriormente enunciados indique que hace su comunidad para resolverlos?.....	56
Tabla 21. ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	58
Tabla 22. ¿Cómo califica la calidad de líderes que tiene la comunidad?	59
Tabla 23. ¿Qué tan accesible considera usted que son los siguientes servicios: agua, luz, alcantarillado, ¿internet?	60
Tabla 24. ¿Con que frecuencia le gustaría que se realicen las siguientes actividades en la comunidad?	62
Tabla 25. En comparación a otras comunidades de las cuales usted tenga conocimiento ¿cómo contribuye la comunidad de El Quinche con tiempo, trabajo y aporte monetario	

en los proyectos que se presenten?	64
Tabla 26. ¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?	65
Tabla 27. ¿Qué tan dispuesto estaría usted a participar en campañas sociales que ayuden a mejorar la calidad de vida de sus vecinos de la Comunidad de el Quinche?	66
Tabla 28. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted frecuentemente se informa de cualquier noticia que se genere en la comunidad?.....	67
Tabla 29. Tabla cruzada ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad? *¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado	71
Tabla 30. Pruebas de chi-cuadrado	72
Tabla 31. Clases Agrícolas de la Comunidad El Quinche	74
Tabla 32. Líderes comunitarios de los proyectos de la comunidad El Quinche.	75
Tabla 33. Demografía de la comunidad El Quinche.	75
Tabla 34. Aliados claves y rivales	78
Tabla 35. Análisis DAFO.....	79
Tabla 36. Matriz DAFO - comunidad de El Quinche	80
Tabla 37. Planteamiento de estrategias de marketing social y desarrollo comunitario	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Paradigmas del Marketing Holístico	17
Figura 2. Acciones que intervienen en el marketing social	23
Figura 3. Proceso del análisis del marketing social	24
Figura 4. Balance social: macro dimensiones y dimensiones dictadas por la SEPS..	28
Figura 5. Descripción de la comunidad.	32
Figura 6. Principios de la extensión Rural	36
Figura 7. Herramientas participativas	44
Figura 8. Indique su género.....	51
Figura 9. ¿En qué rango de edad se encuentra?	52
Figura 10. ¿Cuál es su actividad económica?	53
Figura 11. Califique la frecuencia en que los siguientes problemas aparecen en la comunidad.....	55
Figura 12. ¿De los problemas anteriormente enunciados indique que hace su comunidad para resolverlos?.....	57
Figura 13. ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	58
Figura 14. ¿Cómo califica la calidad de líderes que tiene la comunidad?	60
Figura 15. ¿Qué tan accesible considera usted que son los siguientes servicios: agua, luz, alcantarillado, ¿internet?	61
Figura 16. ¿Con que frecuencia le gustaría que se realicen las siguientes actividades en la comunidad?.....	63
Figura 17. En comparación a otras comunidades de las cuales usted tenga conocimiento ¿cómo contribuye la comunidad de El Quinche con tiempo, trabajo y aporte monetario en los proyectos que se presenten?	64
Figura 18. ¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?	65
Figura 19. ¿Qué tan dispuesto estaría usted a participar en campañas sociales que ayuden a mejorar la calidad de vida de sus vecinos de la Comunidad de el Quinche?	66
Figura 20. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted frecuentemente se	

informa de cualquier noticia que se genere en la comunidad?.....	68
Figura 21. Ubicación geográfica de la Comunidad El Quinche.....	73
Figura 22. Problemas de la comunidad de El Quinche	77

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Carta de compromiso GAD Parroquial	93
Anexo 2. Supra ordenación de variables	94
Anexo 3. Subordinación de Variables: marketing social	95
Anexo 4. Subordinación de variables: desarrollo comunitario	95
Anexo 5. Encuesta aplicada	96
Anexo 6. Validación de Experto N. 1.	99
Anexo 7. Validación de experto N. 2	102
Anexo 8. Validación de experto N. 3	104
Anexo 9. Evidencia de encuestas	106
Anexo 10. Evidencia reunión con líderes comunitarios.....	107
Anexo 11. Mapa general de la parroquia La Unión	107

RESUMEN EJECUTIVO

La comunidad El Quinche es uno de los once sectores rurales que pertenecen a la parroquia La Unión del Cantón Chordeleg, esta comunidad cuenta con varios potenciales propicios para promover proyectos de marketing social que serán idóneos para el desarrollo de la comunidad, además que la comunidad tiene predisposición de trabajar en conjunto para mejorar la calidad de vida de sus familias.

De lo mencionado anteriormente la razón de este proyecto de investigación se crea a partir de un estudio de base participativo que delata la carencia de oportunidades sobre todo en los aspectos educativo, económico, social, cultural y ambiental lo cual ha llevado a que los comuneros busquen otras alternativas para mejorar su condición actual.

A partir de la información recopilada y analizada a través del estudio de base participativo se determinó la problemática real que atraviesa la comunidad, y a la vez se realizó la descripción de El Quinche en donde a partir de los datos recopilados se realizó un análisis DAFO, para proponer una matriz de estrategias que permitirán contrarrestar los problemas suscitados en la comunidad.

Con base en la problemática presentada la finalidad de este proyecto de investigación va más allá de fundamentar, diagnosticar y establecer las variables de estudio que corresponde al desarrollo comunitario y marketing social, el real propósito es tener un plan de acción que permita a la comunidad tener una nueva visión y perspectiva mediante el trabajo y la integración comunitaria.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, DESARROLLO COMUNITARIO, MARKETING SOCIAL, PROYECTOS COMUNITARIOS, DESARROLLO SOCIAL.

ABSTRACT

El Quinche community is one of the eleven rural sectors that belong to the parish of La Unión from Chordeleg Town. This community has several potentials that are conducive to promoting social marketing projects that will be suitable for the development of the community, in addition to the fact that the community has predisposition to work together to improve the quality of life of their families.

From the aforementioned, the reason for this research project is created from a participatory base study that reveals the lack of opportunities, especially in the educational, economic, social, cultural and environmental aspects, which has led the community members to seek other alternatives to improve your current condition.

From the information compiled and analyzed through the participatory base study, the real problem that the community is going through was determined, and at the same time the description of El Quinche was made where, based on the data collected, a SWOT analysis was carried out, to propose a matrix of strategies that will counteract the problems raised in the community.

Based on the problems presented, the purpose of this research project goes beyond justifying, diagnosing and establishing the study variables that correspond to community development and social marketing, the real purpose is to have an action plan that allows the community to have a new vision and perspective through work and community integration.

KEY WORDS: RESEARCH, COMMUNITY DEVELOPMENT, SOCIAL MARKETING, COMMUNITY PROJECTS, SOCIAL DEVELOPMENT.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

La información para el presente trabajo se fundamenta en antecedentes provenientes de diversos proyectos de investigación, artículos científicos, revistas académicas y otras fuentes bibliográficas de índole nacional e internacional relacionados con el desarrollo comunitario y el marketing social. Esta investigación busca crear soluciones ante la deficiente información que existe en la Comunidad de El Quinche para generar un plan de desarrollo comunitario sostenible que beneficie la economía de los locales.

Del artículo publicado por Barragán & Ayaviri (2017) cuyo tema es “Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador” cuyo objetivo preside en el análisis entre la “innovación, emprendimiento y el desarrollo local”, indican que el método que usualmente se utiliza para recopilar información en el desarrollo comunitario es el método cualitativo cuyas herramientas son las entrevistas y observación de campo para el estudio antes mencionado.

Los datos recopilados ayudaron a crear un modelo de regresión simple el cual demuestra que existe un gran desarrollo local gracias al emprendimiento y la organización comunitaria, por lo que concluyeron que Salinas de Guaranda ha desarrollado su economía a partir del emprendimiento en sus diversos productos, de este modo generó fuentes de empleo para sus habitantes los cuales tienen mejor condiciones y calidad de vida con ingresos propios de sus actividades.

Por lo que los autores concluyeron que el proyecto de Salinas de Guaranda a través del tiempo se ha convertido en referencia de desarrollo comunitario el cual ha demostrado que mediante la unión, organización, trabajo colaborativo y planificación es capaz de mejorar las condiciones de vida de los beneficiarios del proyecto, este modelo puede aplicarse a otras comunidades que aún no tienen dirección técnica, pero poseen gran capacidad para organizarse.

Por otro lado, Núñez Jaramillo (2018), en su proyecto de investigación denominado “Gestión de la Comunicación para el Desarrollo Comunitario Diagnóstico de la parroquia Puenbo entre los años 2014 al 2017”, concluyeron que la exclusión de las comunidades rurales en la planificación de desarrollo local que realizan las autoridades, genera insatisfacción y freno al desarrollo de la comunidades rurales pequeñas, debido a la exclusión se pierde el sentido de participación lo cual afecta en la toma de decisiones que podría ser de gran aporte a la “fragmentación ideológica y socioeconómica” en donde como consecuencia se produce la inequidad y desvanece los intentos de los líderes comunitarios por rescatar el potencial comunitario.

Para complementar la siguiente variable que corresponde al marketing social cuando de mecanismos de marketing social se trata es ameno tomar el estudio de Franco Rincón & Sabogal Moreno (2021), en donde se plantearon estrategias que fortalezcan la ayuda que ofrece la fundación San Cipriano la cual brinda atención a familias vulnerables que se encuentran en estado de drogadicción, han perdido sus bienes, agricultores y personas en general que necesitan mejorar o cambiar su calidad de vida. Los investigadores concluyeron que contar con un plan estructurado de marketing social y plantear estrategias concretas son beneficiosas porque ayudan a la promoción de actividades sociales que ayudan a tener un panorama más amplio para continuar con la labor de ayuda social.

El marketing social está completamente relacionado con la responsabilidad corporativa por lo que tomado de Justiniano Moreno (2020) de su proyecto “Marketing social y responsabilidad corporativa” concluyó que “un aporte social extraordinario supone un esfuerzo personal más allá de normas obligatorias”, es decir que el trabajo social es algo que viene de cada persona o de cada organización que se vuelve responsable con la sociedad más no por obligación, puesto que las empresas privadas no están en la obligación de ser un agente primario de marketing social sin embargo cuando se realizan acciones sociales el alcance y las alternativas con mucho más amplias y la acogida es aún mayor porque las campañas suelen ser efectivas.

1.1.1 Justificación

La Comunidad de El Quinche perteneciente a la Parroquia La Unión la cual es una de las cuatro parroquias rurales del cantón Chordeleg, mediante el estudio de las herramientas del marketing social y el desarrollo comunitario a través del marketing social interno que promueve el GAD Parroquial de la Unión busca desarrollar y cambiar aspectos culturales, sociales y económicos en la comunidad de el Quinche en conjunto con autoridades locales, líderes comunitarios, sociales y representantes de diversos grupos de personas que buscan mejorar la calidad de vida de los comuneros, este estudio es significativo debió a que aportará con estrategias que promuevan un sistema de trabajo comunitario, que permita ser más productivos, además de que los habitantes sean personas con actitudes y exploten sus habilidades adquiridas.

Hasta la actualidad, la comunidad no cuenta con un diseño técnico para que los habitantes puedan producir, comercializar y administrar sus productos y recursos de forma ordenada y sustentable, este es el punto de partida del problema principal que define el contexto de la originalidad del tema seleccionado. Por otro lado, los beneficiarios directos son los habitantes de la comunidad de El Quinche, en donde uno de los inconvenientes que se suscitan es el bajo precio que los intermediarios pagan por la producción de las comunidades lo cual provocó el aumento de la migración hacia otros países y los oficios propios de las comunidades desaparezcan con el tiempo, por lo que quienes se quedan buscan empleos y desisten de sus emprendimientos. Además, que la comunidad cuenta con otros proyectos propios como lo son la red de agua potable, alcantarillado y cementerio que son financiados por la comunidad misma en conjunto con el apoyo de los líderes comunitarios y los migrantes lo cual revela que la comunidad no siempre espera del apoyo de los entes gubernamentales, sino que se empuja al desarrollo por sí misma.

Actualmente el GAD parroquial con su presidente Lic. Carlos Jara busca impulsar la producción total de la comunidad, estas son: agrícola, calzado, paja toquilla e impulso turístico. Sin embargo, la comunidad aún no cuenta con el apoyo necesario para la ejecución de los proyectos pendientes por lo que el impacto de la investigación sustentará de forma técnica en conjunto con las autoridades las estrategias del marketing social y desarrollo comunitario. La novedad del presente estudio radica en

la facultad de crear economía solidaria mediante un modelo asociativo, el estudio es conveniente debido a que no existe un modelo contundente que promueva las actividades económicas en el sector.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Analizar el marketing social y el desarrollo comunitario en la Comunidad de El Quinche de la Parroquia La Unión del Cantón Chordeleg.

1.2.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente las variables que conforman el marketing social y el desarrollo comunitario
- Diagnosticar la situación social de la comunidad de El Quinche mediante el estudio de base participativo
- Establecer la relación que existe entre el marketing social y el desarrollo comunitario.

1.3 Problema de investigación

1.3.1 Contextualización

Macro contextualización

El desarrollo comunitario en el Ecuador tiene un objetivo principal que es la sostenibilidad y actividad de las comunidades en donde se prioriza la justicia social, el respeto y apoyo mutuo. El pueblo rural, indígena y afroecuatoriano ha sobrevivido durante décadas sin planificación y políticas de apoyo, razón por la cual el Banco Mundial y la institución FIDA (institución financiera internacional de la ONU) diseñaron un proyecto de políticas de apoyo a este sector en el año de 1997, con un costo total del proyecto de \$50.00 millones de dólares cuyo líder encargado fue David Tuchsneider, con el propósito de que las comunidades antes mencionadas puedan identificar sus fortalezas, y a partir de ello, diseñar y ejecutar sus proyectos de desarrollo comunitario (The World Bank).

Los ejes fundamentales del proyecto mencionado anteriormente son: fortalecimiento institucional, regularización de los derechos sobre la tierra y el agua, fortalecimiento de las inversiones rurales, fortalecimiento de políticas de desarrollo por parte del gobierno en donde los resultados fueron favorables porque se sentaron las bases hacia el desarrollo participativo de todas las comunidades rurales del Ecuador, por otro lado aquellas comunidades que ya estaban organizadas pudieron consolidarse con líderes comunitarios dispuestos a trabajar por su comunidad, con el apoyo de las instituciones también brindaron capacitación profesional lo cual ayudó a crear microempresas, en cuestiones del uso de la tierra con lo cual se consiguió el ordenamiento territorial.

Tabla 1. Proyectos de Desarrollo Comunitario - Región Costa

Provincia	Localización	Nombre del Proyecto	Periodo de Ejecución	Encargado	Descripción
Esmeraldas	Eloy Alfaro y San Lorenzo	Sistemas productivos agrosilvopastoriles	Agosto 2002 / diciembre 2003.	COMAFORS	Manejo integral y sustentable de la producción agroforestal en el bosque húmedo tropical
Manabí	Manabí	Comunidades Resilientes en Manabí	Febrero 2019 / febrero del 2022	Grupo Faro	Reactivación económica y reconstrucción de Manabí con la priorización de la participación ciudadanía.
Los Ríos	Palenque, Vinces y Babahoyo	Dinamización de la integración social, productiva y económica	Año 2019 – duración 12 meses	Huaquipura	Generar desarrollo autosustentable, organización y participación comunitaria. Capacitaciones para la producción de banano, café, arroz y cacao.
Santa Elena	Santa Elena	Desarrollo socioambiental	Diciembre 2008 / diciembre 2010	Solidaridad Internacional (S.I.)	Mejora del rendimiento productivo de la caña guadua, proceso de transformación y comercialización de productos elaborados a través de la caña guadua.
Guayas	Cerrito de los Morreños	Gestión de Turismo comunitario	Julio / Diciembre del 2012	Universidad ECOTEC	Estudio y análisis de las oportunidades de turismo comunitario.
Santo Domingo de los Tsachilas	Santo Domingo	Chilachi'to emprendedora	Mayo / Diciembre del 2017	GAD Municipal Santo Domingo	Dirigido al área rural y urbana de Santo Domingo, el proyecto capacitó en áreas artesanales y técnicas con talleres que permitan fortalecer y potenciar conocimientos y habilidades.
El Oro	Santa Rosa	Servicios de Atención y Desarrollo Integral para Personas con Discapacidad	Marzo 2017 / Actualidad	PRIDEC	Brindan atención médica, psicológica y de ayuda social en general a personas de escasos recursos que tienen algún grado de discapacidad.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Puma, C (2022)

Tabla 2. Proyectos de Desarrollo Comunitario - Región Sierra

Provincia	Localización	Nombre del Proyecto	Periodo de Ejecución	Encargado	Descripción
Azuay	Sector Rural del Azuay	Proyecto de competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible	Octubre de 2012	MAGAP / CADERS	Fortalecimiento de la producción con la implementación de centros de acopio, secado y almacenamiento de la producción de maíz, leche y otros productos agrícolas
Bolívar	Salinas de Guaranda	Unión de Organizaciones de Salinas con sus siglas Unorsal	1970 / 1982	Cooperación técnica Suiza con el asesor José Dubach	Producción, comercialización de quesos en las comunidades rurales con la creación de la primera tienda en la ciudad de Quito denominada “El Salinerito”
Cañar	Londón	Mejoramiento del sistema de riego comunitario de la Cooperativa Quilloac y Lodón	Abril del 2009	FIEDS	Incrementar la producción agropecuaria con un sistema de almacenamiento y conducción de agua de riego, además de capacitaciones en la práctica sustentable agroforestal.
Carchi	Montufar	Emprendimiento Financiero	Febrero – marzo del 2017	Federación de Asociaciones Comunitarias del Carchi (FEDACC)	Proyecto dirigido a los niños de las comunidades de Montufar con la capacitación en la crianza de pollos, además se promueve un plan de ahorro para los niños.
Cotopaxi	Latacunga	Guardianes de mi barrio	Enero – febrero del 2020	Embajadores Sociales de Latacunga	Capacitar en temas de seguridad, primeros auxilios a al menos un representante de cada barrio de Latacunga.
Chimborazo	Chimborazo	Corporación para el Desarrollo de Turismo	Año de establecimiento: 2006	CORDTUCH	La organización se encarga de buscar las mejores alternativas para promocionar y promover el turismo

		Comunitario de Chimborazo			en las comunidades rurales de la provincia del Chimborazo
Imbabura	Otavaló	Proyecto UrkuÑan	Mayo – junio del 2022	Federación Indígena y Campesina de Imbabura	El proyecto busca la gestión de páramos para la protección de los ecosistemas propios de la región para cuidar y asegurar la provisión del agua y sus usos.
Loja	Pindal, Alamar y Catacocha	Proyecto de Desarrollo Rural Integrado Sur de Loja	Diciembre 1992	IOE / IFAD	Incrementar la producción y productividad agropecuaria, así como la ocupación de la mano de obra e implementación de políticas de desarrollo rural.
Pichincha	Mancomunidad del Chocó Andino	Desafíos socioambientales en la Mancomunidad y Reserva de Biósfera del Chocó Andino	Julio – diciembre del 2018	Fundación Imaymana y Global Greengrants Fund	Trabajo con niños, jóvenes y adultos con campañas de concientización y educación ambiental de la reserva de biosfera
Tungurahua	Chuquibantza - Pilahuin	Ecoturismo Comunitario	Febrero del 2017	Gobierno Provincial de Tungurahua	Gestión de recursos obtenidos del concurso nacional Premio verde por su destacada actividad de conservación de paramos con lo cual se crearon centros de alojamiento y capacitación en atención al cliente y dirección del proyecto ecoturístico.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Puma, C (2022)

Tabla 3. Proyectos de Desarrollo Comunitario - Región Amazonía

Provincia	Localización	Nombre del Proyecto	Periodo de Ejecución	Encargado	Descripción
Morona Santiago	Limón – Indanza: comunidades Warints y Yawi	Warintza	16 de marzo del 2022	Proyecto minero Warintza	Este es un proyecto de Compensación y responsabilidad social por las prácticas de extracción minera en la zona, el proyecto minero creó lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Baterías sanitarias ▪ Dispensarios médicos ▪ Aulas escolares ▪ Casa de la mujer
Napo	Comunidad Kichwa Añangu	Napo Cultural Center	Verano del 2020	CAAPORARQ	Construcción de un lodge central y glamping en el Río Tiputini, los fondos que se recauden del proyecto agroturístico servirán para reforestar y conservar el Yasuní.
Orellana	Orellana	Rescate de la Canela Amazónica o Ishpingo	Enero del 2017	Bertha Ponce Proyecto ganador del concurso GSEA (Global Student Entrepreneur Awards)	El proyecto busca rescatar la planta de Ishpingo la cual se encuentra en peligro de extinción a través del método de forestería análoga, la planta es capaz de transformar ecosistemas en un bosque natural como guía para crear un paisaje más llamativo y al mismo tiempo crear una sociedad económicamente productiva.
Pastaza	Puyo	Misereor	Febrero 2019	Fundación de la Iglesia Alemana: Adveniat Mujeres Uruwarmi	Impulso en plantación de árboles maderables, así como la protección de 5 hectáreas de bosque en peligro, capacitación en los cultivos de cacao, guanábana, café, frutos cítricos, pitajaya y algunas plantas medicinales propias de la región.
Sucumbíos	Lago Agrio - Cuyabeno	Turismo comunitario, artesanía y diversificación agrícola productiva	2011	Comité Europeo para la Formación y la Agricultura (CEFA).	Mejoramiento de la oferta turística de la comunidad indígena con la infraestructura del Centro turístico comunitario para servicios tales

					como: alojamiento, alimentación y actividades recreativas turísticas. Capacitación en temas de producción agrícola y artesanal. Inclusión de mujeres a actividades comerciales y de producción
Zamora Chinchipe	Comunidad Napurak	Proyecto arquitectónico ecoturístico enfocado al desarrollo comunitario	2015	Santiago León UTPL	Rescatar los valores y costumbres propias de la comunidad shuar Napurak con un diseño arquitectónico participativo con un centro comunitario que se adapte a las necesidades de la comunidad.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Puma, C (2022)

Tabla 4. Proyectos de Desarrollo Comunitario – Región Insular

Región	Localización	Nombre del Proyecto	Periodo de Ejecución	Encargado	Descripción
Insular / Galápagos	Floreana	Centro comunitario florena (CECFLO)	2010	Habitantes de la comunidad Floreana	Creación de una cooperativa financiera con el propósito de repartir réditos económicos obtenidos de las actividades económicas, además de brindar asesoramiento en temas turísticos para mejorar el modelo turístico de la zona

Fuente: Investigación

Elaborado por: Puma, C (2022)

Meso contextualización

En este proyecto en la meso contextualización se ha tomado como referencia los proyectos comunitarios y de marketing social que se han realizado y se realizan en la provincia del Azuay y de sus 15 cantones, los cuales se detallan en la Tabla 5:

Tabla 5. Proyectos de desarrollo comunitario - Provincia del Azuay

Cantón	Nombre del proyecto	Año	Encargado	Descripción
Camilo Ponce Enríquez: Zhumiral	Proyecto de riego	2015	Prefectura del Azuay	Construcción de un sistema de riego a partir de la captación de agua desde el Río Iñan, el proyecto se construyó en hormigón. Este proyecto beneficia directamente a los productores de cacao
Chordeleg	Proyecto turístico comunitario Bosque Protector Collay	2018	GAD Municipal Chordeleg	Recaudar fondos que permitan financiar campañas de sensibilización y cuidado del bosque protegido Collay, además de impulsar el Turismo ecológico.
Cuenca: Sinincay	Cuenca emprende	2017	Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico EDEC EP Asociación Rafalex Fundación El Barranco	Inclusión de nuevos grupos de emprendedores con la capacitación de técnica de envasado al vacío, elaboración de vinos y condimentos, se implementó un modelo de negocio basado en la comunicación asertiva.
El Pan	Agroecología	2019	GAD Parroquial de San Vicente	Impulsar la agroecología en la zona y a la vez ofrecer los productos cultivados para recuperar los alimentos y platos tradicionales.

Girón	Formación de Líderes comunitarios.	2021	Secretaría de desarrollo social	Capacitación en temas relacionados a: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Salud ▪ Seguridad ▪ Medio Ambiente ▪ Convivencia comunitaria
Guachapala	Prendas de vestir tejidas a mano.	2018	Mega Infocentro Guachapala	Curso de tejido para las mujeres guachapalences como alternativa de ingresos económicos.
Gualaceo	Mini Hidroeléctrica Gualaceo	2014	Elecaastro	El proyecto provee de energía eléctrica al cantón Gualaceo con el uso de la energía renovable. Este proyecto produce 7Gwh de energía limpia.
Nabón	Red Nabón	2013	Secretaría Nacional de Telecomunicaciones de Ecuador Gad Municipal de Nabón	Brindar servicio de internet en 40 escuelas de Nabón que ayuden a mejorar la educación y el acceso a la información.
Oña	Restauración de Bienes Patrimoniales	2021	Gad Municipal de Oña Universidad de Cuenca	Restaurar la “Casa Vallejo”, el cual se convertirá en sitio de acogida para adultos mayores en estado de abandono o que requieran atención prioritaria.
Paute	Mujeres emprendedoras	2022	MIES IEPS	Uso de la granja de producción agropecuaria en donde 120 mujeres se dedican a la crianza de animales menor y el cultivo de hortalizas.
Pucará	Diversificación de lácteos	2020	Ministerio de agricultura y ganadería	Incremento de la producción de leche e infraestructura para la

				diversificación de lácteos: elaboración, distribución y comercialización de quesos.
San Fernando	Busa, encanto natural que inspira	2019	GAD municipal San Fernando	Rescate de la laguna de Busa, abrir senderos que permitan desarrollar ecoturismo.
Santa Isabel	Complejo Turístico	2022	Sindicato de Choferes Profesionales del Azuay	Dinamizar la economía del cantón con un complejo turístico que consta de piscinas, área de entretenimiento y restaurante.
Sevilla de Oro	Transporte escolar	2018-2020	CELEC	Al ser este cantón el cantón energético del Ecuador, CELEC crea el proyecto forma parte de la responsabilidad empresarial de la empresa, que presta servicio de transporte escolar a las parroquias Amaluza y Chalacay
Sigsig: parroquia Jima	Sigsig cantón saludable	2018	GAD Municipal del Sigsig Universidad Católica de Cuenca	El proyecto es un centro gerontológico que presta servicios en el área de psicología, fisioterapia, nutrición y visitas domiciliarias para constatar el estado de salud de los adultos mayores.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Puma (2022)

Micro contextualización

Chordeleg es un cantón ubicado a una hora desde la ciudad de Cuenca, cuya fecha de cantonización es el 15 de abril de 1992, este cantón es conocido por su dedicación en su mayoría a las actividades artesanales en especial la elaboración de joyas en oro y plata; actividad conocida como orfebrería, también se realizan actividades de alfarería

que se refiere a la elaboración de ollas y artículos de barro, paja toquilla con la elaboración de sombreros y artículos de decoración, y la elaboración de calzado, gracias a las actividades artesanales y turísticas del cantón este ha sido integrado a la Red de Ciudades creativas de la UNESCO, además también ha sido declarado como uno de los Nuevos Pueblos Mágicos del Ecuador. En la micro contextualización se ha tomado la referencia de los proyectos sociales y de desarrollo comunitario en el cantón Chordeleg y sus cuatro parroquias rurales, las cuales se puede apreciar en la Tabla 6.

Tabla 6. Proyectos de desarrollo comunitario en el cantón Chordeleg

Parroquia	Nombre del proyecto	Año	Encargado	Descripción
Chordeleg	Postulación de la Red de Ciudades Creativas	2017	GAD Municipal Chordeleg	Mantener la memoria colectiva histórica Posicionar la creatividad cultural Crear alianzas entre industrias artesanales y culturales
Delegsol	Mejoramiento de la producción agropecuaria mediante la elaboración de bio insumos orgánicos y campañas de desparasitación y vitaminización en ganado	2020	MAG GAD parroquial Delegsol	Capacitación en manejo integral de fincas Elaboración de abonos sólidos Colocación de vitaminas y desparasitantes en el sector ganadero.
Principal	Asociación artesanal: Paraíso de Principal	2014	MAGAP GAD parroquial de Principal	Producción de mermelada y pulpa de frutas
Puzhio	Asociación de tejedoras de San Martín de Puzhio	2005	Mujeres toquilleras de Puzhio	Combatir la migración Obtener maquinaria para el remate del sombrero Comercialización del sombrero.
La Unión	Asociación de Mujeres Desarrollo Comunitario	2019	GAD parroquial La Unión	Mejorar la economía Parroquial Fomentar la crianza de animales menores Fomentar la agricultura.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Puma (2022)

La comunidad de El Quinche de la parroquia La Unión tiene una extensión territorial de 14.1km^2 , la fecha de parroquialización es el 27 de julio de 1994, actualmente se ha recibido el gran apoyo por parte de las autoridades parroquiales en la ejecución de varios proyectos que involucran la agro producción, gastronomía, atención al adulto mayor, enfoque en la salud y educación lo cual ha contribuido al desarrollo no solo de la comunidad de El Quinche sino a todas las comunidades y sectores que pertenecen a la parroquia, con un enfoque social muy amplio para que los sectores vulnerables tengan una mejor calidad de vida.

1.3.2 Planteamiento del problema

Las comunidades rurales, indígenas y afrodescendientes del Ecuador durante mucho tiempo atrás resistieron la exclusión de diferentes grupos de interés, además del regionalismo, segregación e incluso racismo que se ejercía, por parte no solo de habitantes de la gente de las ciudades o del “pueblo” como se mencionaba años atrás, sino también por las autoridades que poco o nada hacían por el desarrollo de las comunidades. Si bien la indiferencia de las personas y autoridades en ayudar al pueblo rural que carece de oportunidades sobre todo en el ámbito educativo y económico ha llevado a que los comuneros busquen otras alternativas para mejorar su calidad de vida.

En la Comunidad de El Quinche el debilitado desarrollo comunitario constituye una sucesión de problemas serios, primero ante la falta de oportunidades de desarrollo económico, los habitantes se han visto en la obligación de migrar masivamente hacia países como Estados Unidos y España, lo cual constituye otro grave problema porque el núcleo familiar se destruye, los niños crecen solamente con sus abuelos o madre, que en muchos casos no reciben la adecuada atención y ejemplo de seres humanos responsables con la sociedad y el medio ambiente, razón por la cual muchos de aquellos niños abandonados se convierten en adultos retraídos y sin aspiración a trabajar por la comunidad sino solo velan por el bienestar propio.

En segundo lugar el apoyo limitado por parte del estado a la comunidad genera baja motivación en los habitantes de esta, para participar en proyectos que la comunidad

necesita para subsistir, sin embargo años atrás hasta el año 2.000 según cuentan quienes hoy pertenecen a la tercera edad, la comunidad trabajaba en conjunto para obtener sus propios servicios básicos, de ahí que se obtuvo la vía de acceso a la comunidad, el agua potable y la electricidad, de aquella generación quedaron aquellas personas quienes en la actualidad rondan cerca de los 40 a 50 años quienes también tienen aún la capacidad colaborativa quienes trabajaron por el proyecto de alcantarillado, el camposanto y aún siguen trabajando por continuar con el servicio de agua potable.

Otro de los problemas que se suscitan en la comunidad es el desconocimiento del potencial comunitario como: mano de obra en el sector del calzado, tejido de paja toquilla y alfarería, capacidad organizativa, gastronomía, conocimientos ancestrales y culturales, también los sitios turísticos que aún no han sido explotados, se han planteado ya proyectos que involucran realizar actividades de promoción turística de los sectores “Condor Caca” con una tarabita y un mirador en “Tabar”, sin embargo estos proyecto no se han ejecutado por la falta de apoyo gubernamental para potenciarlos, en consecuencia se tiene nula promoción a que las personas se interesen en conocer la comunidad de El Quinche.

Por último, ante los sucesos mencionados anteriormente, no se han implementado estrategias de marketing social que corrija las fallas en educación, economía, ambiente y emprendimientos los cuales por miedo a las actitudes de propios miembros de la comunidad no han sido ejecutados o no han crecido para dar oportunidades de trabajo. Otra de las fallas que se puede acotar es la inexistente capacitación en los campos de zapatería y tejido de paja toquilla que da como resultado que se sigan utilizando procesos inadecuados que generan desperdicio en la producción de calzado y sombreros.

1.3.2 Fundamentación Teórica Científica

Teoría General del Marketing Social

Marketing Holístico

El marketing en general se ajusta a las necesidades del cliente en un mercado objetivo o definido mediante actividades que sean beneficiosas para los clientes. Desde este punto el enfoque del marketing es netamente hacia el cliente, por otro lado, desde el enfoque del marketing holístico este se considera como “el desarrollo, el diseño y la aplicación de programas, procesos y actividades de marketing reconociendo el alcance y la interdependencia de sus efectos” (Blanco González, Prado Román, & Mercado Idoeta, 2016).

Por lo tanto, el marketing holístico se entiende como la importancia del todo, todo aquel esfuerzo que brinda importancia al consumidor. El marketing holístico está conformado por cuatro componentes que son: marketing integrado, interno, relacional y social (Escudero Aragón, 2021); componentes que han sido considerados en el presente proyecto de investigación, por otro lado París (2017) considera que los componentes del marketing holístico han evolucionado para crear un nuevo paradigma como se puede apreciar en la Figura 1.

Figura 1. Paradigmas del Marketing Holístico



Fuente: (París, 2017)
Adaptado por: Puma (2022)

De este modo se puede decir que para el marketing holístico todo importa porque cada perspectiva como la que se observa en la figura anterior que menciona que construye la base del marketing que recurre a los saberes de las distintas ciencias para lograr sus objetivos.

Marketing integrado

El marketing integrado por otro lado “incluye las estrategias de marketing que tienen por objeto idear actividades y encajar los distintos programas que tendrán por objeto la creación, comunicación y generación de valor para los clientes de una empresa” (Blanco González, Prado Román, & Mercado Idoeta, 2016). El marketing integrado por lo tanto sintetiza las conocidas cuatro P del marketing tradicional que se caracteriza por dos aspectos clave que son:

- Creación y comunicación de valor
- Maximizar los efectos de la creación y comunicación de valor.

El tiempo de ejecución de todas las actividades y estrategias que se apliquen a través de las herramientas del marketing deben estar dentro de un tiempo programado este tiempo puede ser a corto o largo plazo, en el marketing integrado los dos tiempos tienen distintas actividades que se explican a continuación:

- Corto plazo: fijación de precios, mecanismos de ventas, estrategias de comunicación
- Largo plazo: ampliación o reducción de líneas de productos, crecimiento empresarial, nuevas redes de contacto.

Marketing interno

Se sabe que los clientes son el centro de toda empresa y que todos los esfuerzos van enfocados hacia ellos, para satisfacer las necesidades de estos y a su vez conseguir fidelización, por lo tanto, el marketing interno se enfoca en crear estrategias en conjunto para lograr los objetivos mencionados. El término marketing interno se conceptualiza a continuación:

El marketing interno se basa en la consideración de que la adecuada implantación de actividades de marketing externas a la compañía, como puede ser una estrategia de comunicación, dependerá de la misma adecuación en la definición de las actividades internas de la compañía como la elección del personal de esta. De este modo, el marketing interno consiste en garantizar que todos los miembros de la empresa adopten principios de marketing adecuados, es decir, que se preocupen por el consumidor. Para ello, será necesario definir una política que permita la adecuada contratación, formación y motivación del personal de la compañía, con el fin de atender adecuadamente los intereses de los clientes (Blanco González, Prado Román, & Mercado Idoeta, 2016).

El marketing interno por consiguiente posee dos niveles que aseguran que los esfuerzos del marketing sean beneficiosos para el cliente y que cumplan con el propósito de satisfacer sus necesidades, estos dos niveles se describen a continuación:

- Funciones de marketing: Atención al cliente, ventas, promoción y publicidad
- Departamentos de la empresa: Coordinación y comunicación efectiva entre los diferentes departamentos que conforman la empresa.

Si bien estos conceptos se enfocan en empresas que tienen productos, los tipos de marketing conceptualizados en el presente proyecto de investigación

Marketing social

El marketing social tiene como objetivo “cambiar la forma de pensar, las percepciones, [los hábitos de consumo, generar nuevos comportamientos y actitudes con el fin de que todos vivamos mejor” (Santos Rojo, Pagán Castaño, & Pagán Castaño, 2021). De lo mencionado anteriormente se acota entonces que el marketing social empieza por identificar un problema social presente en un segmento objetivo al cual se encaminarán los esfuerzos para cambiar el comportamiento de los individuos para obtener mejores resultados y de este modo conseguir el desarrollo de los individuos.

Justiniano Moreno (2020) quien cita a Rothschild quien menciona que el marketing social más allá de una herramienta es un proceso en el cual se incluyen principios, valores y técnicas del marketing general cuyo propósito es “crear, comunicar y entregar valor” a la sociedad con el fin de cambiar comportamientos que afectan

negativamente a la sociedad en temas de interés general como salud, educación, medio ambiente, seguridad y asuntos comunitarios. Como menciona el autor el marketing social entonces se puede asociar para ayudar a las comunidades a resolver sus problemas mediante campañas que pueden promover el desarrollo comunitario.

Para que un proyecto de marketing social es necesario el compromiso total de todas las partes, sin embargo, en algunas ocasiones la falta de recursos reduce la posibilidad de ejecutar proyectos sociales que ayuden al desarrollo de las localidades por lo que es necesario acudir a otras fuentes en este caso el sector privado en donde se puede abordar un concepto que se muestra a continuación:

El sector privado, en varias ocasiones, ha contribuido al crecimiento y desarrollo de las localidades en las que se han establecido las empresas, ya que contribuyen de manera importante en la generación de empleo, en la mejora sanitaria, en los servicios y en la viabilidad de los espacios físicos en los que se instalan. Contribuye en diversos programas de capacitación con el sector gubernamental y con sus donaciones participa de manera conjunta con las organizaciones de la sociedad civil o con las organizaciones no gubernamentales (Pérez Romero, 2004, pág. 69).

Parte de la responsabilidad social empresarial es devolver a la sociedad aquello que brinda como parte del crecimiento de las empresas, razón por la cual empresas consientes y comprometidas con la sociedad crean campañas que ayuden al desarrollo social y colectivo.

Ventajas

El marketing social al buscar el bienestar social tiene varias ventajas de las cuales los beneficios en mayor parte son para el mercado en el cual se centra organización. A continuación, se acotan varias ventajas del uso de esta rama del marketing para las organizaciones y la sociedad.

- Busca cambiar un problema social; por lo que la sociedad tiende a cambiar positivamente.

- La imagen corporativa de una empresa se eleva, al realizar buenas acciones las personas confían, y difunden la imagen de la marca.
- Las empresas entienden cuan empáticos deben ser con sus clientes, por lo que el vínculo empresa-cliente se fortalece.
- El nivel de ventas podría elevarse, puesto que el marketing social incide en las emociones de las personas, por lo que persuade a las personas a adquirir los productos como símbolo de agradecimiento.

Características

El marketing social está compuesto por diversas características; la primera indica la influencia que tiene en el comportamiento del consumidor no con estrategias invasivas sino más bien con conciencias social, la siguiente categoría se basa en que al elaborar una campaña basada en marketing social la idea se basa en no generar lucro, puesto que son campañas basadas en mejorar o cambiar un problema social.

La siguiente característica se basa en satisfacer necesidades, el marketing social puede actuar de forma inmediata a corto plazo, o después a largo plazo, en si el marketing social como una categoría adicional concierne en crear conciencia y sensibilizar a los consumidores.

Objetivos del marketing social

La concepción de una sociedad justa y equitativa conlleva un trabajo arduo y extenso que requiere el esfuerzo y ganas de trabajar de las partes interesadas, el marketing social no es un concepto nuevo, pero si ha evolucionado con el traspaso del tiempo, los propósitos del marketing social pueden ser varios y se clasifican de la siguiente forma:

- Informativo: campañas educativas de concientización en temas de importancia social tales como: salud, higiene, medio ambiente, nutrición, entre otras.
- Acciones de beneficiosas: se trata de convocar voluntarios en un determinado periodo para ayudar a la sociedad como por ejemplo donación de alimentos, juguetes, campañas visuales, dentales, entre otras.

- Cambio de comportamientos: se busca cambiar comportamientos nocivos en las personas que generan graves problemas sociales como: alcoholismo, drogadicción, obesidad, etc.
- Establecer valores en la sociedad: modificar las creencias arraigadas equivocadas heredadas a lo largo del tiempo como, por ejemplo: educación financiera, costumbres ancestrales que perjudiquen al individuo, planificación familiar, entre otras.

Tipos de marketing social

Marketing social interno

Alonso (2000) menciona que este tipo de marketing social tiene un enfoque en el desarrollo y cambio cultural dentro de un sitio específico con los propios miembros de la comunidad, es decir hace partícipes a todos; desde los encargados de los proyectos sociales hasta los beneficiarios del proyecto en donde la comunicación debe ser prioridad por lo que es necesario realizar una gestión de comunicación de masas para que todos formen parte del cambio que se requiera.

Marketing social externo

Este tipo de marketing social también busca el cambio de valores a través de campañas socioculturales cuya técnica propaga la acción que se vaya a realizar de este modo el objetivo del marketing social externo es “dar a conocer los valores y actitudes que deben primar en la sociedad, creando flujos de opinión en torno a esta forma de pensar, sentir y actuar” (Alonso Vázquez, 2000).

El marketing social externo para cumplir efectivamente sus tareas informativas y persuasivas en masa es necesario que exista el compromiso de las partes, la siguiente figura indica las acciones que deben intervenir en el marketing social:

Figura 2. Acciones que intervienen en el marketing social



Fuente: (Alonso Vázquez, 2000)

Adaptado por: Puma, C (2022)

Marketing social interactivo

Luego del proceso de planificación en el marketing social interno, la propagación de la información de la campaña social con el marketing social externo viene la interacción social en donde los receptores de esta campaña son sujetos activos con capacidad crítica y analítica respecto al cambio que se desee ejecutar porque se requiere de un causa - efecto con una etapa lógica-racional para que se produzca el desarrollo social las cuales genere actitudes positivas en los receptores.

El turismo comunitario es uno de los principales ingresos económicos que ha otorgado desarrollo a las comunidades por lo que otro aspecto importante que se acopla con el marketing social interactivo es el marketing de relaciones que según Guangasi Torima, Jácome Malusin, Quisimalin Santamaria, & Mancheno Saá (2021) que cita a Guardarrama y Rosales que consideran que este tipo de marketing “se encarga de fortalecer la relación, al mismo tiempo hace más efectivo su lealtad y satisfacción apoyándose en la innovación de la percepción del turista a través de redes sociales, lo que brindará mayor rentabilidad y desarrollo del crecimiento económico”, también cabe recalcar que el marketing relacional en el campo turístico integra diversas variables tales como alojamiento, transporte, alimentación, inclusión comunitaria para el trabajo turístico por lo que requiere no solo de la intervención de comuneros sino también de los Gobiernos Descentralizados comprometidos con brindar proyectos seguros y confiables.

Análisis del marketing social

El análisis del marketing social empieza por identificar el área geográfica según el nivel socioeconómico de la población y demográfica en la cual se va a trabajar esto incluye la edad, sexo, número de miembros en el hogar, ocupación, nivel de estudios, entre otras; también se debe analizar que actitudes, motivaciones tienen los individuos y cuáles son los beneficios que buscan obtener.

Para el análisis del marketing social es necesario precisar las fuentes de información que pueden ser internas desde documentos o cualquier información verbal que pueda brindar la comunidad y eterna que se obtendrá a partir de la observación del investigador, la Figura 3, indica las fases del proceso que se debe llevar a cabo.

Figura 3. Proceso del análisis del marketing social



Fuente: (Pérez Rodríguez, 2014)

Adaptado por: Puma, C (2022)

Hay que considerar que todo proyecto debe tener un proceso estructurado que es de gran importancia sobre todo en un proyecto social en donde absolutamente toda la información es parte del cambio.

Teoría General del Desarrollo Comunitario

El desarrollo comunitario al igual que el marketing social buscan mejorar la calidad de vida de las personas, por lo tanto es necesario abordar que:

La construcción de un sistema económico social y solidario requiere de modelos organizacionales generadores de valor social y económico hacia la transformación de sociedades dinámicas. Los patrones culturales, sociales y económicos basados en principios de cooperación y solidaridad instauran sociedades más igualitarias y con justicia social (Altamirano Analuisa, Zamora Sánchez, & Mancheno Saá, 2018).

De este modo lo mencionado anteriormente el desarrollo comunitario empieza desde el enfoque económico social que actualmente se puede denominar economía alternativa.

Economía Alternativa

En la actualidad, las comunidades se organizan para sobresalir ante la creciente falta de oportunidades unipersonales. Mediante la unión, las comunidades buscan generar fuentes que les permitan crecer en conjunto, por medio del trabajo mancomunado. Por otro lado, movimiento de las comunas se organizan de tal manera que se designan actividades de acuerdo con la capacidad de cada persona. Esta designación no está regida por una sola persona sino por todos quienes conforman la comuna, en reuniones o asambleas de toma de decisiones. En este contexto han sido las comunidades rurales quienes mayormente han adaptado el sistema de designación de actividades.

Para conceptualizar la economía alternativa se toma de Benito del Pozo & López González (2019) que cita a Stephen Healy quien menciona que la economía alternativa tiene dos perspectivas que la caracterizan; la primera se genera como una respuesta al capitalismo y sus sistemas de gobierno dominante, mientras que la segunda caracterización se concibe como un marco de economía heterogénea. Esta conceptualización hace énfasis en las relaciones económicas horizontales sobre las verticales. Si bien la economía alternativa surge como opción ante la opresión del capitalismo en donde prevalece la solidaridad económica en la sociedad, las comunidades se ven en la necesidad de organizarse para crear fuentes de abastecimiento y crecimiento económico para todos.

Flores-Ilhuicatzí & Medina-Conde (2018) que toman de las palabras de Fonteneau concuerdan que en la ecología alternativa “se crean y mantienen empleos y medios

de vida, amplían la protección social, fortalecen y amplían el dialogo social a todos los trabajadores y promueven la aplicación y cumplimiento de normas para todos”. Es decir que al organizarse como economía alternativa se promueve un ambiente netamente social en donde se respetan las decisiones de los miembros de las organizaciones.

La economía alternativa entonces se basa en los valores morales porque implica el régimen particular de propiedad, distribución y participación de las ganancias de las actividades económicas que se generen. La distribución democrática en la economía alternativa permite las relaciones sociales de solidaridad y que estas prevalezcan por encima de los intereses o beneficios individuales (Benito del Pozo & López González, 2019). A su vez, Torres, Fierro, & Alonso (2017) mencionan que la economía alternativa debe ser aplicada como un medio y no como finalidad, esto quiere decir que la economía debe aplicarse para el desarrollo comunitario y de cada individuo.

Tabla 7. Modelos de articulación económica

Empresa	Labor	Propiedad	Transacciones	Finanzas
Capitalista	Salario	Privado	Mercado	Mercado principal
Alternativa capitalista	Salario alternativo	Alternativa privada	Mercado alternativo	Mercado alternativo
Propiedad del estado	Trabajadores por cuenta propia	Activos administrados por el estado	Comercio justo	Bancos cooperativos
Responsabilidad ambiental	Trabajo recíproco	Tierra consuetudinaria	Moneda alternativa	Cooperativas de crédito
Responsabilidad social	En especie	Fideicomisos de tierras comunitarias	Mercado subterráneo	Instituciones financieras comunitarias
Sin fines de lucro	Trabajo de bienestar	Propiedad intelectual	Trueque	Microfinanzas
No capitalista	No pagado	Acceso abierto	No comercial	No comercial
Cooperativas de trabajo	Trabajos voluntarios en el hogar	Aguas internacionales	Hogares compartidos	Equidad de trabajo Prestamos familiares

Empresas unipersonales	Autoabastecimiento	IP de código abierto	Caza, pesca y recolección	Donaciones
Empresas comunitarias	Trabajo esclavizado	Espacio exterior	compartida entre las personas	Préstamos sin intereses
Feudal			Robo, piratería,	
Esclavo			caza furtiva	

Fuente: (Benito del Pozo & López González, 2019)

Adaptado por: Puma, C (2022)

De la tabla anterior propuesta por Gibson-Graham citado por Benito del Pozo & López González, indican que la alternativa no capitalista es totalmente lo contraria a la alternativa capitalista puesto que se basa en actividades extrañas al mercado común, también se indica que el grupo del feudalismo y la esclavitud se encuentran abolidos en el marco de la Economía alternativa lo que da paso a convertirse y conocerse como economía solidaria.

Flores-Ilhuicatzí & Medina-Conde (2018), mencionan que la economía alternativa es aceptada en un “consenso científico” como economía social, este término no solo es aceptado a nivel europeo sino también latinoamericano. Por lo que, al buscar la inclusión económica, mediante el comercio justo y solidario esta “ha ido avanzando dentro de los sistemas políticos integrándose en las políticas públicas y por tanto formando parte de los Estados nacionales y/u organismos estatales que la rigen y promueven” (Sánchez Trujillo, García Guerrero, & Rangel Ángeles, 2012). Por tanto, la economía alternativa adaptada en economía popular y solidaria “se desarrolla a través de nuevas formas de producción que le apuesta a su vez a nuevas formas de cooperación que reintegran a quienes han sido excluidos de la producción y consumo” (Guerra, y otros, 2014).

El estado busca mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos y promover la equidad social, se toma de Torres Peñafiel, Fierro López, & Alonso Alemán (2017) quienes acotan que la economía alternativa contiene ciertos valores y prácticas que parten del “trabajo” como recurso primordial. El primer valor por considerar es el respeto del trabajo de las personas sobre la producción y los excedentes que resultan del trabajo que realicen. La ampliación de bienes materiales es una de las prácticas de la economía

alternativa en donde se hace énfasis en mejorar la calidad de vida al satisfacer las necesidades imposibles de atender ya sea por el Estado o la oferta del mercado. También cabe recalcar que la economía alternativa prioriza la democracia y el ambiente participativo y es de naturaleza asociativa, en donde todos tienen voz y voto.

Balance Social

Este factor de análisis se utiliza para evaluar la acción social que realizan las entidades que corresponden al Sector Popular y Solidario como metodología es el Balance Social. Este método analiza los caracteres netamente sociales y el impacto que tiene la conformación de asociaciones (Espín Maldonado, Bastidas Aráuz, & Durán Pinos, 2017). La Figura 4 indica las macro dimensiones y dimensiones del Balance Social dictadas por la SEPS:

Figura 4. Balance social: macro dimensiones y dimensiones dictadas por la SEPS

Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales	Trabajo sobre el capital
	Intereses colectivos sobre los individuales
	Ocio liberador
Asociación voluntaria, equitativa y respeto de la identidad cultural	Accesabilidad asociativa y cooperativa
	Retiro de asociados
	Conocimiento cooperativo y del sistema económico social y solidario por parte de los miembros

Autogestión y autonomía	Accesibilidad a cargos institucionales
	Control democrático por los socios
	Transparencia informativa
	Acuerdos con otras organizaciones
	Relación con el Estado
	Estructura del patrimonio
	Equilibrio real del poder entre asociados
Participación económica, solidaria distribución equitativa de utilidades excedente	Concentración de aportes sociales
	Uso de utilidades y excedentes
	Valor agregado cooperativo
Educación, capacitación y comunicación	Desarrollo de las capacidades que se adaptan a las necesidades de la organización
	Promoción de la EPS
	I+D
Cooperación e integración del SEPS	Intercooperación
	Integración sectorial
Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental	Comercio justo
	Comunidad
	Medio Ambiente

Fuente: (Espín Maldonado, Bastidas Aráuz, & Durán Pinos, 2017).
Adaptado por: Puma, C (2022)

Este Balance Social se realiza con el método inductivo, deductivo y analítico el cual mide el comportamiento del sector asociativo. Los indicadores miden cuantitativa y

cualitativamente cada dimensión dispuesta por la SEPS, su efectividad y eficacia en el desarrollo societario.

Trabajo comunitario

Se define al trabajo social comunitario como un proceso que tiene como fin el bienestar social de los habitantes de una comunidad y que involucre la participación de sus miembros de forma directa y activa mediante el análisis situacional de la comunidad, concienciación y resolución de los problemas que perturban el bienestar de la comunidad y sus habitantes, hay que recalcar que las comunidades en su gran mayoría desconocen del potencial que tienen y sus recursos no se utilizan correctamente por lo que la comunidad necesita el empujón necesario para resurgir por sus propios medios. (Lillo & Roselló, 2010).

El trabajo comunitario está enlazado completamente con la intervención social según Cárdenas-Lata, Tapia-Segarra, Herrera-Hugo, & Arcentales-Fajardo (2021), “la pobreza no solo trae consigo el ámbito económico; se evidencia vulnerabilidad de derechos, exclusión, la falta de transparencia por parte de los gobiernos, corrupción, negligencia política y la exposición a la violencia”, entonces el trabajo comunitario es una herramienta útil para combatir la desigualdad en las comunidades rurales, puesto que con el trabajo colectivo es menos complicado alcanzar los objetivos de la comunidad.

Desarrollo Comunitario

El desarrollo comunitario se basa en focos familiares que parte de la noción de comunidad. Por lo tanto, para comprender el desarrollo comunitario es necesario definir la comunidad que es una organización de personas con pensamientos, actitudes y elementos similares que trabajan en conjunto por conseguir una meta o un objetivo. Por lo tanto, el desarrollo comunitario busca que las metas y objetivos de una organización se encaminen a cumplir y mejorar la calidad de vida de las personas.

Las comunidades se clasifican el primero en comunidades por lugar; las cuales se determinan por límites físicos como: fronteras en donde influye el marco político,

económico, legal y social, y el segundo en comunidades por interés las cuales integran personas que conforman un grupo con intereses, metas y conocimientos homogéneos.

Comunidad

Es necesario comprender el significado de comunidad para entender de que trata el desarrollo comunitario, pues bien, según Padilla (2019) “comunidad” se define como la agrupación de personas que comparten similares características e intereses tales como costumbres, idioma, ideologías y por supuesto la ubicación geográfica. Por otra parte, Causse (2009) acota que una comunidad tiene elementos estructurales y funcionales; el primero hace énfasis en la ubicación geográfica, el sistema organizacional y las instituciones que la conforman mismas que pueden ser de carácter “político, social y cultural” y el segundo elemento hace énfasis a las necesidades e intereses comunes. Por lo tanto, dentro de las comunidades al ser un espacio común todos tienen la capacidad de participación y cooperación entre sí.

Luego de conceptualizar y entender el término “comunidad” se debe realizar una descripción de la comunidad para comprender su estructuración y funcionalidad, para seguir el proceso adecuado que lleve a un desarrollo comunitario sostenible además de poder analizar las situaciones en las cuales se encuentra la comunidad de estudio, la siguiente figura indica los elementos que describen a una comunidad:

Figura 5. Descripción de la comunidad.

Límites geográficos de la comunidad

- Es el espacio definido por líneas imaginarias que dividen regiones o territorios.

Tiempo de existencia de la comunidad

- La comunidad de El Quinche obtiene su nombre a partir de que dos personas pertenecientes a la comunidad trajeron consigo la imagen de la Virgen de El Quinche

Líderes Comunitarios

- Quienes gestionan y conocen los problemas y necesidades de la comunidad

Demografía

- Constitución étnica
Proporción de hombres
Proporción de mujeres
Rango de edad
Estatus económico
Nivel de educación

Problemas en la comunidad

- Necesidades que aún no han sido solucionadas

Niveles de compromiso y moral

- Que tan comprometida está la comunidad para ejecutar planes y proyectos

Aliados claves y rivales

- Personas que pueden aportar al desarrollo comunitario en el aspecto financiero, en cuanto a rivales pueden ser no solo personas sino también áreas de afección geográfica de la zona.

Fuente: (Causse Cathcart, 2009)

Adaptado por: Puma, C (2022)

Participación comunitaria

La participación comunitaria en cualquier proyecto de desarrollo local y social es indispensable, primero ayuda en la toma de decisiones que beneficie a la colectividad de este modo la comunidad es quien empodera el proyecto y mediante la participación de todos sus miembros se consigue un proyecto sustentable. Se podría contextualizar la participación comunitaria como participación social la cual “se remonta al origen de una sociedad democrática” (Pérez Rodríguez, 2014, pág. 10), es decir desde el

momento en el que el ser humano fue capaz de tomar una decisión este pasó a ser un participante social.

Pérez (2014) afirma que “la participación de manera efectiva se lleva a cabo a nivel local, como forma de aproximación a la comunidad, en las organizaciones de base, en los movimientos sociales, se trata de aplicar entonces”(pág. 11), para lo cual la autora menciona que se debe aplicar el “principio metódico pedagógico de la cercanía vital”, este principio consiste en definir la situación problemática a través de la participación de quienes conforman la comunidad, una vez establecido el problema es necesario crear actividades para confrontar el problema mediante la toma de decisiones y acciones para luego medir los resultados y conocer si las actividades realizadas fueron efectivas o no.

Pérez (2014) menciona también que existe un manual de Trabajo social comunitario con propuestas y acciones concretas que pueden ser utilizados para el desarrollo comunitario, la propuesta metodológica empieza por definir el problema desde una visión global, segundo usar estrategias de conflicto tales como: negociación, conciliación, arbitraje, mediación, transacción o adjudicación, como tercer punto se debe proclamar un sistema democrático y socializado en donde debe priorizar el ser personas conscientes al tener más que el resto de personas esto es aspectos financieros y de bienes., el cuarto punto es buscar un cambio radical, el quinto y último punto es transformar la realidad de la comunidad a través del compromiso de los miembros de esta.

Núcleos familiares

La base de la lucha por mejorar la calidad de vida y condiciones adecuadas para cada persona nace desde los núcleos familiares, independientemente de cómo estén conformados. Este núcleo por lo tanto se convierte en la primera comunidad, una comunidad independiente que busca un objetivo común. De este modo Ponce (2017) menciona que “La familia es una institución de derecho natural porque existe antes que el Estado y antes del reconocimiento legal en los instrumentos normativos

internacionales o nacionales como las constituciones. Lo es también porque se funda en necesidades biológicas” (pág. 22).

Aunque también se puede decir que no siempre la familia viene de origen natural sino también del origen cultural, tal es la diferencia actual entre los países europeos y latinoamericanos en donde perpetuar la familia es un tema de discusión porque en Latinoamérica aún se observan numerosas familias mientras que en otros continentes el desarrollo personal está por encima de formar una familia y por ende crear núcleos familiares. Ponce también considera a la familia como un centro de supervivencia porque es el sitio en donde todo ser humano comienza con su experiencia de vida tanto material, de formación espiritual y educacional, al ser una escuela de supervivencia también lo es de valores y virtudes que cada ser humano adquiere.

Turismo comunitario

En el Ecuador la mayoría de los proyectos dedicados al desarrollo comunitario se inclinan hacia el turismo comunitario debido a que el país contiene un sinnúmero de atractivos turísticos que aún no se han explotado, aquellos sitios escondidos que se encuentran en el área rural que puede ser de gran ayuda al desarrollo de las comunidades que no poseen de una actividad económica definida. Cabanilla & Garrido (2018) consideran el turismo comunitario como “un modelo de gestión de una empresa social, cuya finalidad principal no es el rendimiento económico de los accionistas, sino la generación de impactos positivos distribuidos entre todos los miembros de una comunidad” (pág. 20), por lo tanto, este modelo es de gran aporte al tema propuesto.

El turismo comunitario al igual que cualquier modelo tiene su evolución conceptual, esta parte de tres corrientes las cuales se explican a continuación:

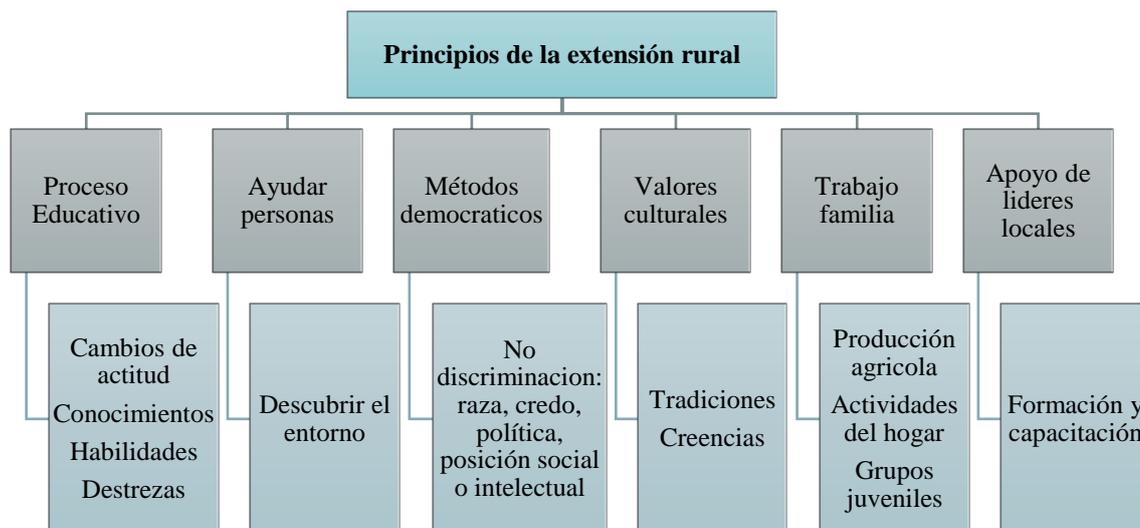
- Desarrollo local e inclusión: se trata de un turismo con base local enfocado a las áreas rurales e indígenas.
- Turismo sostenible y ecoturismo comunitario: las actividades humanas deben ser sostenibles, se realiza énfasis en los recursos naturales en peligro o riesgo.
- Turismo comunitario: abarca las dos anteriores más el turismo indígena, aborígen y étnico.

De este modo se permite la preservación cultural y ecológica de los pueblos y nacionales indígenas y rurales, además de la mano de los proyectos comunitarios viene la educación en temas como emprendimiento, métodos agrícolas, educación financiera y la capacitación a líderes y comunidad en general, lo cual permite tener una sociedad más responsable y consiente.

Extensión rural

Según INATEC (2017), define a la extensión rural como una herramienta para “promover el desarrollo económico y social de las familias rurales; es un proceso de educación y capacitación de carácter permanente, que se caracteriza por la relación y comunicación recíproca horizontal y constante entre técnicos productores y sus organizaciones” (pág. 1). Este aspecto por lo tanto involucra a todos los esfuerzos de quienes apoyan un proyecto de desarrollo comunitario a través de la comunicación horizontal que no es más que el diálogo entre personas que se encuentran en un mismo nivel jerárquico, sin embargo, en una comunidad participativa todos tienen la misma capacidad de expresarse y escuchar por lo tanto el nivel es el mismo para todos, la Figura 6 indica los principios de la extensión rural.

Figura 6. Principios de la extensión Rural



Fuente: (INATEC, 2017)

Adaptado por: Puma, C (2022)

Asistencialismo, paternalismo y populismo

El desarrollo comunitario en sí no tiene desventajas porque tiene como principio y objetivo principal; mejorar la calidad de vida de sus habitantes, sin embargo, existen factores externos que complican el desarrollo de proyectos que impulsen a cumplir con los objetivos. Camacho, Martínez, & Anne (2003) consideran que la distribución inequitativa de los recursos ha sido un grave problema en el desarrollo de las comunidades, a pesar de que la política social es la encargada de la redistribución de los recursos captados como impuestos que se devuelve al pueblo como servicios de educación, salud, vialidad, entre otros, los gobiernos han tergiversado la política social al convertirla en asistencialismo el cual es un término que si bien pertenece a la política social, ha sido utilizado para restar autonomía a la sociedad.

El asistencialismo por lo tanto es el método utilizado para combatir la pobreza y desigualdad, sin embargo, este asistencialismo solamente ataca estos problemas superficialmente más no busca solucionarlos de raíz, de este modo convierte a las personas dependientes del estado, tan dependientes que se convierte en un estado paternalista, el cual no permite a las sociedades avanzar hacia el desarrollo debido a que las personas se acostumbran a recibir sin esfuerzo alguno todos los beneficios. El paternalismo por lo tanto “pretende saber lo que mejor le conviene a un individuo y

obran en consecuencia sin el permiso de éste” (Sánchez Jiménez, 1999), es decir el estado no analiza lo que en realidad necesitan los individuos sino más bien asiste con lo que creen que se necesita.

Por otro lado, el populismo vuelve a quienes lo representa en individuos anti pluralistas (que no están de acuerdo ante la multiplicidad sobre todo en ideología política), esta anti-pluralidad que se da por el populismo es tan dañina que impide a las comunidades al desarrollo porque incita a la discriminación entre sí, este término se enlaza más hacia la política identitaria y sus representantes. Los populistas entonces consideran que son ellos los representantes del pueblo, Müller (2016) acota que “los populistas retratan a sus rivales políticos como parte de la élite corrupta e inmoral; cuando gobiernan, se niegan a reconocer la legitimidad de cualquier oposición”, incluso los populistas siembran discordia en la sociedad que muestra a aquellos con otras ideologías como enemigos de la colectividad adoctrinada.

Una vez explicado los tres conceptos se puede entender que la educación es la principal herramienta para combatir la pobreza y desigualdad porque brinda la oportunidad de comprender porque es necesario crear proyectos autosostenibles y autosustentables en las comunidad, pues no se puede esperar asistencia gubernamental todo el tiempo porque se convierte en paternalismo que luego la misma política utiliza como populismo para conseguir sus objetivos políticos en donde al intentar salir de este círculo es el populismo quien hace ver a un individuo o comunidad como opositores y sociedad antiética.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Técnicas e instrumentos

2.1.1 Enfoque de la investigación

Método cuantitativo, hipotético, deductivo

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, este enfoque permite medir las variables mediante el muestreo y la estadística descriptiva e inferencial, este tipo de investigación busca generalizar la información homogénea recopilada de la aplicación de instrumentos de investigación (Ñaupas, Valdivia, Palacios, & Romero, 2019). La investigación tiene un enfoque cualitativo, hipotético, deductivo porque:

Este método ha sido empleado profusamente en las ciencias exactas, así como en las ciencias sociales, entre las que se encuentra el marketing. Tiene un soporte teórico extenso y las herramientas estadísticas necesarias para dar respuesta a diferentes enunciados hipotéticos debidamente apoyados por el método inductivo o por el método deductivo.

En la presente investigación se analizarán las variables del marketing social y el desarrollo comunitario que mediante el enfoque mencionado anteriormente en donde se puntualizará los aspectos que entrelazan estas variables y las relacionan para promover el desarrollo de la comunidad de El Quinche mediante el cual se busca mejorar la calidad de vida de sus habitantes, la hipótesis se apoyará desde el método deductivo por lo que a partir de la hipótesis se planteará conclusiones particulares obtenidas del contenido general, la información se cuantificará, y se someterá a la estadística para posterior obtener resultados que se analizarán y proyectarán.

Diagnostico Participativo (Diagnostico, Seguimiento, Evaluación Participativa)

El diagnostico participativo es una técnica que permite determinar las acciones a ejecutarse por el personal externo, una vez que estas sean aceptadas por la comunidad, la información se capta de la recopilación de información proporcionada los miembros de la comunidad (CONAFOR, 2017).

La comunidad de El Quinche es quien se beneficia netamente del proyecto de desarrollo comunitario por lo tanto son quienes realizarán las actividades, estas deben ser prácticas para que puedan desarrollarse manera adecuada, con el propósito de cumplir con un objetivo común, para mejorar la calidad de vida de sus familias

Es posible concretar objetivos para el DSEP en donde los miembros de la comunidad trabajen en conjunto: el primero se refiere a los objetivos del personal externo que se encarga de la planificación, el segundo corresponde a los objetivos de los miembros de la comunidad con mejor posición económica; estos se encargan de aportar e idealizar los proyectos, y por ultimo los objetivos de los miembros de la comunidad con escasos recursos; estos serán el apoyo para el trabajo conjunto con su aporte de mano de obra.

Estudios de base participativo.

El estudio de base participativo permite generar ideas y dar soluciones mediante propuestas a los problemas que impiden el desarrollo comunitario (Félix Mendoza & Ganchozo Lucas, 2020). Los estudios de base participativo permiten entonces conocer la realidad de una comunidad o localidad, cuya información proviene de sus habitantes, los cuales tienen un líder, líderes o representantes quienes recopilan información de reuniones con los habitantes por lo que tienen una perspectiva más amplia de los problemas del entorno de la comunidad.

Para la presente investigación que se enfoca netamente en el desarrollo comunitario enlazado al marketing social se utiliza este tipo de estudio porque se requiere de un sigiloso análisis para determinar las carencias de un sector que busca generar desarrollo para sus familias, el estudio de base participativo parte de la visión de los miembros de la comunidad, y de las actividades que estos realizan en su día a día para así organizarlas y planificarlas, por lo que serán los miembros de la comunidad de El quinche quienes darán la información necesaria para su análisis.

Etapas del Estudio de base participativo

El estudio de base participativo comienza por reunir a los beneficiarios y delegar las funciones que con la que cada uno interactuará, luego prosigue la búsqueda de un facilitador de información, luego podemos definir las etapas de la siguiente manera:

1. Delimitar el propósito de estudio
2. Definir objetivos y actividades
3. Prevalecer los temas para el estudio
4. Seleccionar indicadores claves
5. Exploración de fuentes y herramientas de información
6. Detectar habilidades y destrezas de los miembros de la comunidad
7. Compilar información
8. Comisionar al responsable de la información receptada
9. Análisis de la información

2.1.2 Modalidad de la investigación

Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica para el presente trabajo ha sido extraída de libros, ensayos académicos, artículos científicos y fuentes de información de proyectos relacionados por un lado el marketing social y por el otro el desarrollo comunitario, ya que se considera un aporte de información previa y complementaria a la recopilada por el investigador.

Investigación de campo

Este tipo de investigación corresponde al método cualitativo, debido a que recopila información no medible, pero si descriptible, en el presente trabajo de investigación se utilizarán cuestionarios de encuestas con el cual se pretende recopilar la información proporcionada por los habitantes de las comunidades pertenecientes a la Comunidad de El Quinche Parroquia La Unión.

2.1.3 Tipo de investigación

Investigación descriptiva

Dentro del marco de la investigación descriptiva “su finalidad es definir, catalogar y clasificar los fenómenos u objetos de estudio” (Ibáñez, 2015, pág. 87). Por lo tanto, la información recopilada se clasificará de acuerdo con opiniones similares otorgadas por los miembros de la comunidad académica que ayuden a comprender desde una perspectiva más amplia la relación entre el desarrollo comunitario y el marketing social en la Comunidad de El Quinche.

Por otro lado, según Bilbao Ramírez & Escobar Callegas (2020) el propósito de la investigación descriptiva es “especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, poblaciones, cosas o cualquier otro fenómeno”, sin duda este tipo de investigación aportará con información valiosa y detallada al desarrollo de este proyecto de investigación con el propósito de establecer las características demográficas de la comunidad de El Quinche.

También para identificar las formas conductuales de las personas, actitudes y posiciones respecto al desarrollo económico y social del sector, también mediante esta investigación se asociará las variables planteadas: independiente y dependiente y por último describir los fenómenos y procesos que se llevan a cabo dentro de la comunidad a través de técnicas de investigación propias del desarrollo comunitario como lo son las herramientas participativas.

Investigación correlacional

Este tipo de investigación según Bilbao Ramírez & Escobar Callegas (2020) menciona que “buscan medir el grado de relación y la forma como interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos”. En esta investigación se correlacionará las variables; variable independiente: marketing social y variable dependiente: desarrollo comunitario para descubrir como incide una variable sobre la otra y como este proceso puede ayudar a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad de El Quinche, el proceso de correlación se realizará mediante el coeficiente de correlación alfa de Cronbach el cual es una de las herramientas

estadísticas más utilizadas en las ciencias sociales para correlacionar variables y aprobar o rechazar la hipótesis que se planteará más adelante.

2.1.4 Técnica de Investigación

En la presente investigación se utilizarán herramientas participativas a través de la visualización, dinámica de grupos y entrevistas a líderes comunitarios en una mesa de trabajo que permita conocer la problemática actual de la comunidad, además se planteará un cuestionario de encuesta, cuya aplicación se realizará a la población económicamente activa de la Comunidad de El Quinche de la Parroquia “La Unión” del cantón Chordeleg.

Herramientas participativas

Este aspecto trabaja espontáneamente con la comunidad porque parte desde las experiencias de las personas, es decir la base para manejar correctamente estas herramientas es necesario saber utilizar los métodos participativos como lo son: la comunicación oral y la visualización que va por parte del investigador. Cabe recalcar que al ser las personas la fuente primordial y más importante de información no se puede omitir cada opinión y perspectiva, por lo que el dialogo debe ser abierto y espontaneo. Se debe tomar en cuenta también que no importa el estatus económico, social e incluso el nivel académico de cada persona puesto que cada uno está en su derecho de expresarse y contribuir con posibles soluciones a los problemas que se susciten en la comunidad para cumplir con la meta de ser más.

Por otro lado, las herramientas participativas deben combinarse y complementarse según las necesidades de recolección de información, por lo tanto, para seleccionar una herramienta apropiada es necesario indagar en cómo piensa y como se comunica la información entre los miembros de una comunidad, para este proyecto se utilizará las siguientes herramientas:

- **Visualización:** Dentro de la visualización se considera la observación de campo la cual busca información a través de técnicas de visualización; los

cuales son cuadros que permiten ordenar y presentar las ideas e información de forma lógica. Este tipo de técnica se representa mediante gráficas.

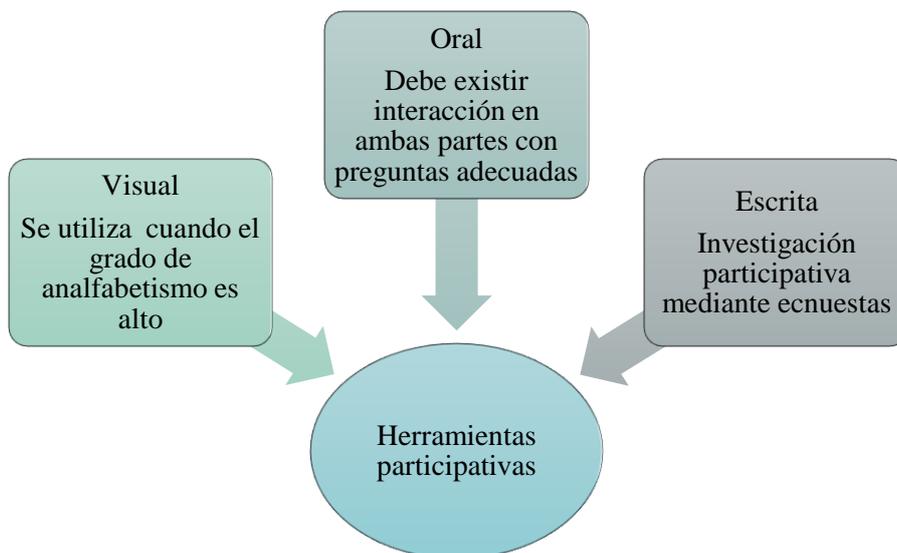
- **Dinámica de grupo:** Esta técnica es ideal para trabajar con grupos de la comunidad y conseguir que estos participen con sus ideas y expongan sus propósitos.
- **Entrevista:** Esta técnica asegura la triangulación de la información, puesto que los participantes exponen abiertamente sus puntos de vista ante las preguntas proporcionadas por el entrevistador.

Herramientas de diagnóstico

Las herramientas de diagnóstico pueden tener las tres características: visual, oral y escrita. Como en toda investigación, al igual que en esta el primer paso para aplicarla es determinar la muestra de acuerdo con el número de habitantes de la comunidad y considerar a quien va dirigida la encuesta y que información se requiere conocer, esta puede dirigirse hacia los líderes de la comunidad o a la comunidad en general.

Antes de seleccionar las herramientas para realizar un diagnóstico es importante saber qué es lo que se va a hacer, como se va a realizar; aquí influyen las técnicas y procedimientos, delimitar el espacio; en donde se va a realizar la investigación y las fuentes de información, a quienes van a realizar el estudio; es decir los responsables del trabajo, que recursos se necesitarán y el tiempo establecido para el estudio; aquí se puede definir un cronograma de fechas. La siguiente figura indica que el tipo de herramientas participativas que existen:

Figura 7. Herramientas participativas



Adaptado por: Puma, C (2022)

Las comunidades presentan diversos elementos por lo que para elegir una herramienta de diagnóstico correcta se requiere de conocimiento y creatividad, puesto que muchas comunidades rurales a pesar de que cada una es única carecen de información y desconocimiento de aspectos que en el área urbana es de conocimiento colectivo.

Población y muestra

Tabla 8. Población

Descripción	Población
PEA	261
Líderes comunitarios	3
Total	264

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: (Andrade, y otros, 2015)

Muestra

Para el presente trabajo de investigación se toma como referencia del último Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia La Unión, el cual menciona que la comunidad de El Quinche cuenta con 264 habitantes entre hombres y mujeres, en

donde según Andrade, y otros (2015) mencionan que la PEA de la Parroquia corresponde al 47,47% de la población total, la cual corresponde a **125 habitantes** como objeto de estudio.

2.1.5 Operacionalización de las variables

Hipótesis

¿El desarrollo comunitario se relaciona significativamente con el marketing social en la comunidad de la Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, ¿Cantón Chordeleg?

Variables

- Variable independiente: marketing social
- Variable dependiente: desarrollo comunitario

2.1.6 Recolección de la información

Objetivo: Recopilar información de los habitantes de la Comunidad El Quinche, con relación a los criterios propuestos en el proyecto de investigación denominado “Desarrollo Comunitario y Marketing Social. Caso de estudio: “Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg””, con el fin de recopilar información que aporte valor al proyecto.

Fuentes de información	Localización	Instrumento aplicado	Organización de datos
125 habitantes de la comunidad de El Quinche correspondiente a la PEA	Casa comunal Cancha de uso múltiple Centro de reuniones de la iglesia central Domicilios	Cuestionario compuesto de 13 preguntas de respuestas múltiples	Matriz de datos en el programa SPSS Graficas en Excel

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

2.1.7 Validación del instrumento

La validación de la encuesta que se aplicará en este proyecto como instrumento de medición se realizará a través del método de jueces o expertos, se ha escogido este método porque la investigación tiene un enfoque neto social, y las preguntas del cuestionario contienen preguntas de selección sin escalas de Likert y también con escala, por lo que es adecuado el empleo de este método. Este método permite valorar una encuesta a partir de la evaluación de los expertos en cuanto a claridad, coherencia, la escala y la relevancia de cada ítem que contiene el cuestionario de encuesta, los jueces podrán evaluar estas propiedades y analizar si existe algún problema que requiera ser modificado en la encuesta (Galindo-Dominguez, 2020).

La validación del instrumento no queda solamente en las recomendaciones de los expertos, por lo que es necesario aplicar el método pertinente denominado cálculo de coeficiente de validez de contenido de Hernández-Nieto, el cual sugiere que el grupo de expertos debe estar conformado entre 3 a 5 jueces que darán su juicio al instrumento, la valoración estará integrada en una escala de Likert con 5 opciones que van desde 1 que equivale a inaceptable y 5 que equivale a excelente, la fórmula que representa el coeficiente de validez de contenido es la siguiente:

$$CVC_t = \frac{M_x}{Vm_x} = Pe = \frac{M_x}{Vm_x} - \left(\frac{1}{J}\right)^j$$

En donde:

CVC_t = Cálculo de validez de contenido

M_x = Σ criterios de jueces o expertos

Vmx = Mayor valor por ítem del criterio de jueces o expertos

Pe = probabilidad de error

La interpretación del cálculo de validez de contenido tiene cinco exégesis, la primera data que un valor menor a 0.60 la validez y concordancia es inaceptable, la segunda si el valor obtenido es mayor de 0.60 y menor o igual a 0.70 la validez y concordancia del instrumento es deficiente, la tercera si el valor es mayor que 0.71 y menor o igual que 0.80, la validez y concordancia son aceptables, la cuarta dice que si el valor es mayor que 0.80 y menor o igual a 0.90 la validez y concordancia son buenas, y la quinta y última exégesis indica que si el valor obtenido en mayor que 0.90 la validez y concordancia son excelentes. La Tabla 9 indica el cálculo requerido para la validación de esta encuesta.

Tabla 9. cálculo del coeficiente de validez de contenido

Ítem	Valoración Juez			Sx_1	Mx	CVC_i	Pe_i	CVi
	1	2	3					
Pregunta 1	20	20	20	60	3,00	1,00	0,04	0,96
Pregunta 2	20	19	20	59	2,95	0,98	0,04	0,95
Pregunta 3	20	18	20	58	2,90	0,97	0,04	0,93
Pregunta 4	20	17	17	54	2,70	0,90	0,04	0,86
Pregunta 5	16	19	17	52	2,60	0,87	0,04	0,83
Pregunta 6	20	18	18	56	2,80	0,93	0,04	0,90
Pregunta 7	8	20	17	45	2,25	0,75	0,04	0,71
Pregunta 8	8	18	20	46	2,30	0,77	0,04	0,73
Pregunta 9	20	20	18	58	2,90	0,97	0,04	0,93
Pregunta 10	8	19	20	47	2,35	0,78	0,04	0,75
Pregunta 11	8	17	16	41	2,05	0,68	0,04	0,65
Pregunta 12	20	18	20	58	2,90	0,97	0,04	0,93
Pregunta 13	20	20	20	60	3,00	1,00	0,04	0,96
Promedio CVC_t								0,85

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

En la tabla anterior los valores calculados expresan lo siguiente:

- $Sx_1 = \text{sumatoria de la valoración de los jueces}$
- $Mx = Sx_1/\text{Valor máximo del ítem}$
- $CVC_i = Mx/\text{Número de Jueces}$
- $Pe_i = \left(\frac{1}{N.\text{Jueces}}\right)^{N.\text{Jueces}}$
- $CVC_i = \text{Validez de contenido por ítem}$

En la Tabla 9 se puede observar los valores calculados que se obtienen por cada ítem para la validez de contenido (los valores de las calificaciones emitidas por los jueces se pueden observar en los anexos:), el valor total que se obtuvo corresponda a 0.85 que se encuentra dentro del rango indicado por Hernández-Nieto 2002, que dice que los valores entre 0.80 y 0.90 tienen validez y concordancia buenas por lo que la encuesta se válida para su aplicación.

2.2 Recursos

Recursos Humanos

Se considera a los recursos humanos como la pauta que analiza todo aquello que relaciona a las personas con un proyecto o acción que se realiza. En el presente proyecto de investigación los recursos humanos se asignan a:

Tabla 10. Recursos Humanos

DETALLE	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Estudiante investigador del proyecto	\$ 425,00	1	\$425,00
Tutor del proyecto	\$ 800,00	1	\$800,00
SUBTOTAL			\$1.225,00

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

Recursos Institucionales

La Universidad Técnica de Ambato y su Facultad de Ciencias Administrativas en potestad de apoyo y respaldo a los proyectos de investigación es el principal recurso institucional, puesto que pone a disposición el material necesario para la investigación.

También se considera como recurso institucional al Gad Parroquial de la Unión que influye en esta investigación debido a que proporciona documentos importantes que contribuyen en este proyecto.

Tabla 11. Recursos institucionales

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Universidad Técnica de Ambato	\$ 00,00	1	\$ 00,00
GAD Parroquial de La Unión	\$ 00,00	10	\$ 00.00
SUBTOTAL			\$ 00.00

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

Recursos Materiales

Se define a los recursos materiales como “los bienes o medios físicos y tangibles que se valen las empresas para desarrollar su proceso productivo” (Jileana, 2019). Se incluyen todos los elementos tangibles que se utilizaron para la investigación puesto que se requiere también de medios que permitan reflejarlo.

Tabla 12. Recursos materiales

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Lápices	\$0,50	2	\$1,00
Esferos	\$0,40	4	\$1,60
Libretas	\$1,00	1	\$1,00
Hojas	\$4,00	1	\$4,00
SUBTOTAL			\$7,60

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

Recursos Tecnológicos

Estos recursos son aquellos medios digitales tangibles o intangibles que permiten mejorar el desempeño diario de una empresa, los procesos se acortan gracias a la

tecnología lo cual mejora el uso y rendimiento del tiempo (Mantulak, Hernández, & Michalus, 2016). Los recursos son los siguientes:

Tabla 13. Recursos Tecnológicos

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Laptop	\$700,00	1	\$700,00
Internet	\$25,00	3	\$75,00
Impresora	\$400,00	1	\$400,00
SUBTOTAL			\$1.175,00

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

Otros Recursos

Tabla 14. Otros recursos

Detalle	Costo	Cantidad	Total
Libro de desarrollo comunitario	\$ 25	1	\$ 25,00
Tesis	\$ 00,00	10	\$ 00.00
SUBTOTAL			\$ 25.00

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

Recursos Totales

Tabla 15. Recursos Totales

Detalle	Total
Recursos Humanos	\$1.225,00
Recursos Materiales	\$7,60
Recursos Tecnológicos	\$1.175,00
Otros recursos	\$25,00
TOTAL	\$2.432,60

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Una vez finalizada la etapa de recolección de datos mediante encuestas físicas dirigidas a 125 habitantes de la comunidad de El Quinche, los resultados se muestran a continuación:

Pregunta 1:

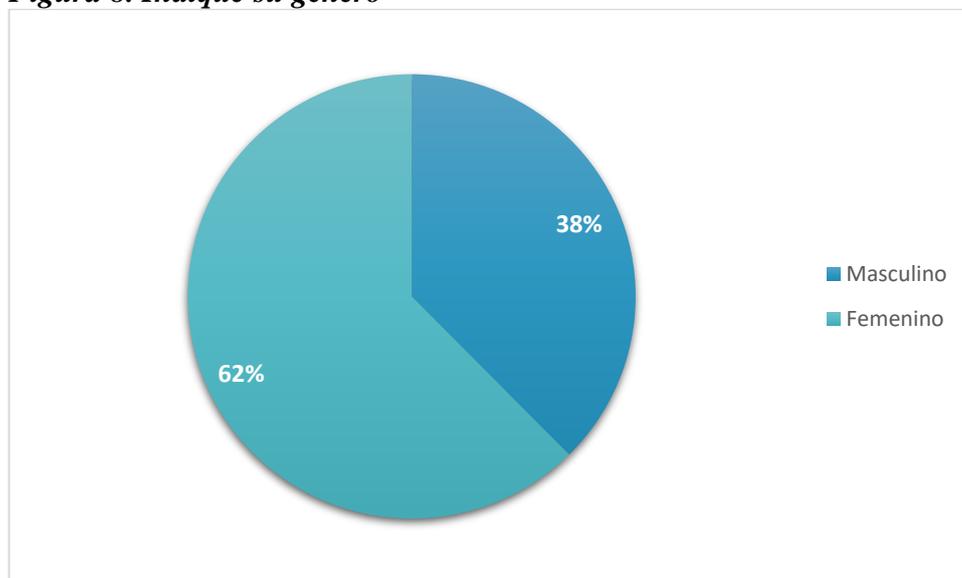
Tabla 16. Indique su género

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	47	37,6	37,6	37,6
Femenino	78	62,4	62,4	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 8. Indique su género



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: del total de 125 encuestados el 62% corresponde al género femenino y el 38% al género masculino, durante la encuesta se pudo observar

mayor participación por parte del género femenino quienes han estado dispuestas a dar su punto de vista acerca de las preguntas planteadas en el cuestionario de encuesta.

Pregunta 2:

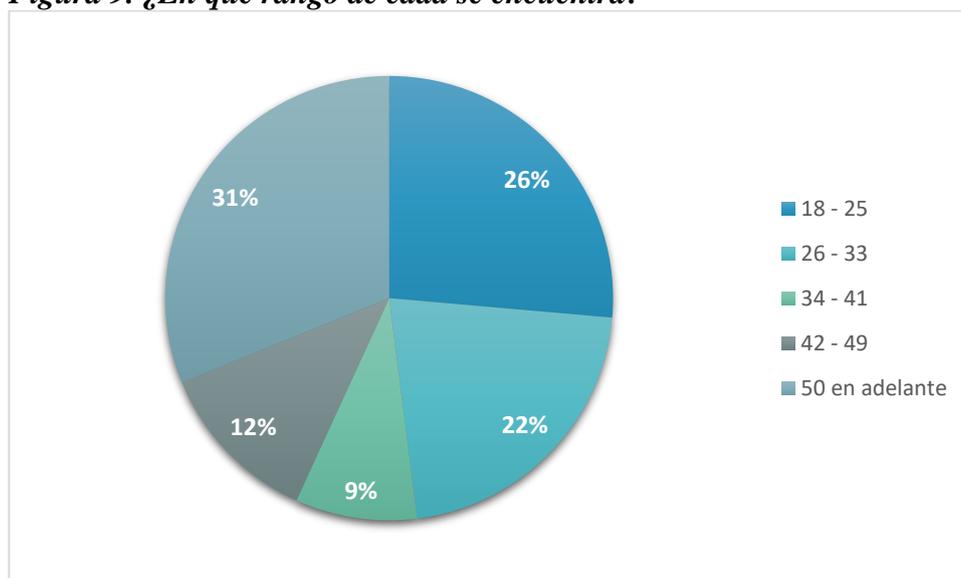
Tabla 17. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 - 25	33	26,4	26,4	26,4
26 - 33	27	21,6	21,6	48,0
34 - 41	11	8,8	8,8	56,8
42 - 49	15	12,0	12,0	68,8
50 en adelante	39	31,2	31,2	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 9. ¿En qué rango de edad se encuentra?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: la mayoría de las respuestas en esta investigación provinieron de personas mayores a 50 años con un porcentaje del 31% quienes están más involucrados en el desarrollo de la comunidad y los proyectos que pueden presentarse en ella, también se obtuvieron respuestas de personas con edades entre 18-25 y 26-33 los cuales abarcan el 26% y 21% respectivamente, y por último con edades entre 34-41 y 42-49 abarcaron un porcentaje de 9% y 12% respectivamente, si bien no

existe una brecha amplia en cuanto a respuestas obtenidas de las generaciones existentes en la comunidad, se puede decir que quienes más están involucrados son las personas en edades mayores.

Pregunta 3:

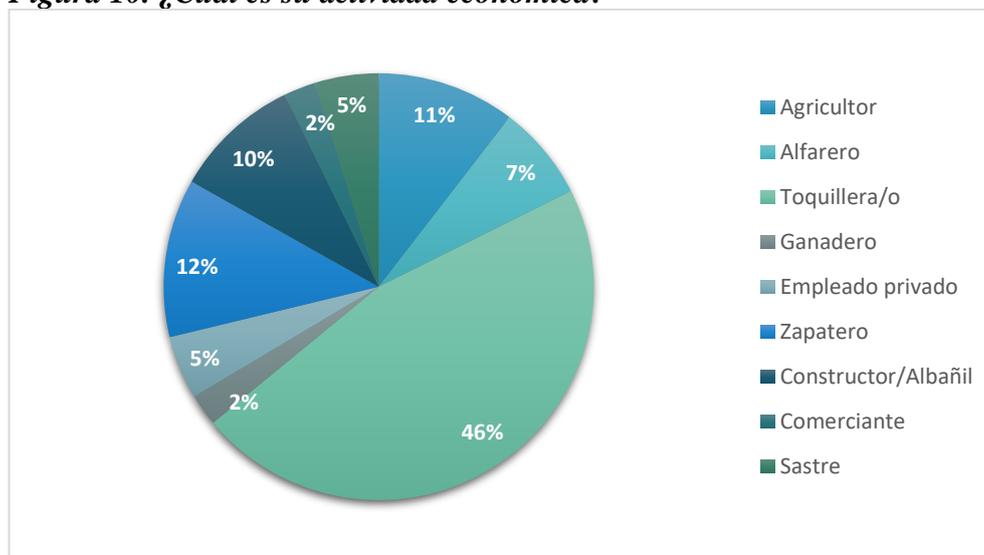
Tabla 18. ¿Cuál es su actividad económica?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Agricultor	13	10,4	10,4	10,4
Alfarero	9	7,2	7,2	17,6
Toquillero/o	58	46,4	46,4	64,0
Ganadero	3	2,4	2,4	66,4
Empleado privado	6	4,8	4,8	71,2
Zapatero	15	12,0	12,0	83,2
Constructor/Albañil	12	9,6	9,6	92,8
Comerciante	3	2,4	2,4	95,2
Sastre	6	4,8	4,8	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 10. ¿Cuál es su actividad económica?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: la mayoría de los encuestados tiene como ocupación la transformación de la paja toquilla con un porcentaje del 46%, cuya ocupación corresponde a toquillero/a oficio que desempeñan en su mayoría las mujeres de la comunidad, seguido por el área del calzado con los zapateros que ocupan el 12% de la actividad económica de la comunidad, el 11% son agricultores, el 10% trabajan en construcción o albañilería, el 7% alfareros y otras actividades ocupan el 13% restante. Si bien la paja toquilla es la actividad más representativa de la comunidad, los encuestados también han indicado que no es la única actividad que realizan debido a que también se dedican al cuidado de animales menores, agricultura y en algunos casos la tenencia de ganado ovino, bovino y porcino en cantidades menores.

Pregunta 4:

Tabla 19. Califique la frecuencia en que los siguientes problemas aparecen en la comunidad

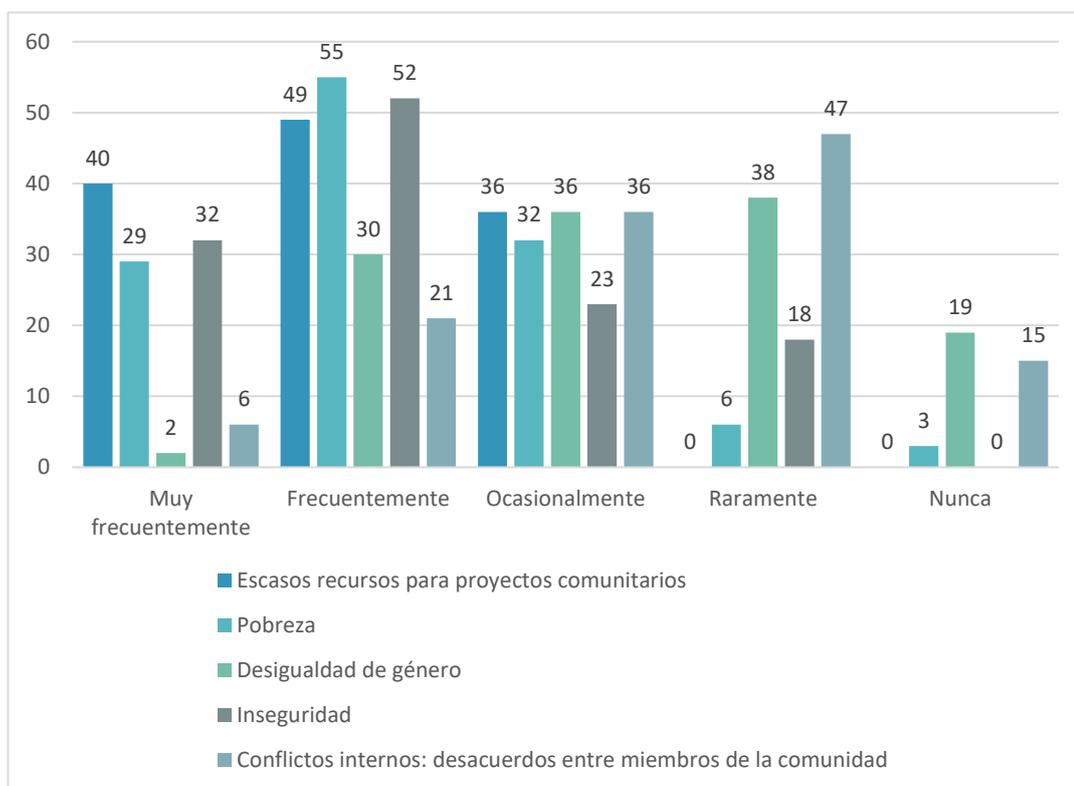
Dimensiones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escasos recursos para proyectos comunitarios	Muy frecuentemente	40	32,0	32,0	32,0
	Frecuentemente	49	39,2	39,2	71,2
	Ocasionalmente	36	28,8	28,8	100,0
	Raramente	0	0,0	0,0	0,0
	Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Total		125	100	100	
Pobreza	Muy frecuentemente	29	23,2	23,2	23,2
	Frecuentemente	55	44,0	44,0	67,2
	Ocasionalmente	32	25,6	25,6	92,8
	Raramente	6	4,8	4,8	97,6
	Nunca	3	2,4	2,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Desigualdad de género	Muy frecuentemente	2	1,6	1,6	1,6
	Frecuentemente	30	24,0	24,0	25,6
	Ocasionalmente	36	28,8	28,8	54,4
	Raramente	38	30,4	30,4	84,8
	Nunca	19	15,2	15,2	100,0
Total		125	100,0	100,0	

Inseguridad	Muy frecuentemente	32	25,6	25,6	25,6
	Frecuentemente	52	41,6	41,6	67,2
	Ocasionalmente	23	18,4	18,4	85,6
	Raramente	18	14,4	14,4	100,0
	Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Total		125	100,0	100,0	
Conflictos internos: desacuerdos entre miembros de la comunidad	Muy frecuentemente	6	4,8	4,8	4,8
	Frecuentemente	21	16,8	16,8	21,6
	Ocasionalmente	36	28,8	28,8	50,4
	Raramente	47	37,6	37,6	88,0
	Nunca	15	12,0	12,0	100,0
Total		125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 11. Califique la frecuencia en que los siguientes problemas aparecen en la comunidad



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: la cuarta pregunta es de gran importancia ya que sostiene la problemática presentada en este proyecto. Los resultados demuestran que el mayor problema que con frecuencia se observa en la comunidad es la pobreza que obtuvo un porcentaje del 44%, otro de los problemas que surge es la inseguridad en donde se obtuvo un porcentaje del 42%; esto debido a los últimos sucesos presenciados en la comunidad en donde han existido robos y asaltos,, también los escasos recursos para proyectos comunitarios con una frecuencia del 39% en su rango más alto es considerado uno de los problemas latentes en la comunidad en donde como consecuencia se tiene que los proyectos tales como cementerio, plazoleta y en algunos casos del comité del agua no hayan podido ejecutarse en su totalidad, y por otro lado problemas como desigualdad de género la comunidad considera que raramente se presenta, sin embargo también se ha mencionado que aún existe desigualdad de género y violencia en los hogares por lo que se requiere de atención para erradicar este problema.

Pregunta 5:

Tabla 20. ¿De los problemas anteriormente enunciados indique que hace su comunidad para resolverlos?

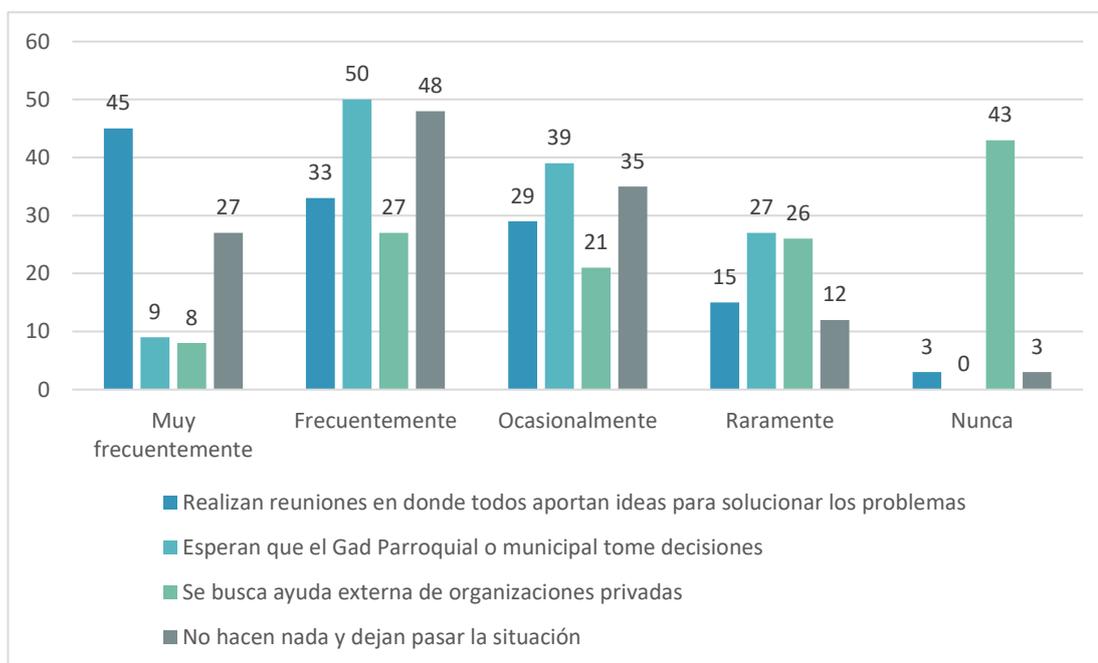
Dimensiones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Realizan reuniones en donde todos aportan ideas para solucionar los problemas	Muy frecuentemente	45	36,0	36,0	36,0
	Frecuentemente	33	26,4	26,4	62,4
	Ocasionalmente	29	23,2	23,2	85,6
	Raramente	15	12,0	12,0	97,6
	Nunca	3	2,4	2,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Esperan que el Gad Parroquial o municipal tome decisiones	Muy frecuentemente	9	7,2	7,2	7,2
	Frecuentemente	50	40,0	40,0	47,2
	Ocasionalmente	39	31,2	31,2	78,4
	Raramente	27	21,6	21,6	100,0
	Nunca	0	0,0	0,0	
Total		125	100,0	100,0	
Se busca ayuda externa de organizaciones privadas	Muy frecuentemente	0	0,0	0,0	0,0
	Frecuentemente	12	9,6	9,6	9,6
	Ocasionalmente	38	30,4	30,4	40,0
	Raramente	33	26,4	26,4	66,4

	Nunca	42	33,6	33,6	100,0
	Total	125	100,0	100,0	
No hacen nada y dejan pasar la situación	Muy frecuentemente	8	6,4	6,4	6,4
	Frecuentemente	27	21,6	21,6	28,0
	Ocasionalmente	21	16,8	16,8	44,8
	Raramente	26	20,8	20,8	65,6
	Nunca	43	34,4	34,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 12. ¿De los problemas anteriormente enunciados indique que hace su comunidad para resolverlos?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: los resultados obtenidos en la quinta pregunta datan que la comunidad en general esperan frecuentemente que los GAD Parroquial y Cantonal tomen las decisiones respecto a los problemas en la comunidad con un porcentaje en su dimensión del 40%, con un porcentaje del 36% la comunidad realiza reuniones en donde todos los miembros de esta aportan sus ideas para solucionar problemas que estén al alcance de los recursos de la comunidad, con un porcentaje del 34% se considera que nunca se ha buscado ayuda externa de organizaciones privadas y con un 34% los encuestados niegan dejar pasar las situaciones problemáticas de la comunidad

por lo que se entiende que siempre hay predisposición y preocupación por los problemas que surgen en la comunidad.

Pregunta 6:

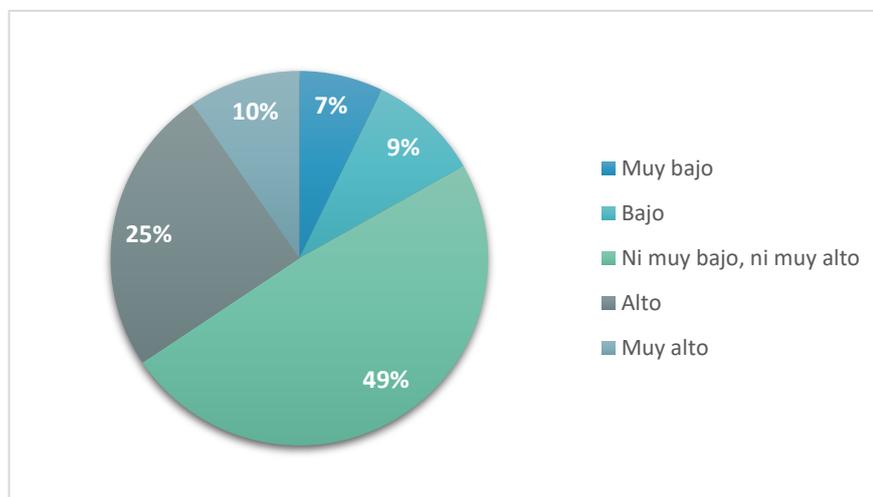
Tabla 21. ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	9	7,2	7,2	7,2
Bajo	12	9,6	9,6	16,8
Ni muy bajo, ni muy alto	61	48,8	48,8	65,6
Alto	31	24,8	24,8	90,4
Muy alto	12	9,6	9,6	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 13. ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: en la sexta pregunta se obtuvieron resultados que indican que la participación de la comunidad se ubica en un punto medio, por lo que se muestra un porcentaje del 49% en la opción, ni muy bajo, ni muy alto, el 25% considera que existe una alta participación comunitaria, en un porcentaje similar del 9.6% los criterios se dividen entre muy alto y bajo y por último con un porcentaje del 7% los

comuneros consideran que las participaciones en minkas son muy bajas. En base a estos resultados es importante recalcar que la mayoría de los proyectos comunitarios son realizados en base a minkas y la unión del trabajo y esfuerzo de la comunidad, sin embargo, se ha mencionado que ya no existe la misma predisposición de trabajar desinteresadamente, sino más bien por el hecho de evitar multas que afecten la economía de los hogares.

Pregunta 7:

Tabla 22. ¿Cómo califica la calidad de líderes que tiene la comunidad?

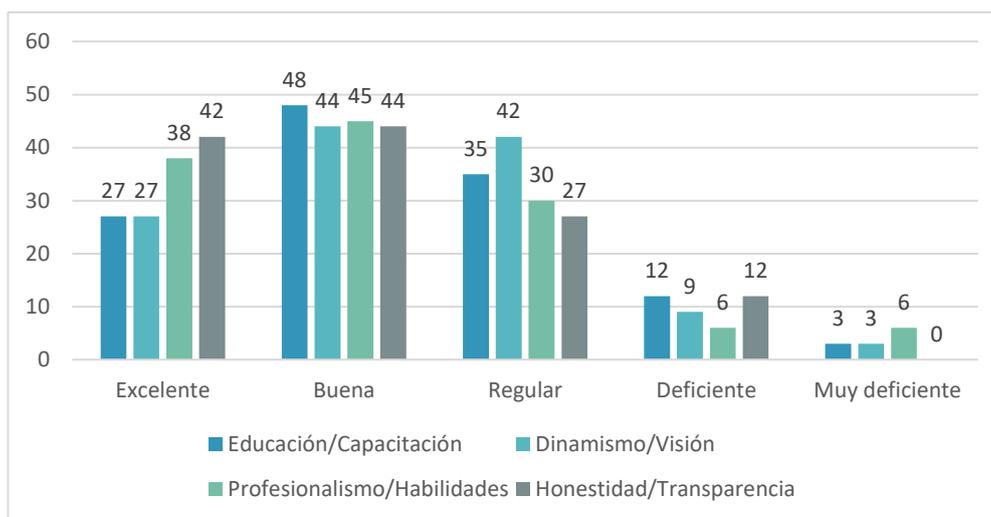
Dimensiones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Educación / Capacitación	Excelente	27	21,6	21,6	21,6
	Buena	48	38,4	38,4	60,0
	Regular	35	28,0	28,0	88,0
	Deficiente	12	9,6	9,6	97,6
	Muy deficiente	3	2,4	2,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Dinamismo / Visión	Excelente	27	21,6	21,6	21,6
	Buena	44	35,2	35,2	56,8
	Regular	42	33,6	33,6	90,4
	Deficiente	9	7,2	7,2	97,6
	Muy deficiente	3	2,4	2,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Profesionalismo / Habilidades	Excelente	38	30,4	30,4	30,4
	Buena	45	36,0	36,0	66,4
	Regular	30	24,0	24,0	90,4
	Deficiente	6	4,8	4,8	95,2
	Muy deficiente	6	4,8	4,8	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Honestidad / Transparencia	Excelente	42	33,6	33,6	33,6
	Buena	44	35,2	35,2	68,8
	Regular	27	21,6	21,6	90,4

Deficiente	12	9,6	9,6	100,0
Muy deficiente	0	0,0	0,0	
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 14. ¿Cómo califica la calidad de líderes que tiene la comunidad?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: los líderes comunitarios son las personas que están al frente de la comunidad en busca de obtener beneficios para la misma sin embargo es necesario conocer como perciben los habitantes de la comunidad el trabajo que estos realizan. En la comunidad de El Quinche los comuneros consideran que los líderes poseen un nivel de educación bueno con un 38% de aceptación, buena capacidad de dinamismo y visión, con un 36% califican de buen profesionalismo y visión, y también con 35% califican como buen proceder en cuanto a honestidad y transparencia. Cabe recalcar que quienes están al frente de la comunidad no perciben ninguna remuneración ni beneficio social por lo que el compromiso y trabajo viene por parte de quienes desean una mejor calidad de vida para todos.

Pregunta 8:

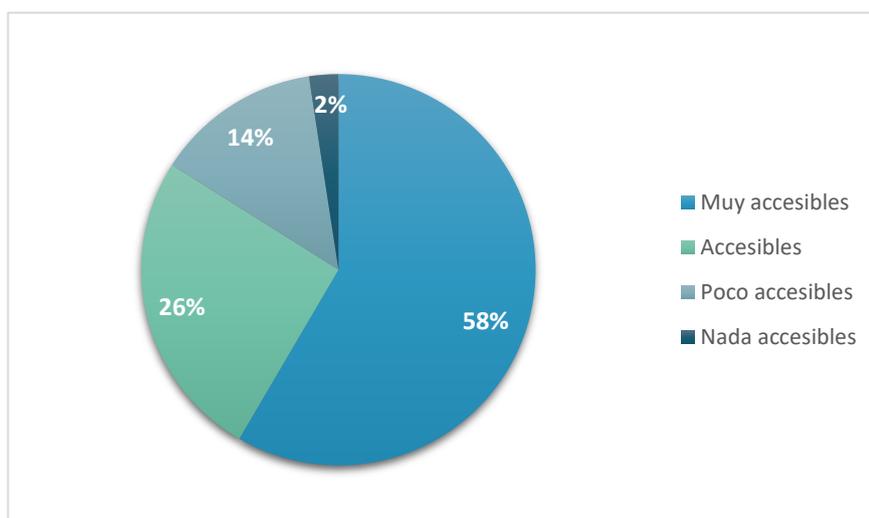
Tabla 23. ¿Qué tan accesible considera usted que son los siguientes servicios: agua, luz, alcantarillado, ¿internet?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy accesibles	73	58,4	58,4	58,4
Accesibles	32	25,6	25,6	84,0
Poco accesibles	17	13,6	13,6	97,6
Nada accesibles	3	2,4	2,4	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 15. ¿Qué tan accesible considera usted que son los siguientes servicios: agua, luz, alcantarillado, ¿internet?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: en cuanto a servicios básicos para muchas comunidades con proyectos inconclusos o sin proyectos, el acceso a servicios básicos es completamente inadmisibles, sin embargo, los encuestados en la comunidad de El Quinche en su mayoría con un 58% respondieron que son muy accesibles, un 26% considera que son accesibles, el 14% considera poco accesibles y solo el 2% considera que no son nada accesibles. La comunidad estudiada actualmente tiene acceso a servicios básicos gracias al trabajo mancomunado, en cuanto al agua el proyecto se realizó gracias al apoyo del Plan Internacional, el servicio de electricidad gracias al trabajo conjunto y el proyecto de alcantarillado con gestión comunitaria y apoyo de los Gad Parroquial y municipal, al ser proyectos propios de la comunidad se han conformado directivas que administran cada proyecto para su continuidad.

Pregunta 9:

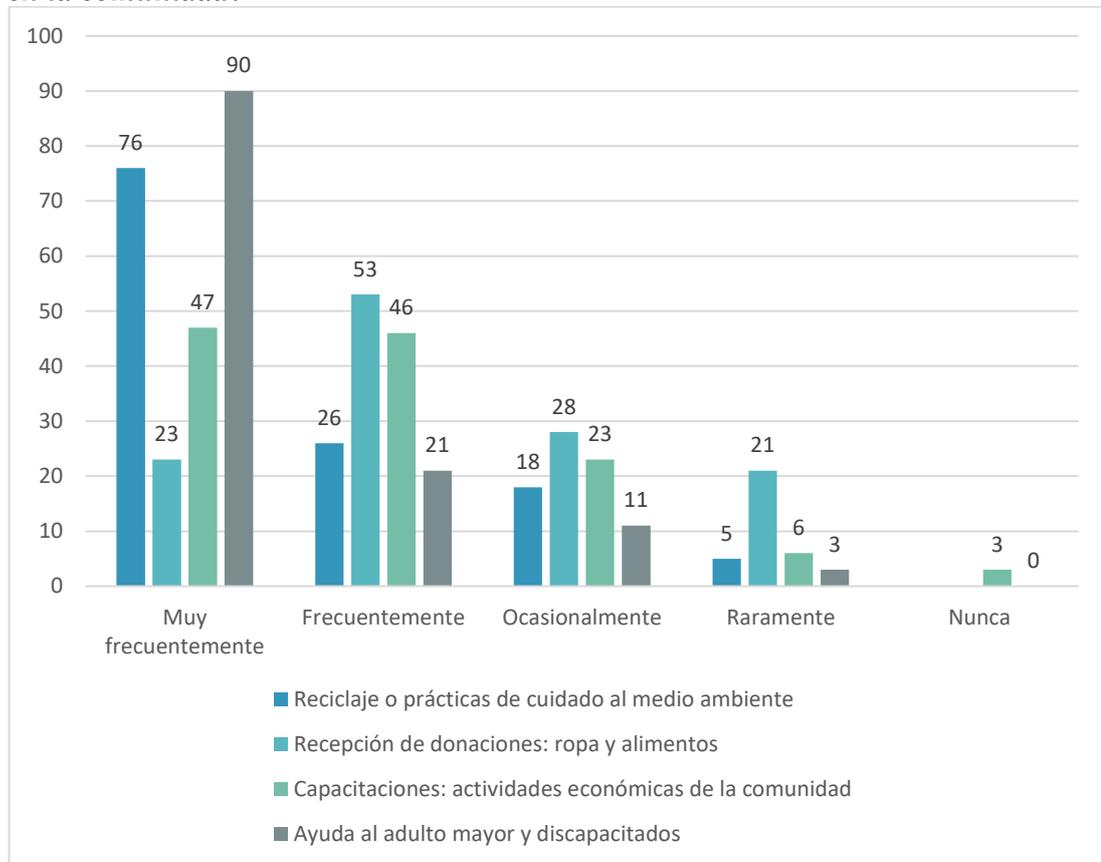
Tabla 24. ¿Con que frecuencia le gustaría que se realicen las siguientes actividades en la comunidad?

Dimensiones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Reciclaje o prácticas de cuidado al medio ambiente	Muy frecuentemente	76	60,8	60,8	60,8
	Frecuentemente	26	20,8	20,8	81,6
	Ocasionalmente	18	14,4	14,4	96,0
	Raramente	5	4,0	4,0	100,0
	Nunca	0	0,0	0,0	
Total		125	100,0	100,0	
Recepción de donaciones: ropa y alimentos	Muy frecuentemente	23	18,4	18,4	18,4
	Frecuentemente	53	42,4	42,4	60,8
	Ocasionalmente	28	22,4	22,4	83,2
	Raramente	21	16,8	16,8	100,0
	Nunca	0	0,0	0,0	
Total		125	100,0	100,0	
Capacitaciones: actividades económicas de la comunidad	Muy frecuentemente	47	37,6	37,6	37,6
	Frecuentemente	46	36,8	36,8	74,4
	Ocasionalmente	23	18,4	18,4	92,8
	Raramente	6	4,8	4,8	97,6
	Nunca	3	2,4	2,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Ayuda al adulto mayor y discapacitados	Muy frecuentemente	90	72,0	72,0	72,0
	Frecuentemente	21	16,8	16,8	88,8
	Ocasionalmente	11	8,8	8,8	97,6
	Raramente	3	2,4	2,4	100,0
	Nunca	0	0,0	0,0	
Total		125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 16. ¿Con que frecuencia le gustaría que se realicen las siguientes actividades en la comunidad?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: la novena pregunta hace referencia a actividades que se podrían ejecutar en la comunidad en donde la comunidad en su mayoría considera que debe ser muy frecuente la ayuda al adulto mayor y discapacitados, con un porcentaje del 90%, el 61% considera que muy frecuentemente se debe realizar prácticas de reciclaje y cuidado del medio ambiente, el 42% considera que se debería realizar recepción de donaciones de ropa y alimentos para las personas más necesitadas. Por otro lado, el 36% desearía recibir capacitación en las diferentes actividades económicas que realizan como por ejemplo el tejido de paja toquilla que es la actividad que más se realiza en la comunidad, así como en el calzado, el cuidado de animales menores, ganado e incluso la agricultura.

Pregunta 10:

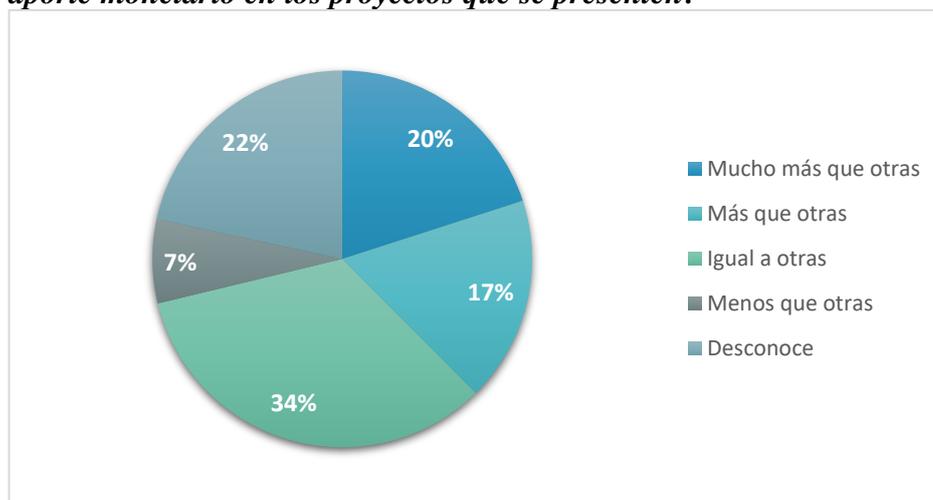
Tabla 25. En comparación a otras comunidades de las cuales usted tenga conocimiento ¿cómo contribuye la comunidad de El Quinche con tiempo, trabajo y aporte monetario en los proyectos que se presenten?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho más que otras	25	20,0	20,0	20,0
	Más que otras	22	17,6	17,6	37,6
	Igual a otras	42	33,6	33,6	71,2
	Menos que otras	9	7,2	7,2	78,4
	Desconoce	27	21,6	21,6	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 17. En comparación a otras comunidades de las cuales usted tenga conocimiento ¿cómo contribuye la comunidad de El Quinche con tiempo, trabajo y aporte monetario en los proyectos que se presenten?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: la comparación con otras comunidades puede ser utilizado como motivación a querer alcanzar lo mismo o superar el desarrollo, la comunidad de el Quinche considera que la contribución de la comunidad es igual que otras con un 34% de respuesta, aunque con porcentaje alto del 22% mencionaron que desconocer como es el aporte en otras comunidades, el 20% considera que la participación es mucho más alta que en otras comunidades, el 17% considera que se participa más que otras y solo el 7% considera que la participación es menos que otras. En el marco de

esta pregunta la mayoría de encuestados asociaban la comparación entre otras comunidades de la parroquia La Unión, si bien existe mayor participación y desempeño en el trabajo comunitario en el Quinche a comparación de otras comunidades aún existen proyectos que requieren de mayor esfuerzo para culminarlos.

Pregunta 11:

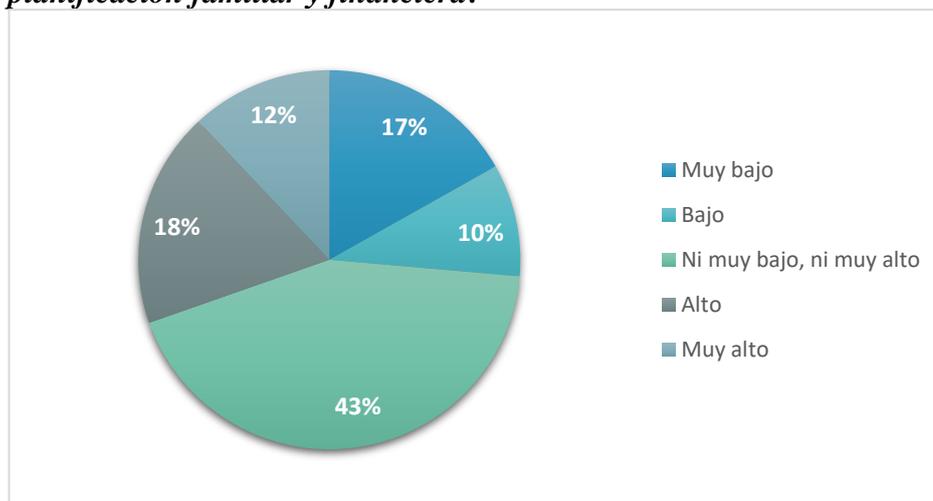
Tabla 26. ¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bajo	21	16,8	16,8	16,8
Bajo	12	9,6	9,6	26,4
Ni muy bajo, ni muy alto	54	43,2	43,2	69,6
Alto	23	18,4	18,4	88,0
Muy alto	15	12,0	12,0	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 18. ¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: los proyectos sociales más influyentes en la comunidad han sido los proyectos de agua potable y entubada, alcantarillado y el cementerio que

han permitido un gran desarrollo en la comunidad sin embargo los comuneros aún consideran que no ha influido mayormente algún proyecto social en su calidad de vida ya que la intervención de proyectos como medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera han sido escasos por lo cual se obtuvieron los siguientes resultados, ni muy bajo, ni muy alto con un 43% de respuesta, 18% consideran que es alta la influencia de proyectos sociales, 17% consideran que la influencia es muy baja, el 12% considera que si ha tenido un alto impacto en su calidad de vida y el 10% considera que la influencia es baja.

Pregunta 12:

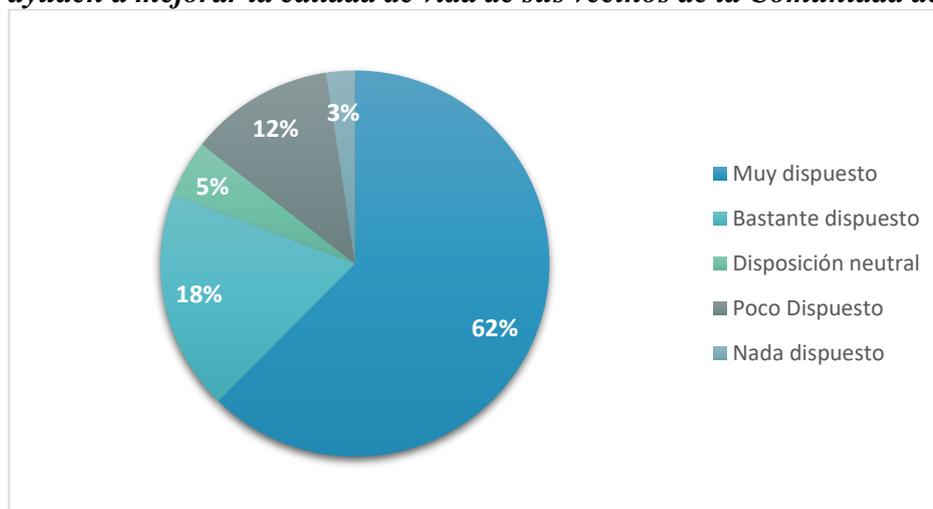
Tabla 27. ¿Qué tan dispuesto estaría usted a participar en campañas sociales que ayuden a mejorar la calidad de vida de sus vecinos de la Comunidad de el Quinche?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy dispuesto	78	62,4	62,4	62,4
	Bastante dispuesto	23	18,4	18,4	80,8
	Disposición neutral	6	4,8	4,8	85,6
	Poco Dispuesto	15	12,0	12,0	97,6
	Nada dispuesto	3	2,4	2,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 19. ¿Qué tan dispuesto estaría usted a participar en campañas sociales que ayuden a mejorar la calidad de vida de sus vecinos de la Comunidad de el Quinche?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: la pregunta doce permite conocer la disposición de los encuestados a participar en futuros proyectos que permitan el desarrollo de la comunidad en donde el 62% se muestra muy dispuesto a participar en campañas sociales, el 18% se muestra bastante, el 12% se muestra poco dispuesto, y como en todo proyecto existen minorías que no siempre están de acuerdo con participar y apoyar proyectos, se muestra una disposición neutral del 5% y nada dispuestos a participar en proyectos sociales con un porcentaje del 3%. Los resultados obtenidos en esta encuesta indican que si se ejecuta algún proyecto social en su mayoría los habitantes de la comunidad de el Quinche participarán.

Pregunta 13:

Tabla 28. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted frecuentemente se informa de cualquier noticia que se genere en la comunidad?

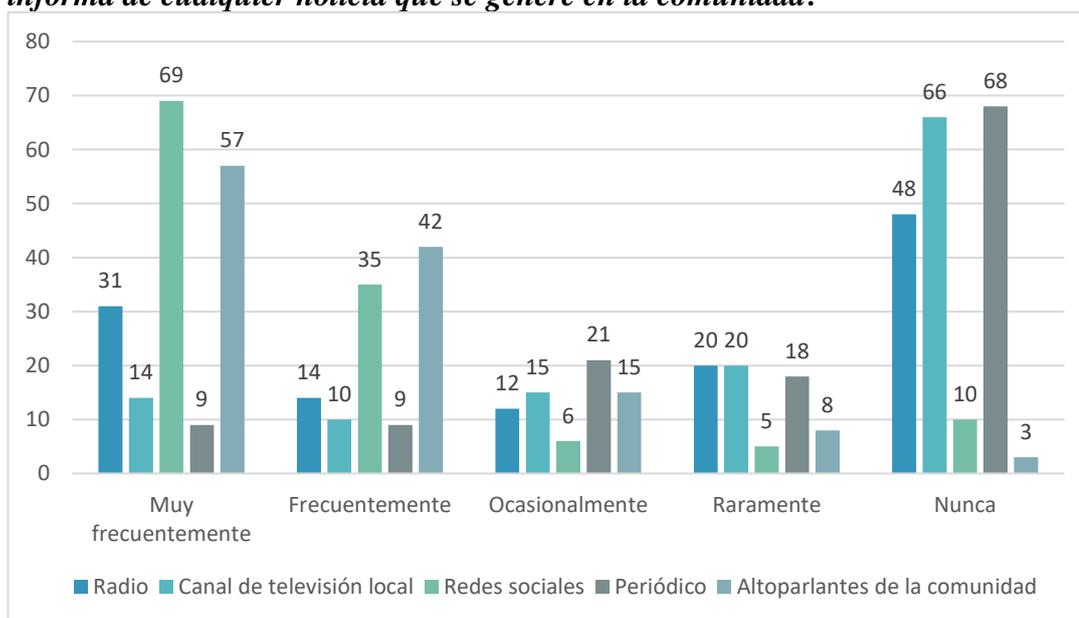
Dimensiones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio	Muy frecuentemente	31	24,8	24,8	24,8
	Frecuentemente	14	11,2	11,2	36,0
	Ocasionalmente	12	9,6	9,6	45,6
	Raramente	20	16,0	16,0	61,6
	Nunca	48	38,4	38,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Canal de televisión local	Muy frecuentemente	14	11,2	11,2	11,2
	Frecuentemente	10	8,0	8,0	19,2
	Ocasionalmente	15	12,0	12,0	31,2
	Raramente	20	16,0	16,0	47,2
	Nunca	66	52,8	52,8	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Redes sociales	Muy frecuentemente	69	55,2	55,2	55,2
	Frecuentemente	35	28,0	28,0	83,2
	Ocasionalmente	6	4,8	4,8	88,0
	Raramente	5	4,0	4,0	92,0
	Nunca	10	8,0	8,0	100,0
Total		125	100,0	100,0	

Periódico	Muy frecuentemente	9	7,2	7,2	7,2
	Frecuentemente	9	7,2	7,2	14,4
	Ocasionalmente	21	16,8	16,8	31,2
	Raramente	18	14,4	14,4	45,6
	Nunca	68	54,4	54,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	
Altoparlantes de la comunidad	Muy frecuentemente	57	45,6	45,6	45,6
	Frecuentemente	42	33,6	33,6	79,2
	Ocasionalmente	15	12,0	12,0	91,2
	Raramente	8	6,4	6,4	97,6
	Nunca	3	2,4	2,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Figura 20. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted frecuentemente se informa de cualquier noticia que se genere en la comunidad?



Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación: el marketing social tiene la función principal de comunicar, por lo que es necesario buscar los medios adecuados para transmitir el mensaje social que implicará mejorar la calidad de vida de quienes integren un proyecto, por lo tanto la pregunta trece muestra que los medios más utilizados para conocer las noticias y comunicados en la comunidad son redes sociales con una frecuencia alta de 55% y

28% de aceptación en su rango, segundo se utilizan también los alto parlantes de la comunidad en donde en su categoría alcanzó el 46% y 37% de aceptación de frecuencia de comunicación aunque se mencionó que no siempre se alcanza a escuchar en todos los barrios debido por la constitución geográfica de la comunidad que interrumpe el sonido de la transmisión, por otro lado según las respuestas indican que no se podría utilizar medios como radio, televisión y periódico por la baja aceptación o uso que tienen estos medios en los habitantes de la comunidad.

3.2. Verificación de hipótesis

La verificación o comprobación de hipótesis permite tomar una decisión acerca de los resultados de la investigación y conocer si los resultados son efectos aleatorios o si son reales, el contraste de la hipótesis planteada es de tipo independencia porque se requiere analizar si las variables desarrollo comunitario y marketing social se relacionan en la población de estudio que es la comunidad de El Quinche. Para la verificación de la hipótesis se tomaron en cuenta dos preguntas de la encuesta aplicada, estas son:

- Pregunta 6: ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?
- Pregunta 11: ¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?

Prueba de hipótesis general

H1: El desarrollo comunitario se relaciona significativamente con el marketing social en la Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg

Ho: El desarrollo comunitario no se relaciona significativamente con el marketing social en la Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg

Calculo chi – chi cuadrado

Por medio del cálculo del chi-cuadrado permite comprobar la hipótesis a través de la distribución de frecuencias de las preguntas de las dos dimensiones analizadas en este proyecto que son las preguntas 6 y 11, el análisis se ha realizado en el programa estadístico SPSS, cuyos valores se pueden observar en la Tabla 29.

Tabla 29. Tabla cruzada ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad? *¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado

¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?			Muy bajo	Bajo	Ni muy bajo, ni muy alto	Alto	Muy alto	Total
¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	Muy bajo	Recuento	9	0	0	0	0	9
		% dentro de ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Bajo	Recuento	0	6	6	0	0	12
		% dentro de ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Ni muy bajo, ni muy alto	Recuento	6	6	30	14	5	61
		% dentro de ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	9,8%	9,8%	49,2%	23,0%	8,2%	100,0%
	Alto	Recuento	6	0	12	6	7	31
		% dentro de ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	19,4%	0,0%	38,7%	19,4%	22,6%	100,0%
	Muy alto	Recuento	0	0	6	3	3	12
		% dentro de ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%	100,0%
	Total	Recuento	21	12	54	23	15	125
		% dentro de ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?	16,8%	9,6%	43,2%	18,4%	12,0%	100,0%

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: SPSS

Tabla 30. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	85,876 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	74,208	16	,000
Asociación lineal por lineal	26,412	1	,000
N de casos válidos	125		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,86.

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: SPSS

Interpretación: en la Tabla 30 se muestra los valores calculados del Chi-cuadrado en donde se trabajó con 16 grados de libertad y un error del 5%, Los cálculos realizados en el sistema de análisis estadístico SPSS indica un valor crítico observado de .000 el cual es menos que 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa planteada por lo tanto el desarrollo comunitario se relaciona significativamente con el marketing social en la Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg.

Una vez aprobada la hipótesis alternativa como resultado se puede decir que la participación de la comunidad en proyectos sociales es trascendental para el desarrollo comunitario, también se puede acotar que impulsar proyectos que permitan a los habitantes de la comunidad de el Quinche tener una participación activa ayudará a que estos busquen alternativas que mejoren su calidad de vida, se eviten los problemas captados en esta investigación tales como migración, delincuencia, drogas, entre otras que solo disminuye las oportunidades de los hogares.

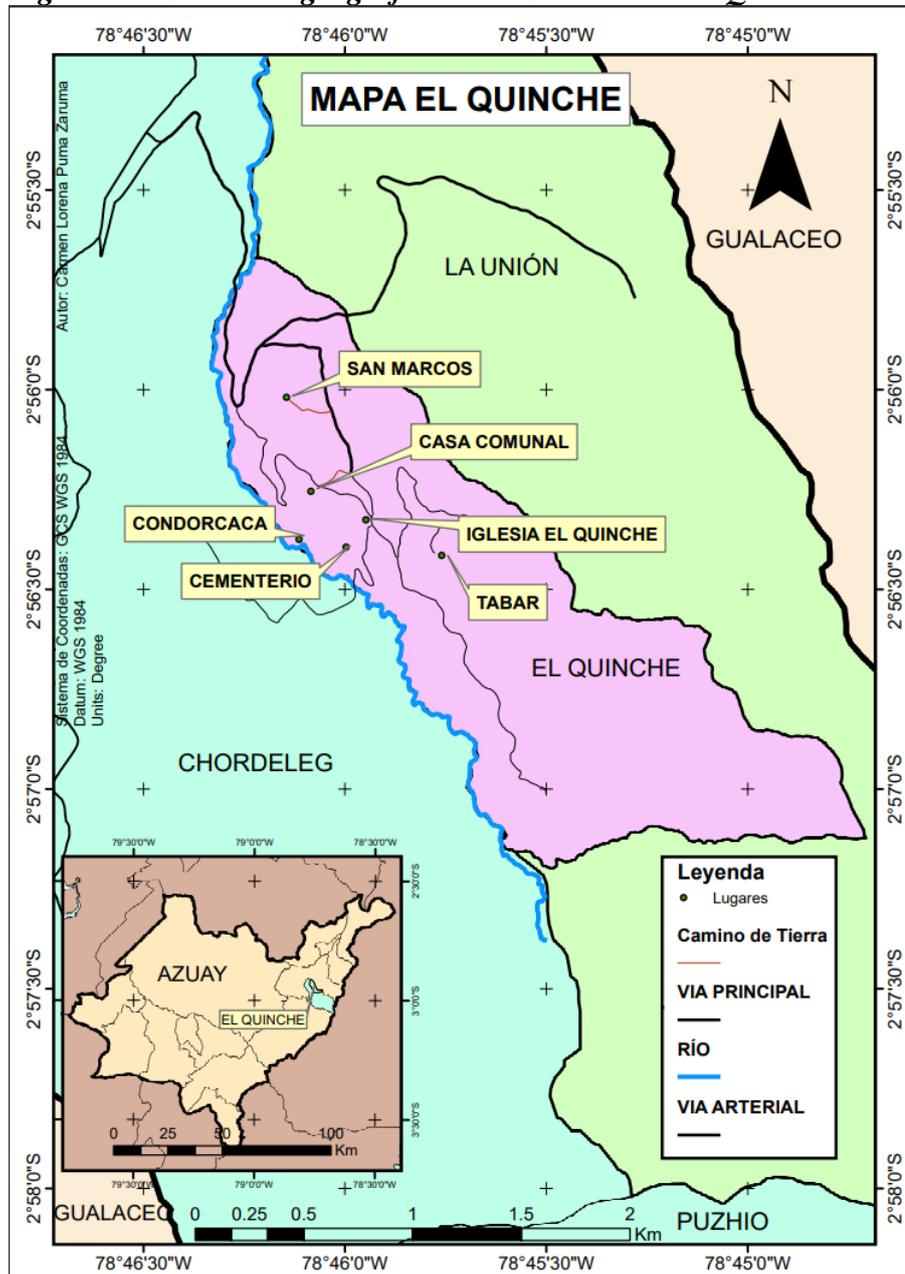
3.3 Descripción de resultados

En la descripción de resultados se realizará la descripción de la comunidad de El Quinche y el planteamiento del análisis FODA y la Matriz DAFO como complemento al proyecto de investigación.

3.3.1 Descripción de la comunidad

Límites geográficos de la comunidad

Figura 21. Ubicación geográfica de la Comunidad El Quinche



Elaborado por: Puma, C (2022)

Los límites geográficos de la Comunidad de El Quinche son los siguientes:

- Norte: Shabalula
- Noreste: Chordeleg
- Sur: Rio Punguayco
- Este: Quebrada de Llulin
- Sur Este: Mancomunidad del Collay

Uso del suelo

La comunidad de El Quinche tiene como finalidad usar el suelo se destina al cultivo de maíz, hortalizas, potreros y páramos. La comunidad cuenta con los siguientes tipos de suelo: vertisol e inceptisol; El primero hace referencia a suelos arcillosos con material de arcilla expandible los cuales en invierno son pesados para el cultivo y duros en época de sequía por lo que dificulta el cultivo, por otro lado el suelo de tipo inceptisol se deriva de depósitos fluviónicos es decir está formado por quebradas.

Clases agrológicas

En la comunidad y la parroquia de estudio se tienen cinco clases agrícolas que se indican a continuación:

Tabla 31. Clases Agrícolas de la Comunidad El Quinche

Clases Agrícolas	Porcentaje
Clase III: Posibilidad de cultivos restringidas por los altos costos de manejo del suelo y agua	0.17%
Clase IV: Permite trabajar la tierra ocasionalmente por lo que no se puede realizar cultivos intensivos	18.81%
Clase V: Suelo no adecuado para el cultivo porque se encuentran en pendientes planas y suaves además de tener limitaciones de pedregosidad.	6.79%
Clase VI: Suelo cubierto de pastos en pendientes, no se puede utilizar maquinaria, pendientes poco pedregosas, las limitaciones podrían ser el riego del cultivo.	0.36%
Clase VII: Pendientes bastante inclinadas y pedregosos	64.23%

Clase VIII: Áreas con vegetación arbustiva, estas áreas evitan la erosión del suelo y mantienen la vida silvestre, además son fuentes de agua que benefician a la comunidad	6.23%
---	-------

Fuente: (GAD Parroquial La Unión, GAD Municipal Chordeleg, 2018)

Adaptado por: Puma, C (2022)

Tiempo de existencia de la comunidad

Según relatos de los adultos mayores de la comunidad el primer asentamiento en la comunidad de el Quinche se dio desde hace más de 150 años, cuyos primeros habitantes encontraron un lugar seguro y tranquilo para vivir, el nombre el Quinche como tal se da en honor a la Virgen del Quinche con la construcción de la iglesia en su nombre en el año de 1974.

Líderes Comunitarios

Tabla 32. Líderes comunitarios de los proyectos de la comunidad El Quinche.

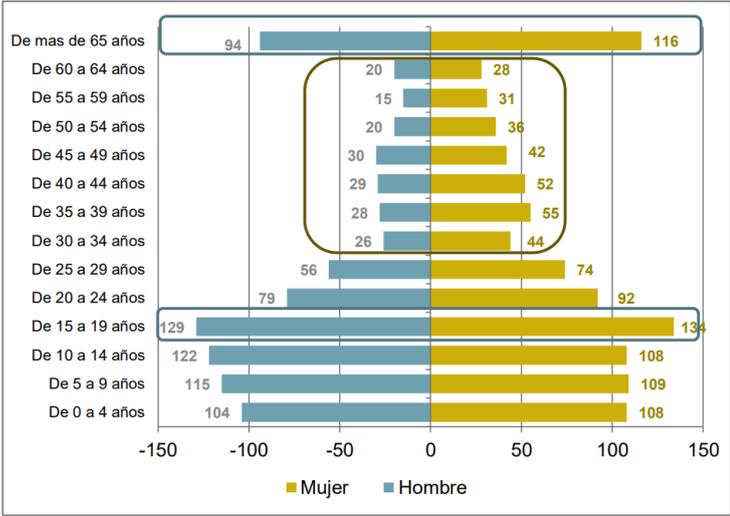
Proyecto	Representante	Cargo	Periodo
Agua Potable	Sra. Fabiola Borja	Presidente	2021-2022
Agua Entubada	Sra. Nancy Cajamarca	Presidente	2021-2022
Alcantarillado	Sra. Luz Quiroga		2021-2022
Consejo Pastoral	Sra. Elsa Guaraca	Presidente	2021-2022
Comité Central de El Quinche	Sr. Kleber Puma	Presidente	2021-2023
Miembros activos de la comunidad	Sra. Esther Zaruma	Secretaria del comité central	2021-2023
	Sr. Isaac	Vocal del Comité Central	2021-2023
	Sra. Libia Cajamarca	Tesorera	2021-2023

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

Demografía

Tabla 33. Demografía de la comunidad El Quinche.

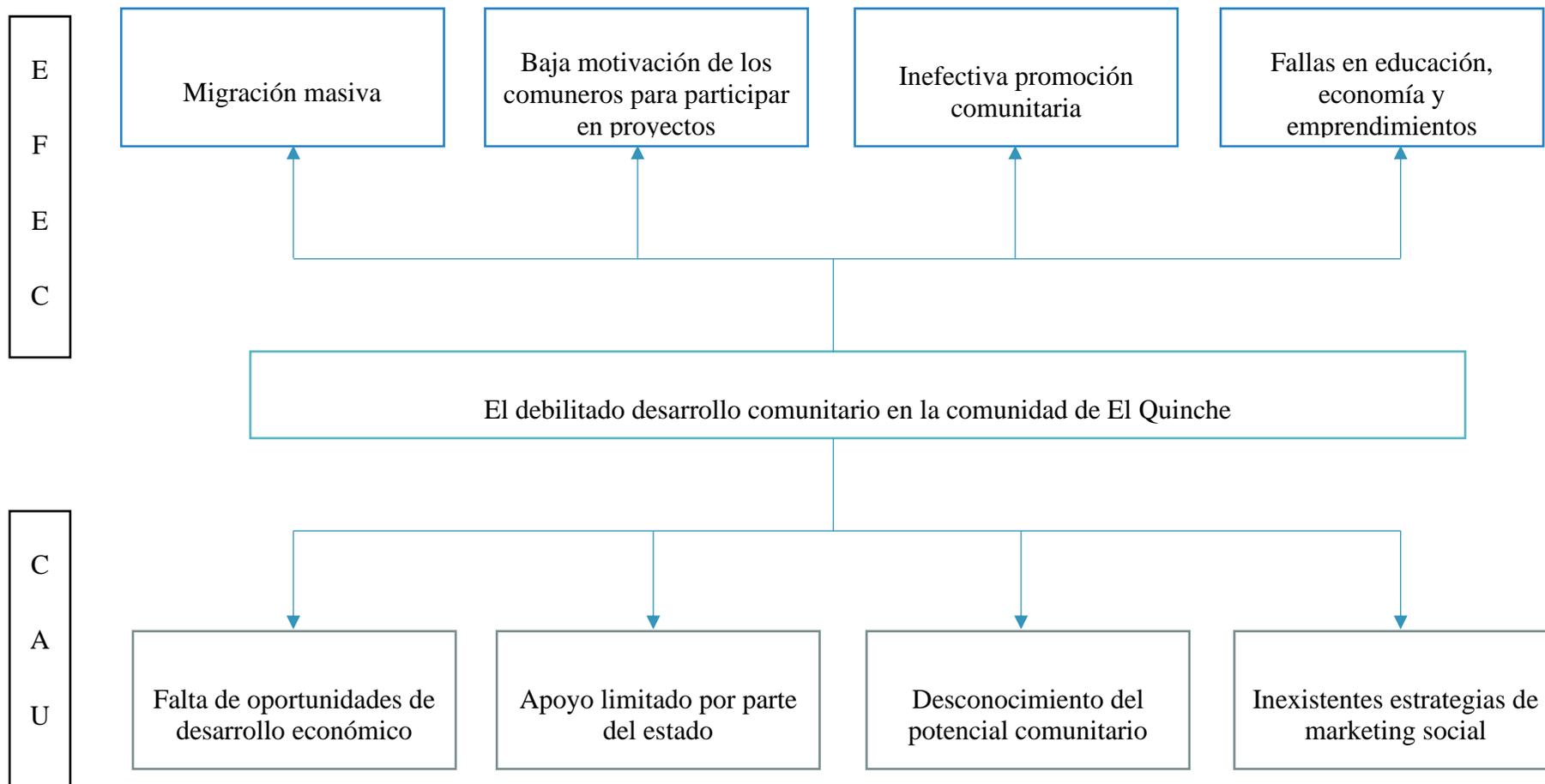
Característica	Descripción																																													
Constitución étnica	Mestizo/a 96.36%																																													
Proporción de hombres	Índice de masculinidad: 84.30%																																													
Proporción de mujeres	Índice de feminidad 118.70%																																													
Rango de Edad: pirámide poblacional	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rango de Edad</th> <th>Hombres</th> <th>Mujeres</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>De mas de 65 años</td> <td>94</td> <td>116</td> </tr> <tr> <td>De 60 a 64 años</td> <td>20</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>De 55 a 59 años</td> <td>15</td> <td>31</td> </tr> <tr> <td>De 50 a 54 años</td> <td>20</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>De 45 a 49 años</td> <td>30</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>De 40 a 44 años</td> <td>29</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>De 35 a 39 años</td> <td>28</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>De 30 a 34 años</td> <td>26</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>De 25 a 29 años</td> <td>56</td> <td>74</td> </tr> <tr> <td>De 20 a 24 años</td> <td>79</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td>De 15 a 19 años</td> <td>129</td> <td>134</td> </tr> <tr> <td>De 10 a 14 años</td> <td>122</td> <td>108</td> </tr> <tr> <td>De 5 a 9 años</td> <td>115</td> <td>109</td> </tr> <tr> <td>De 0 a 4 años</td> <td>104</td> <td>108</td> </tr> </tbody> </table>	Rango de Edad	Hombres	Mujeres	De mas de 65 años	94	116	De 60 a 64 años	20	28	De 55 a 59 años	15	31	De 50 a 54 años	20	36	De 45 a 49 años	30	42	De 40 a 44 años	29	52	De 35 a 39 años	28	55	De 30 a 34 años	26	44	De 25 a 29 años	56	74	De 20 a 24 años	79	92	De 15 a 19 años	129	134	De 10 a 14 años	122	108	De 5 a 9 años	115	109	De 0 a 4 años	104	108
Rango de Edad	Hombres	Mujeres																																												
De mas de 65 años	94	116																																												
De 60 a 64 años	20	28																																												
De 55 a 59 años	15	31																																												
De 50 a 54 años	20	36																																												
De 45 a 49 años	30	42																																												
De 40 a 44 años	29	52																																												
De 35 a 39 años	28	55																																												
De 30 a 34 años	26	44																																												
De 25 a 29 años	56	74																																												
De 20 a 24 años	79	92																																												
De 15 a 19 años	129	134																																												
De 10 a 14 años	122	108																																												
De 5 a 9 años	115	109																																												
De 0 a 4 años	104	108																																												
Estatus económico	<p>Se ha tomado en cuenta el porcentaje de la pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A nivel parroquial: 81.20% ▪ Comunidad de El Quinche: 100% 																																													
Nivel de Educación	<p>Según los registros del INEC 2010, el nivel de la educación se constituye de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 63% Primaria ▪ 23% Educación Básica ▪ 8% Secundaria ▪ 1% Educación Superior 																																													
Analfabetismo	<p>De 15 a 64 años</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hombres ▪ Mujeres: 																																													

Elaborado por: Puma, C (2022)

Fuente: Investigación

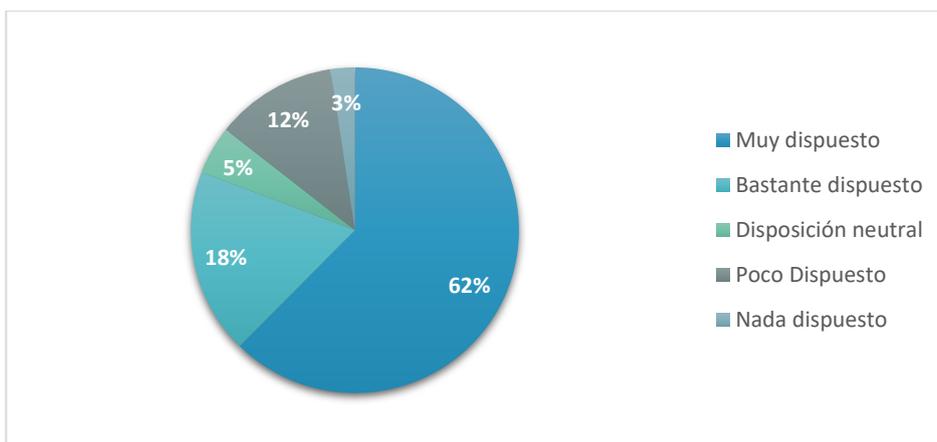
Problemas en la comunidad

Figura 22. Problemas de la comunidad de El Quinche



Niveles de compromiso y moral

De acuerdo con la encuesta aplicada el 62.4% de la población respondió que estaría muy dispuestos a participar en los proyectos que se puedan ejecutar en la comunidad, lo cual genera una perspectiva positiva a futuro.



Realizado por: Puma, C (2022)

Aliados Claves y Rivales

Tabla 34. Aliados claves y rivales

Dimensión	Actores
Financiamiento de proyectos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD Municipal de Chordeleg ▪ GAD parroquial de la parroquia La Unión ▪ Donaciones de migrantes ▪ Aportes de los habitantes de la comunidad
Áreas de afección	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Derrumbes en las riberas del río Yurac Cocha por lluvias torrenciales ▪ Derrumbes en la vía antigua que parte de la Y de la Unión hacia el Quinche la cual constituye fallas geológicas
Rivales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Minorías opositoras a proyectos de sociales y de desarrollo comunitario. ▪ Jóvenes desorientados

Realizado por: Puma, C (2022)

3.3.2 Análisis DAFO

Tabla 35. Análisis DAFO

Comunidad "El Quinche"		Análisis D.A.F.O.		2022
		Pueden generar PROBLEMAS	Pueden generar VENTAJAS COMPETITIVAS	
INTERNAS	D	Debilidades	F	Fortalezas
	1	Disminución del potencial productivo comunitario	1	Mano de obra calificada en las distintas profesiones de la comunidad
	2	Presupuesto limitado para proyectos	2	Servicio de agua potable y alcantarillado propios
	3	Escasos medios de transporte	3	Zonas viales de fácil acceso
	4	Jóvenes desorientados en el trabajo comunitario	4	Predisposición de interactuar en el entorno comunitario
	5	Desinterés por el cuidado y protección del medio Ambiente	5	Atractivos y recursos naturales insaturados
EXTERNAS	A	Amenazas	O	Oportunidades
	1	Migración masiva a Estados Unidos y Europa	1	Contratación del personal altamente productivo
	2	Normas rigurosas por parte del Estado	2	ONG presentes en el Ecuador que ayudan a tecnificar los proyectos comunitarios
	3	Descoordinación de los GAD para dar mantenimiento vial	3	Presupuestos designados para mantenimiento vial
	4	Rivales decididos a obstaculizar el progreso de la comunidad	4	Apertura al desarrollo personal y profesional
	5	Propenso a zona de derrumbes por lluvias torrenciales	5	Propuestas de proyectos de turismo comunitario del GAD parroquial

Realizado por: Puma, C (2022)

Tabla 36. Matriz DAFO - comunidad de El Quinche

DAFO		Oportunidades		Amenazas	
		1	Contratación del personal altamente productivo	1	Migración masiva a Estados Unidos y Europa
		2	ONG presentes en el Ecuador que ayudan a tecnificar los proyectos comunitarios	2	Normas rigurosas por parte del Estado
		3	Presupuestos designados para mantenimiento vial	3	Descoordinación de los GAD para dar mantenimiento vial
		4	Apertura al desarrollo personal y profesional	4	Rivales decididos a obstaculizar el progreso de la comunidad
		5	Propuestas de proyectos de turismo comunitario del GAD parroquial	5	Propenso a zona de derrumbes por lluvias torrenciales
Fortalezas		Estrategias OFENSIVAS		Estrategias DEFENSIVAS	
1	Mano de obra calificada en las distintas profesiones de la comunidad	1	Capacitaciones constantes en temas laborales	1	Bolsa de empleo comunitaria
2	Servicio de agua potable y alcantarillado propios	2	Mejoramiento del proyecto de agua potable	2	Legalización del proyecto de agua y que este comité sea jurídico.
3	Zonas viales de fácil acceso	3	Mantenimiento vial de la comunidad	3	Mantenimiento de las vías Quillosa y Tabar
4	Predisposición de interactuar en el entorno comunitario	4	Participación de los jóvenes	4	Participación comunitaria
5	Atractivos y recursos naturales insaturados	5	Turismo comunitario	5	Atractivos turísticos seguros
Debilidades		Estrategias REORIENTACIÓN		Estrategias SUPERVIVENCIA	
1	Disminución del potencial productivo comunitario	1	Conocimientos ancestrales y propios de la comunidad	1	Atención integral a las familias desintegradas por la migración
2	Presupuesto limitado para proyectos	2	Materiales de construcción para proyectos	2	Capacitación y asesoría en el manejo de recursos
3	Escasos medios de transporte	3	Mantenimiento de caminos vecinales	3	Integrar una ruta del servicio de transporte público
4	Jóvenes desorientados en el trabajo comunitario	4	Importancia del desarrollo comunitario y proyectos sociales	4	Ciclo del cambio
5	Desinterés por el cuidado y protección del medio Ambiente	5	Importancia del cuidado del medio ambiente	5	Protección de áreas naturales

Realizado por: Puma, C (2022)

Tabla 37. Planteamiento de estrategias de marketing social y desarrollo comunitario

Variable	Estrategias	Actividades	Tiempos propuestos	Financiamiento	Presupuesto
Marketing Social	Participación de los jóvenes	Organizar campeonatos deportivos en donde los jóvenes sean los protagonistas. Actividades de recreación e integración al aire libre en las cuencas del río Yurac Cocha	Anual	Empresas privadas Donación de migrantes Habitantes de la comunidad	\$1500
	Bolsa de empleo comunitaria	Crear una bolsa de empleo con los currículos de los habitantes de la comunidad para que puedan ser elegidos por los empleadores en donde se respeten sus derechos Crear páginas en redes sociales en donde se compartan los currículos de las personas que requieran trabajo y a su vez que se permitan publicar las ofertas laborales	Mensuales	Líderes comunitarios Voluntarios	\$0.00
	Legalización del proyecto de agua	Proponer la legalización del proyecto de agua y que este comité sea jurídico. Asesoramiento con expertos en temas legales	Dos años	ONG ARCA GAD parroquial GAD Municipal Habitantes de la comunidad	\$0.00
	Protección de áreas naturales	Continuar con el proyecto manitos en acción, que incluye a niños de todas las edades Realizar charlas demostrativas de la importancia de los valores en la sociedad	Mensuales	Líderes comunitarios Cholita Unionense Reina de La Unión Voluntarios Profesionales miembros de la mancomunidad El Collay	\$25 Materiales de limpieza Refrigerios
	Participación comunitaria	Organizar campañas de inclusión con la participación de líderes y opositores para conocer los diferentes puntos de vista y llegar a un acuerdo común	Semestral	Habitantes de la comunidad Líderes comunitarios	\$20 Refrigerios para participantes

		Crear mesas de dialogo			
	Conocimientos ancestrales y propios de la comunidad	Impulsar y promover en las nuevas generaciones los conocimientos ancestrales y propios de la comunidad Capacitación por parte de la población longeva a la juventud de la comunidad	Anual	Habitantes de la comunidad	\$20 Refrigerios para participantes
	Importancia del cuidado del medio ambiente	Capacitación para la comunidad en general con temas del cuidado del medio ambiente Dar a conocer la importancia del cuidado de los páramos, bosques y tierra	Trimestral	Profesionales miembros de la mancomunidad El Collay Personal del GAD Municipal y Parroquial	\$60 Refrigerios para participantes
	Atención integral a las familias desintegradas por la migración	Brindar atención integral a las familias desintegradas por la migración para evitar conductas y comportamientos negativos Campañas de ayuda psicológica para mitigar el impacto de la migración en niños y jóvenes	Trimestral	Acción Municipal Chordeleg	\$0.00
	Ciclo del cambio	Elaborar un plan estructurado que promueva el autoconocimiento, aprendizaje, trabajo comunitario y comunicación efectiva para cambiar perspectivas erróneas Entender las necesidades e intereses comunitarios Desarrollar las habilidades de los integrantes y lideres de la comunidad	Anual	Cooperativa Jardín Azuayo Lideres comunitarios Público en general	\$60 Refrigerios y transporte
Desarrollo Comunitario	Capacitaciones constantes en temas laborales	Crear espacios de interacción con el sector privado y la comunidad con capacitaciones constantes en temas laborales	Cuatrimestral	Empresas privadas Habitantes de la comunidad	\$30 Refrigerios para participantes
	Mejoramiento del proyecto de agua potable	Gestionar convenios entre los comités de agua y las ONG que brinden soporte al proyecto de agua potable Brindar mayor abastecimiento de agua a la comunidad El Quinche	Cuatro años	ONG ARCA GAD parroquial GAD Municipal Habitantes de la comunidad	\$15.000

Mantenimiento vial	Gestionar y controlar que el presupuesto asignado para el mantenimiento vial de la comunidad sea respetado Participar en la rendición de cuentas	Trimestralmente: rendición de cuentas	Líderes comunitarios	\$10 Costos de transporte
Turismo comunitario	Planificar el proyecto de turismo comunitario que incluyan los sectores de Tabar y la Laja de Condor Caca Estudio de factibilidad para la construcción de tarabita y mirador Construcción de una tarabita en la Laja de Condor Caca Construcción de un mirador Turístico en Tabar Plan integral de control, seguridad y señalización	Cuatro años	GAD parroquial GAD Municipal Habitantes de la comunidad	\$10.000
Atractivos turísticos seguros	Diseñar atractivos turísticos seguros para los visitantes con señalización que indiquen las zonas de peligro Colocar señalización e identificativos de las áreas turísticas	Dos años	GAD parroquial GAD Municipal Habitantes de la comunidad	\$3.000
Integrar una ruta del servicio de transporte público	Gestionar mediante oficios a los GAD y compañía de transporte Chordeleg que se incluya a la comunidad El Quinche en los recorridos de la mañana y tarde. Mejorar las condiciones de las carreteras para que puedan ser consideradas dentro del servicio de transporte público	Semanales	GAD Municipal GAD Parroquial Habitantes de la Comunidad Servicio de Transporte Público Chordeleg	\$0.00
Importancia del desarrollo comunitario y proyectos sociales	Dar a conocer a los jóvenes la importancia del desarrollo comunitario y enseñarles el manejo de los recursos a través de charlas	Semestral	Líderes comunitarios Habitantes de la comunidad	\$0.00
Acuerdos con los GAD que garanticen la atención vial	Elaborar planes de contingencia para vialidad mediante un acuerdo con los GAD que garanticen la atención vial	Cuatro años de gobierno parroquial y municipal	GAD parroquial GAD Municipal Habitantes de la comunidad	\$0.00

	Materiales de construcción para proyectos	Buscar donaciones y ayuda con materiales por parte de los GAD	Semestral	Líderes comunitarios	\$0.00
	Mantenimiento de caminos vecinales	Mingas de limpieza de cunetas y veredas	Semestral	Habitantes de la comunidad	\$30 Refrigerios para participantes
	Capacitación y asesoría en el manejo de recursos	Buscar capacitación y asesoría en el manejo de recursos para los líderes comunitarios de todos los proyectos vigentes y futuros de la comunidad	Anual	Cooperativa Jardín Azuayo	\$0.00
	Mantenimiento de las vías Quillosisa y Tabar	Gestionar a los Gad municipal y parroquial la atención vial a los sectores Tabar la cual conduce a los tanques de agua que abastecen a la comunidad y a Quisillosisa sector ganadero.	Semestral	Líderes Comunitarios	\$10 Transporte

Realizado por: Puma, C (2022)

El presupuesto anual requerido para ejecutar las estrategias de desarrollo comunitario y marketing social antes planteadas corresponde a \$9.940.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Sobre la base de las ideas expuestas en este proyecto de investigación se puede concluir que el desarrollo comunitario se enfoca en analizar todos los aspectos de una comunidad ya sean geográficos, demográficos, económicos, sociales, entre otros y potenciar todo aquello que le pertenece siempre y cuando exista la participación comunitaria. Por otro el marketing social es una herramienta para cambiar los comportamientos y actitudes negativas de las personas a través de la comunicación efectiva y con proyectos que socialicen actividades para generar el cambio.
- A través del estudio de base participativo se consiguió obtener información real de la situación de la comunidad, en donde gracias a la participación de los líderes comunitarios en asambleas generales se ha podido recopilar información trascendental para el planteamiento del problema y la generación de posibles soluciones a esta problemática, además este estudio permitió conocer también la perspectiva de los habitantes de la comunidad los cuales se mostraron abiertos a la participación en proyectos que beneficien a la comunidad.
- Desde la perspectiva del estado del arte las variables marketing social y desarrollo comunitario comparten un objetivo en común que es mejorar la calidad de vida de un grupo objetivo, desde este punto se parte la premisa de que ambas variables están ligadas, luego mediante el análisis estadístico y el cálculo del chi-cuadrado se pudo comprobar la correlación entre las variables antes mencionadas, lo cual indica que la participación de los habitantes de la comunidad de el Quinche en proyectos sociales impulsará al desarrollo comunitario.

4.2 Recomendaciones

- Es necesario impulsar a los jóvenes a ser más activos en los proyectos de la comunidad, a que se involucren en buscar las mejores alternativas que beneficien a El Quinche, hasta el momento la participación de los jóvenes ha

sido escasa ya sea por sus horarios de trabajo o prejuicios sin embargo se debe seguir convocando a que participen y se conviertan a futuro en los nuevos líderes de la comunidad.

- Si bien el acceso a recursos y servicios en la actualidad no son inalcanzables hay que tomar el ejemplo de generaciones pasadas que trabajaron arduamente para tener las comodidades que ahora poseemos en la comunidad, cabe recalcar que aún faltan proyectos por ejecutar los cuales requieren del trabajo, tiempo y esfuerzo de todos quienes conforman la Comunidad de El Quinche.
- Los líderes comunitarios necesitan mayor capacitación para conducir los proyectos que se ejecutan en la comunidad debido a que pueden tener la mayor voluntad de trabajo, pero sin planificación y coordinación con la comunidad será un trabajo mayormente difícil de realizar por lo que es necesaria la búsqueda de información que les permita ser más profesionales en sus actividades.

Bibliografía

- Alonso Vázquez, M. (2000). *Marketing social corporativo*.
- Altamirano Analuisa, D., Zamora Sánchez, R., & Mancheno Saá, M. (2018). Emprendimiento social en Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico*, 3(12), 336-350. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7183546>
- Andrade, X., Orellana, H., Muñoz, N., Delgado, C., Lazo, C., & Brito, V. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia La Unión. *INTEGRAR CONINCO CÍA, LTDA*. Recuperado el 8 de marzo de 2022, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0160032040001_PARROQUIA%20LA%20UNION%20%20Diagnostico_2015_27-10-2015_16-45-46.pdf
- Barragán , M., & Ayaviri, V. (diciembre de 2017). Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Scielo*, 28. Recuperado el 03 de julio de 2020, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v28n6/art09.pdf>
- Benito del Pozo, P., & López González, A. (2019). Resiliencia Urbana y la Economía Alternativa: un enfoque metodológico aplicado al norte de España. *Revista Geográfica*, 110(3), 322-440. doi:<https://doi.org/10.1080/00167428.2019.1684195>
- Bilbao Ramírez, J. L., & Escobar Callegas, P. H. (2020). *INVESTIGACION Y EDUCACION SUPERIOR*. Universidad Metropolitana: Lulu.com.
- Blanco González, A., Prado Román, A., & Mercado Idoeta, C. (2016). *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.

- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido-Cornejo, C. (2018). *El turismo comunitario en el Ecuador: evolución, problemática y desafíos*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Camacho, R., Martínez Franzoni, J., & Anne, R. (2003). *Mujeres en movimiento: liderazgos transformadores para construir buenos gobiernos en Centroamérica : manual de autoaprendizaje*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia - UNED.
- Cárdenas-Lata, B. J., Tapia-Segarra, J. I., Herrera-Hugo, B. D., & Arcentales-Fajardo, A. S. (Enero-Marzo de 2021). La Intervención social durante el trabajo comunitario: Una guía para el desarrollo. *Dominio de las ciencias*, 7(1), 954-965. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i1.1740>
- Cause Cathcart , M. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC*(3), 12-21. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>
- CONAFOR. (2017). *Diagnóstico Participativo*. Semarnat. Recuperado el 4 de julio de 2020, de <http://www.fao.org/3/x9996s/x9996s02.htm#:~:text=El%20Diagn%C3%B3stico%20Participativo%20es%20un,actividades%20son%20razonables%20y%20pr%C3%A1cticas>.
- Escudero Aragón, M. E. (2021). *Marketing en la actividad comercial*. Editex.
- Espín Maldonado, W. P., Bastidas Aráuz, M. B., & Durán Pinos, A. (2017). Propuesta metodológica de evaluación del balance social en asociaciones de economía popular y solidaria del Ecuador. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 90.
- Félix Mendoza, Á. G., & Ganchozo Lucas, M. P. (2020). Herramientas de planificación participativas para el desarrollo turístico comunitario. Caso de

estudio. *Siembra*, 7(2), 032–046.
doi:<https://doi.org/10.29166/siembra.v7i2.2189>

Flores-Ilhuicatzí, U., & Medina-Conde, A. (2018). Aceptación del concepto de Economía Social e identificación de grupos homogéneos en países de Latinoamérica y Europa. *CienciaUAT*, 12(1), 104-126. doi:ISSN 2007-7521

Franco Rincón, J. S., & Sabogal Moreno, G. A. (2021). *Estrategias de marketing social y digital para el posicionamiento de la Fundación San Cipriano*. (F. d. Administrativas, Ed.) Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/55877/Proyecto%20L%C3%ADder%20-%20S3.pdf?sequence=1>

GAD Parroquial La Unión, GAD Municipal Chordeleg. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia La Unión*. Chordeleg.

Galindo-Dominguez, H. (2020). *Estadística para no estadísticos: una guía básica sobre la metodología cuantitativa de trabajos académicos*. Alcoy: 3Ciencias .

Guangasi Torima, Y. M., Jácome Malusin, E. A., Quisimalin Santamaria, H. M., & Mancheno Saá, M. J. (2021). Estrategias de Marketing Relacional para el desarrollo del Sector Turismo. *593 Digital Publisher*, 6(2), 61-73. doi:doi.org/10.33386/593dp.2021.2.451

Guerra, P., Jácome Estrella, H., Páez Pareja, J. R., Ruiz, M. J., Egüez, S., Mariño, M., . . . Flores, G. (2014). Serie Estudios sobre Economía Popular y Solidaria Contextos de la “Otra Economía”. *Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria*.

Ibáñez, J. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Madrid: Editorial Dikynson.

- INATEC. (2017). *JICA*. Recuperado el 4 de julio de 2020, de https://www.jica.go.jp/project/nicaragua/007/materials/ku57pq0000224spz-att/Extension_Rural.pdf
- Jileana. (20 de 11 de 2019). *Web y Empresas*. Recuperado el 06 de 08 de 2020, de <https://www.webyempresas.com/recursos-materiales/>
- Justiniano Moreno, D. (ene-jun de 2020). Marketing Social y Responsabilidad Social Corporativa. *Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales*, 5(1), 39-71. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3924749>
- Lillo, N., & Roselló, E. (2010). *Manual para el trabajo social comunitario*. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.
- Mantulak, M., Hernández, G., & Michalus, J. (28 de 03 de 2016). *Redylac.org*. Recuperado el 07 de 08 de 2020, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3579/357947335002/html/index.html>
- Martínez, J. (2018). *Sistema de información de mercados*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Müller, J.-W. (2016). *¿Qué es el populismo?* México: Grano de Sal.
- Núñez Jaramillo, M. A. (2018). *Gestión de la Comunicación para el Desarrollo Comunitario: Diagnóstico de la parroquia Puembo entre los años 2014 al 2017*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, E. (2019). *Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Padilla Llano, S. E. (2019). Ensayo sobre el Concepto de Comunidad. *Universidad de la Costa*. Obtenido de

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2502/Ensayo%20sobre%20el%20Concepto%20de%20Comunidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

París, J. A. (2017). *Marketing estratégico: Desde el paradigma esencial*. Buenos Aires: Alpha Editorial.

Pérez Rodríguez, M. D. (2014). *Dinamización Comunitaria: Participación Ciudadana* (Vol. 2da. ed). Málaga: Editorial IBC. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uta/121134>

Pérez Romero, L. A. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. México: Pearson Educación.

Ponce Albuquerque, J. (2017). *Familia, conflictos familiares y mediación*. Madrid: Editorial Reus. Obtenido de <https://0110o2c1u-y-https-elibro-net.uta.metaproxy.org/es/ereader/uta/46682?page=22>

Sánchez Jiménez, E. (1999). *La eutanasia ante la moral y el derecho*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Sánchez Trujillo, M. G., García Guerrero, M. G., & Rangel Ángeles, M. T. (2012). Economía social. Coceptos y prácticas como alternativa de desarrollo socioeconómico en México. *Programas Educativos de Desarrollo de Negocios y Gestión Empresarial e Ingeniería Financiera y Fiscal*.

Santos Rojo, C., Pagán Castaño, E., & Pagán Castaño, J. (2021). *Caso Las segundas oportunidades... ¿son para todos? Marketing social aplicado a la inserción sociolaboral en Valencia*. Madrid: ESIC.

The World Bank. (s.f.). *The World Bank*. Recuperado el 28 de mayo de 2022, de <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/P040086>

Torres Peñafiel, N., Fierro López , P. E., & Alonso Alemán , A. (enero-junio de 2017). Balance de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Economía y Desarrollo*, 158(1), 180-196. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381014>

Universidad de Salamanca . (2005). *CUESTIONARIO de SATISFACCIÓN LABORAL del Personal de Administración y Servicios Curso 2004-2005* . Salamanca : Universidad de Salamanca .

Anexo 1. Carta de compromiso GAD Parroquial

La Unión, 09 de marzo del 2022

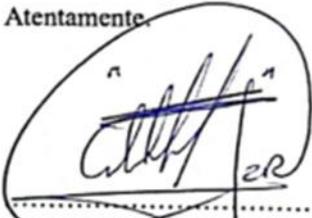
Ing. Mba.
José Herrera Herrera.
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Marketing y Gestión de Negocios
Facultad de Ciencias Administrativas

Yo, Carlos Geovanny Jara Villavicencio, en mi calidad de Presidente del GAD Parroquial La Unión me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema **“El marketing social y el desarrollo comunitario en la Comunidad de El Quinche de la Parroquia La Unión del Cantón Chordeleg”** propuesto por la estudiante Carmen Lorena Puma Zaruma portadora de la Cédula de ciudadanía **0105945679**, estudiante de la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto

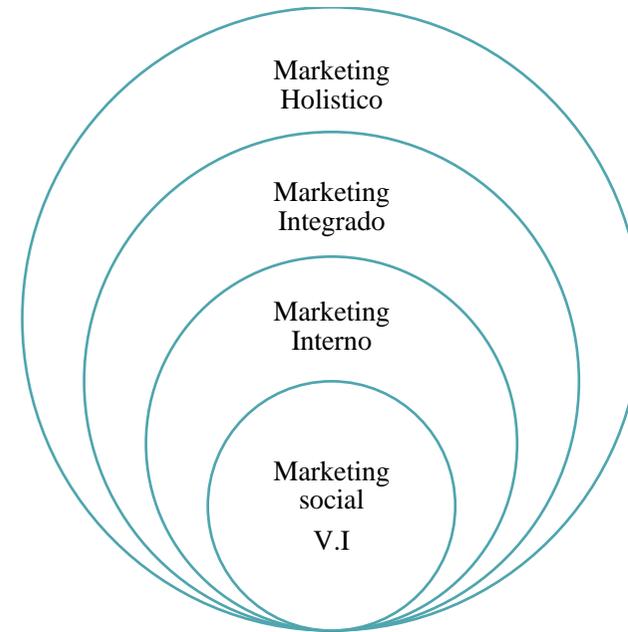
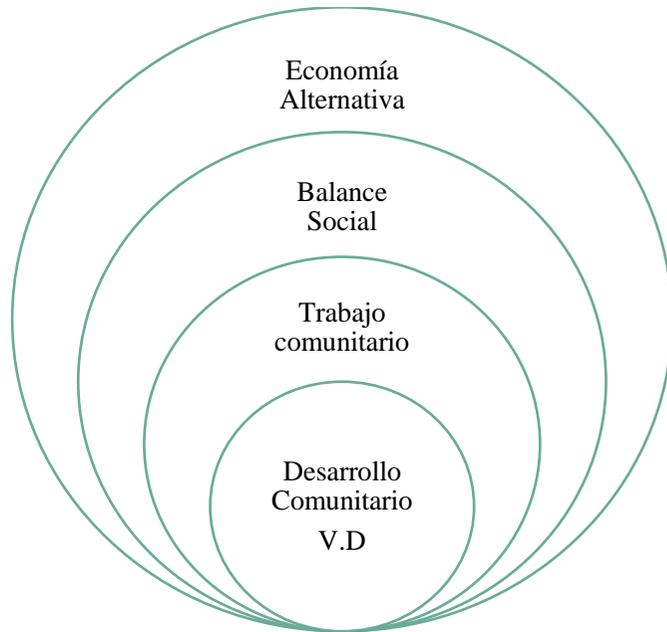
Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

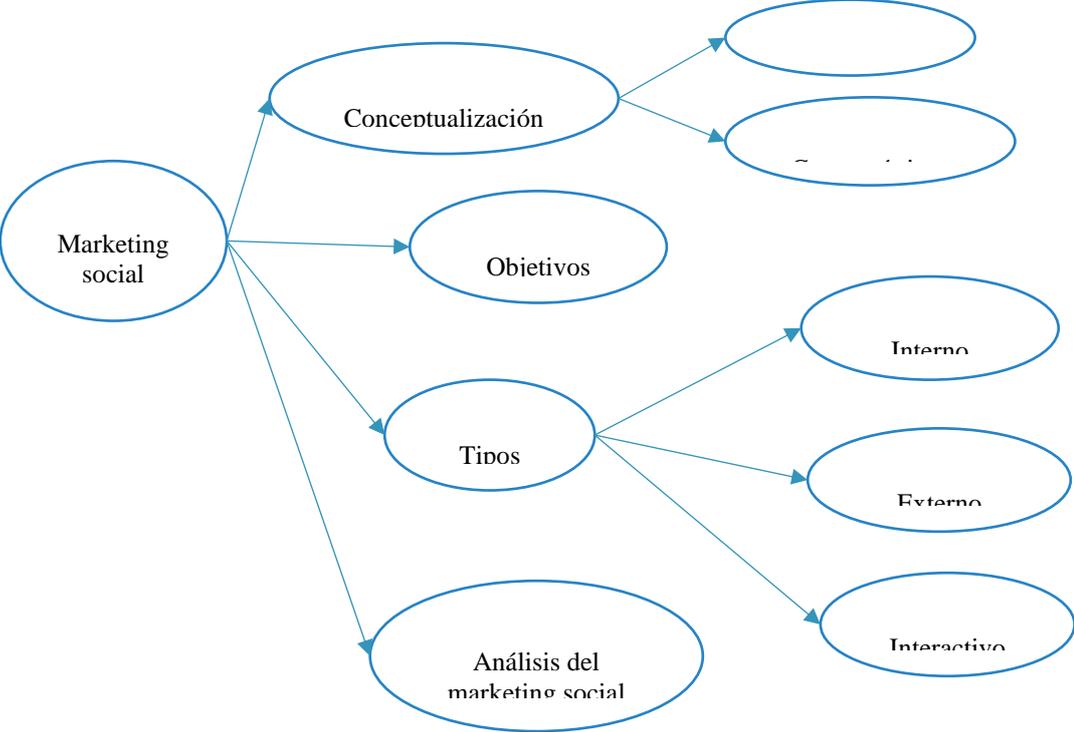

.....
Carlos Geovanny Jara Villavicencio
Presidente del GAD Parroquial La Unión
C.I. 0105961049
Tel: 072220140
Cel: 0987408056
carlosjara8789@gmail.com



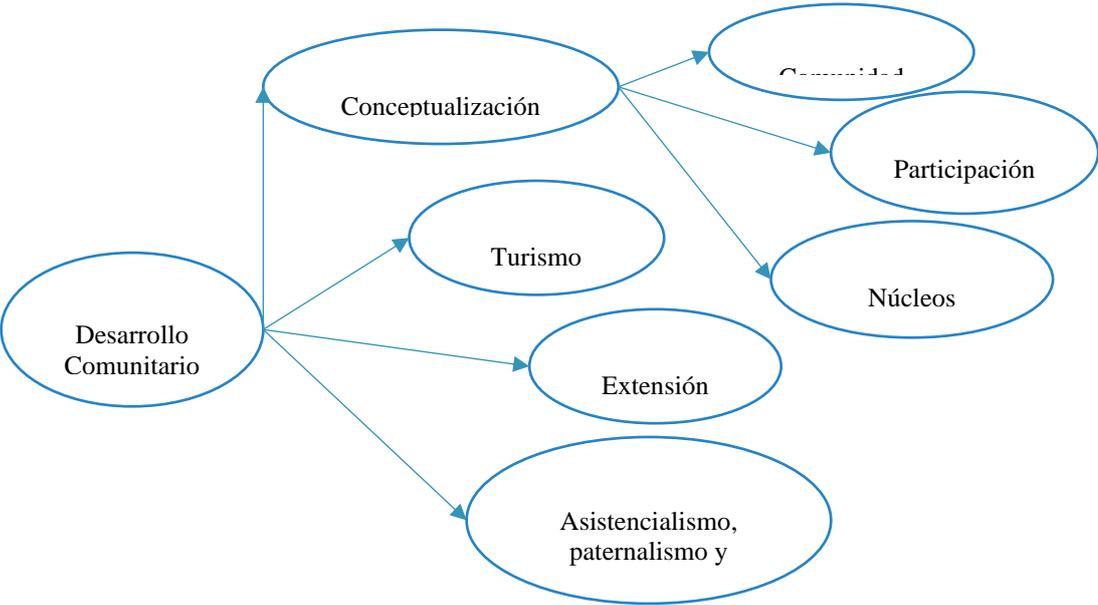
Anexo 2. Supra ordenación de variables



Anexo 3. Subordinación de Variables: marketing social



Anexo 4. Subordinación de variables: desarrollo comunitario



Anexo 5. Encuesta aplicada



Encuesta dirigida a los habitantes de la Comunidad de El Quinche

Objetivo: Recopilar información de los habitantes de la Comunidad El Quinche, con relación a los criterios propuestos en el proyecto de investigación denominado “Desarrollo Comunitario y Marketing Social. Caso de estudio: “Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg”, con el fin de recopilar información que aporte valor al proyecto.

Instrucciones:

- Lea los diferentes criterios propuestos detenidamente
- Seleccione con una X, la respuesta que considera usted adecuada
- En caso de tener alguna duda, puede consultar al entrevistador
- Conteste con sinceridad

1. Indique su genero

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

18 - 25	<input type="checkbox"/>
26 - 33	<input type="checkbox"/>
34 - 41	<input type="checkbox"/>
42 - 49	<input type="checkbox"/>
50 en adelante	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cuál es su actividad económica?

Agricultor	<input type="checkbox"/>
Orfebre	<input type="checkbox"/>
Alfarero	<input type="checkbox"/>
Toquillera/o	<input type="checkbox"/>
Ganadero	<input type="checkbox"/>
Empleado privado	<input type="checkbox"/>
Zapatero	<input type="checkbox"/>
Otro (especifique):	_____

Dimensión 1: Desarrollo comunitario

4. Califique la frecuencia en que los siguientes problemas aparecen en la comunidad

Característica	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Escasos Recursos					
Pobreza					
Desigualdad de género					
Inseguridad					
Conflictos internos: desacuerdos entre miembros de la comunidad					

5. ¿De los problemas anteriormente enunciados indique que hace su comunidad para resolverlos?

Característica	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Realizan reuniones en donde todos aportan ideas para solucionar los problemas					
Esperan que el Gad Parroquial o municipal tome decisiones					
Se busca ayuda externa de organizaciones privadas					
No hacen nada y dejan pasar la situación					

6. ¿Cómo califica usted la participación de los habitantes de la comunidad en las minkas y proyectos que se realizan en la comunidad?

Muy bajo	Bajo	Ni muy bajo, ni muy alto	Alto	Muy alto

7. ¿Cómo califica la calidad de líderes que tiene la comunidad?

Característica	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Muy deficiente
Educación/Capacitación					
Dinamismo/Visión					
Profesionalismo/Habilidades					
Honestidad/Transparencia					

8. ¿Qué tan accesible considera usted que son los siguientes servicios: agua, luz, alcantarillado, internet ?

Muy accesibles	<input type="checkbox"/>
Accesibles	<input type="checkbox"/>
Poco accesibles	<input type="checkbox"/>
Nada accesibles	<input type="checkbox"/>

Dimensión 2: Marketing social

9. ¿Con que frecuencia le gustaría que se realicen las siguientes actividades en la comunidad?

Característica	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Reciclaje o prácticas de cuidado al medio ambiente					
Recepción de donaciones: ropa y alimentos					
Capacitaciones: actividades económicas de la comunidad					
Ayuda al adulto mayor y discapacitados					

10. En comparación a otras comunidades de las cuales usted tenga conocimiento ¿cómo contribuye la comunidad de El Quinche con tiempo, trabajo y aporte monetario en los proyectos que se presenten?

Mucho más que otras

Más que otras

Igual a otras

Menos que otras

Desconoce

11. ¿Cómo calificaría usted la influencia de algún proyecto social en su calidad de vida con temas del cuidado del medio ambiente, emprendimiento, planificación familiar y financiera?

Muy bajo	Bajo	Ni muy bajo, ni muy alto	Alto	Muy alto

12. ¿Qué tan dispuesto estaría usted a participar en campañas sociales que ayuden a mejorar la calidad de vida de sus vecinos de la Comunidad de el Quinche?

Muy dispuesto

Bastante dispuesto

Disposición neutral

Poco Dispuesto

Nada dispuesto

13. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted frecuentemente se informa de cualquier noticia que se genere en la comunidad?

Característica	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Radio					
Canal de televisión local					
Redes sociales					
Periódico					
Altoparlantes de la comunidad					

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 6. Validación de Experto N. 1.

Matriz de evaluación de la encuesta dirigida a los habitantes de la comunidad de El Quinche							
Evaluador:	Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez						
Fecha:	23/07/2022	Instrumento:	Cuestionario de encuesta				
INDICADORES GENERALES							
Coherencia:	Mide la congruencia metodológica de la variable						
Claridad:	No genera confusión o contradicciones						
Escala:	Existen escalas que representan al instrumento						
Relevancia:	El ítem es relevante para cumplir con las incógnitas y objetivos de la investigación						
Escala de valores							
1 = Inaceptable 2 = Deficiente 3 = Regular 4 = Bueno 5 = Excelente							
Contenido ÍTEM	INDICADORES GENERALES	OBSERVACIONES	EVALUACIÓN				
			1	2	3	4	5
Ítem 1	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 2	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 3	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 4	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 5	Coherencia					X	
	Claridad					X	
	Escala					X	
	Relevancia					X	
Ítem 6	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 7	Coherencia		X				
	Claridad		X				
	Escala		X				
	Relevancia		X				
Ítem 8	Coherencia		X				
	Claridad		X				
	Escala		X				

	Relevancia		X		
Ítem 9	Coherencia				X
	Claridad				X
	Escala				X
	Relevancia				X
Ítem 10	Coherencia		X		
	Claridad		X		
	Escala		X		
	Relevancia		X		
Ítem 11	Coherencia		X		
	Claridad		X		
	Escala		X		
	Relevancia		X		
Ítem 12	Coherencia				X
	Claridad				X
	Escala				X
	Relevancia				X
Ítem 13	Coherencia				X
	Claridad				X
	Escala				X
	Relevancia				X

- En el documento se indican las observaciones consideradas para mejorar las preguntas identificadas con falencias.
- Al final del documento, usted podrá encontrar dos preguntas sugeridas para profundizar en el trabajo de titulación. Queda a su voluntad considerarlas o no para el instrumento de recogida de información final a aplicar a la muestra.



Firmado digitalmente por:
RUTH ARMENIA
ZAMORA SANCHEZ

Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez
CI: 120577546-1

Anexo 7. Validación de experto N. 2

Ambato, 18 de julio del 2022

Ing. Mg. Elías David Caiza Yucailla

De mi consideración,

Por medio de la presente, hago llegar el cuestionario de encuesta del proyecto de investigación denominado "Desarrollo Comunitario y Marketing Social. Caso de estudio: "Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg", cuyos objetivos específicos so: Fundamentar teóricamente las variables que conforman el marketing social y el desarrollo comunitario, Diagnosticar la situación social de la comunidad de El Quinche mediante el estudio de base participativo y Establecer la relación que existe entre el marketing social y el desarrollo comunitario, la matriz a continuación sirve para la respectiva validación de la encuesta, de acuerdo con el siguiente esquema de valoración

Agradezco de antemano su aporte a este proyecto.

Matriz de evaluación de la encuesta dirigida a los habitantes de la comunidad de El Quinche							
Evaluador:	Ing. Mg. Elías David Caiza Yucailla						
Fecha:	18/07/2022	Instrumento:	Cuestionario de encuesta				
INDICADORES GENERALES							
Coherencia:	Mide la congruencia metodológica de la variable						
Claridad:	No genera confusión o contradicciones						
Escala:	Existen escalas que representan al instrumento						
Relevancia:	El ítem es relevante para cumplir con las incógnitas y objetivos de la investigación						
Escala de valores							
1 = Inaceptable 2 = Deficiente 3= Regular 4 = Bueno 5 = Excelente							
Contenido			EVALUACIÓN				
ÍTEM	INDICADORES GENERALES	OBSERVACIONES	1	2	3	4	5
Ítem 1	Coherencia						x
	Claridad						x
	Escala						x
	Relevancia						x
Ítem 2	Coherencia						x
	Claridad						x
	Escala						x
	Relevancia					x	
Ítem 3	Coherencia					x	
	Claridad						x
	Escala					x	

	Relevancia						X
Ítem 4	Coherencia				X		
	Claridad				X		
	Escala				X		
	Relevancia						X
Ítem 5	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala				X		
	Relevancia						X
Ítem 6	Coherencia						X
	Claridad			X			
	Escala			X			
	Relevancia						X
Ítem 7	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 8	Coherencia						X
	Claridad				X		
	Escala				X		
	Relevancia						X
Ítem 9	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 10	Coherencia						X
	Claridad				X		
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 11	Coherencia						X
	Claridad				X		
	Escala				X		
	Relevancia				X		
Ítem 12	Coherencia			X			
	Claridad			X			X
	Escala						X
	Relevancia						X
Ítem 13	Coherencia						X
	Claridad						X
	Escala						X
	Relevancia						X



Firmado digitalmente por:
ELIAS DAVID
CAISA

Anexo 8. Validación de experto N. 3

Chordeleg, 18 de julio del 2022

Juan Carlos Ortega Cuzco

De mi consideración,

Por medio de la presente, hago llegar el cuestionario de encuesta del proyecto de investigación denominado "Desarrollo Comunitario y Marketing Social. Caso de estudio: "Comunidad El Quinche, Parroquia La Unión, Cantón Chordeleg", cuyos objetivos específicos so: Fundamentar teóricamente las variables que conforman el marketing social y el desarrollo comunitario, Diagnosticar la situación social de la comunidad de El Quinche mediante el estudio de base participativo y Establecer la relación que existe entre el marketing social y el desarrollo comunitario, la matriz a continuación sirve para la respectiva validación de la encuesta, de acuerdo con el siguiente esquema de valoración

Agradezco de antemano su aporte a este proyecto.

Matriz de evaluación de la encuesta dirigida a los habitantes de la comunidad de El Quinche

Evaluador: Juan Carlos Ortega Cuzco
 Fecha: 18/07/2022 Instrumento: Cuestionario de encuesta

INDICADORES GENERALES

Coherencia: Mide la congruencia metodológica de la variable
 Claridad: No genera confusión o contradicciones
 Escala: Existen escalas que representan al instrumento
 Relevancia: El ítem es relevante para cumplir con las incógnitas y objetivos de la investigación

Escala de valores

1 = Inaceptable 2 = Deficiente 3= Regular 4= Bueno 5= Excelente

Contenido ÍTEM	INDICADORES GENERALES	OBSERVACIONES	EVALUACIÓN				
			1	2	3	4	5
Ítem 1	Coherencia						✓
	Claridad						/
	Escala						✓
	Relevancia						✓
Ítem 2	Coherencia						/
	Claridad						/
	Escala						✓
	Relevancia						✓
Ítem 3	Coherencia						✓
	Claridad						/
	Escala						✓

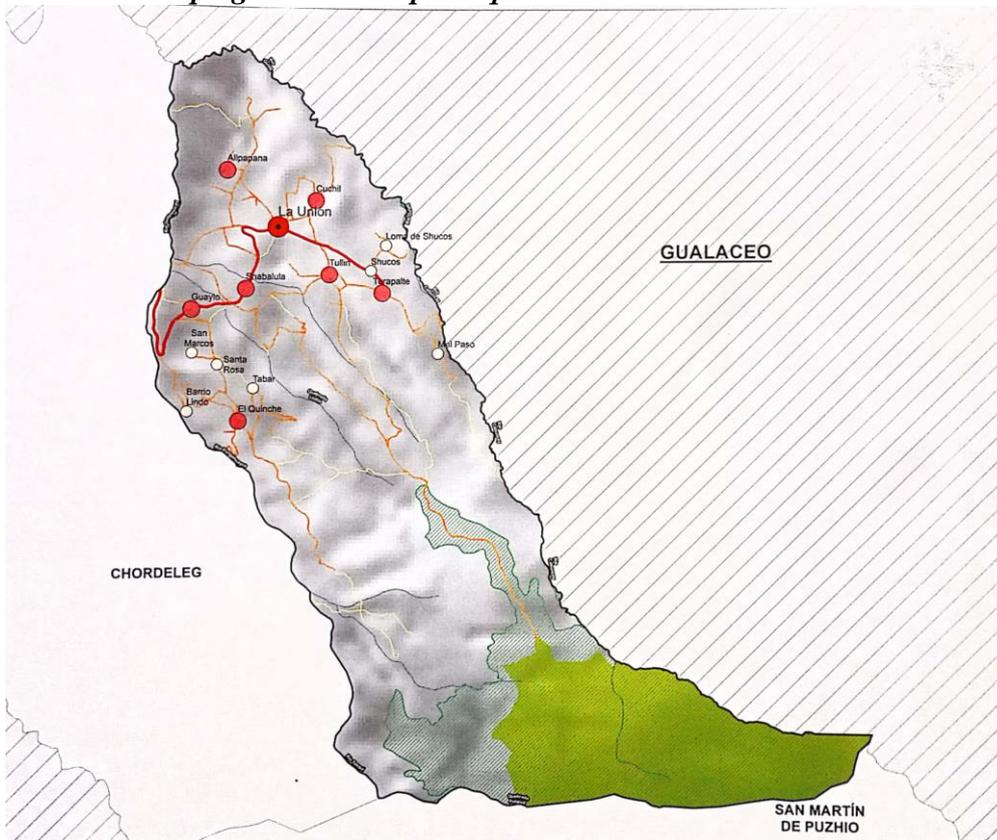
Anexo 9. Evidencia de encuestas



Anexo 10. Evidencia reunión con líderes comunitarios



Anexo 11. Mapa general de la parroquia La Unión



Fuente: (GAD Parroquial La Unión, GAD Municipal Chordeleg, 2018)