



# UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

*Facultad de Ciencias Económicas*



## TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

**DIAGNOSTICO DEL IMPACTO SOCIECONOMICO DE LOS  
COMERCIANTES REUBICADOS EN EL SECTOR NUEVO TARQUI  
DESPUES DEL TERREMOTO.**

**AUTORES:** Mera Villigua Enny Gema

Muñoz Indio Ivonne Monserrate

**DIRECTOR:** Anchundia Rodríguez, Juan Carlos, Ing.

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2017

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TESIS**

Ingeniero Juan Carlos Anchundia Rodríguez, docente de la Carrera de Economía de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en calidad de Tutor de Tesis.

### **CERTIFICO:**

Que la presente TESIS DE GRADO titulada: “**DIAGNOSTICO DEL IMPACTO SOCIECONOMICO DE LOS COMERCIANTES REUBICADOS EN EL SECTOR NUEVO TARQUI DESPUES DEL TERREMOTO**” PERTENECIENTE AL CANTON MANTA, PROVINCIA DE MANABI.”, ha sido exhaustivamente revisada en varias sesiones de trabajo, se encuentra lista para su presentación y apta para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en esta Tesis de grado son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de sus autores: Mera Villigua Enny Gema y Muñoz Indio Ivonne Monserrate, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Manta, febrero del 2018

---

**Juan Carlos Anchundia Rodríguez**

**Tutor de Tesis.**

**DECLARACIÓN.**

Yo, MERA VILLIGUA ENNY GEMA, declaro que el trabajo presente es enteramente de mi autoría, y el patrimonio intelectual del mismo corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, por ende, puede hacer uso de los derechos correspondientes, en base a lo estipulado en su reglamento y por normativa actual vigente.

MERA VILLIGUA ENNY GEMA

Yo, MUÑOZ INDIO IVONNE MONSERRATE declaro que el trabajo presente es enteramente de mi autoría, y el patrimonio intelectual del mismo corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, por ende, puede hacer uso de los derechos correspondientes, en base a lo estipulado en su reglamento y por normativa actual vigente.

MUÑOZ INDIO IVONNE MONSERRATE

Manta, 12 de octubre del 2018

Economista

Fabián Sánchez

Decano de la Facultad Ciencias Económicas

Por medio de la presente me permito dirigirme a usted para informarle que yo IVONNE MONSERRATE MUÑOZ INDIO CON C.I.#1310766561 estudiante de la carrera de Economía, renuncio al tema que tengo en conjunto con mi compañera ENNY GEMA MERA VILLIGUA, como "Diagnostico del impacto socioeconómico de los comerciantes reubicados en el sector nuevo Tarqui después del terremoto 16 A " para que ella continúe con el proceso de titulación.



Ivonne Muñoz Indio

1310766561

Recibido  
12-10-2018  
Sánchez



 <b>Uleam</b> UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	
	NOTIFICACIÓN DE RESOLUCIONES DE CONSEJO DE FACULTAD	CÓDIGO: PCO-01-F-020
	PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN, APROBACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES	REVISIÓN: 1 Página 712 de 714

Manta 15 de octubre de 2018  
 Resolución No.-332- 2018-CF-FSR

Señorita  
 Ivonne Monserrate Muñoz Indio  
 Estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas "ULEAM"  
 Presente.

De mi consideración:

El Consejo de Facultad en Sesión Ordinaria, celebrada el 15 de octubre del 2018, conoció su petición de renunciar al tema de su proyecto de tesis aprobado por la Comisión Académica, cuyo tema es "Diagnostico del impacto socioeconómico de los comerciantes reubicados en el sector nuevo Tarquí después del terremoto 16 A", una vez analizada la misma:

**Resolvió:** Acoger la petición de renunciar al tema de su proyecto de tesis aprobado por la Comisión Académica, cuyo tema es "Diagnostico del impacto socioeconómico de los comerciantes reubicados en el sector nuevo Tarquí después del terremoto 16 A"

Particular que comunico, para los fines consiguientes.

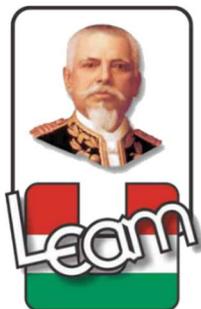
Atentamente,

  
 Econ Fabián Sánchez Ramos,  
 DECANO

Cc Archivo



Elaborado por:  
 Mariana Pinargote Alonzo



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

Sometida a consideración del Honorable Consejo de Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para obtener el título de:

**ECONOMISTA.**

Aprobado por el Tribunal Examinador

\_\_\_\_\_  
DECANO DE FACULTAD.

\_\_\_\_\_  
DIRECTOR DE TESIS.

\_\_\_\_\_  
JURADO EXAMINADOR.

\_\_\_\_\_  
JURADO EXAMINADOR.

\_\_\_\_\_  
JURADO EXAMINADOR.

## **DEDICATORIA**

A Dios dedico una y cada parte de este recorrido que culmina con este trabajo, por obrar en mí con sabiduría y respeto para poder llegar a esta anhelada meta.

A mi padre Simón Bolívar Mera Zambrano, que a lo largo de mi vida me ha enseñado a esforzarme por alcanzar mis sueños, a mi madre Adela del Carmen Villigua Cevallos la mujer que me cargo en su vientre, que ha creído en mi potencial aun en los peores momentos, gracias por ser mi primer pilar, el más fuerte.

A mi esposo, Diego Andrés Escalante Gonzales, por su constante apoyo, amor y paciencia, a mis dos hijos Andrews Matías y André Maximiliano Escalante Mera, que llegaron a mi vida para ser la inspiración que necesitaba, el aliento, la fuerza para cumplir mis objetivos, gracias por ser mi segundo pilar.

A mis hermanos Fabricio e Iter Mera mis grandes ejemplos, a mis hermanas Verónica, Jazmín, Yuri Mera, mis confidentes, tercer pilar, el incondicional.

A mis abuelos suegros, mis cuñados, mis sobrinos Billy, Gael, Escarleth, Gabriel, Alejandro, mis amigos en especial Ivonne, Nathaly y Bryan, mi cuarto pilar.

Gracias por que soy quien soy por ustedes y para ustedes, son importantes en este camino que se llama vida.

***Mera Gema.***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por su guía a lo largo de mi vida, por la familia que me ha dado, por ser la inspiración al despertarme y la seguridad al acostarme.

A mi tutor ING. JUAN CARLOS ANCHUNDIA por su paciencia para poder culminar con éxito este trabajo de titulación, gracias infinitas.

A mis padres mis hijos y mi esposo, mi familia gracias por día a día darme las fuerzas necesarias para poder cumplir con todas las metas propuestas.

Gracias a cada uno de los profesores, maestros que han sido parte de mi vida desde mis inicios en la escuela, hasta el día de mi graduación en la universidad.

Gracias por que cada uno de ustedes me han permitido tener el conocimiento necesario para cumplir cada una de las metas.

**Mera Gema.**

**DIAGNOSTICO DEL IMPACTO SOCIECONOMICO DE LOS  
COMERCIANTES REUBICADOS EN EL SECTOR NUEVO TARQUI  
DESPUES DEL TERREMOTO.**

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Replicas registradas a partir del sismo del 16 de Abril del 2016. ....	13
Ilustración 2: Pérdidas para el subsector turismo .....	19
Ilustración 3: PLANIFICACION ESTRATEGICA .....	29
Ilustración 4: De qué manera ha influido en su vida cotidiana la reubicación del mercado nuevo tarqui .....	49
Ilustración 6: En base a la primera pregunta que factores cree que influyeron en sus ventas. ....	51
Ilustración 7: Afluencia de compradores .....	52
Ilustración 8: Cree usted como vendedor que se necesita atraer más compradores a esta zona comercial .....	52
Ilustración 9: Cree que usted que el GAD municipal les está acompañando en esta transición. ....	53
Ilustración 10: Bajo su criterio se han tomado las suficientes medidas de apoyo para los comerciantes de este sector tan vulnerable .....	54
Ilustración 11: Cuál es su nivel de satisfacción ante esta nueva ubicación .....	54
Ilustración 12: Que debería implementarse dentro de este sector comercial para poder elevar su nivel de satisfacción. ....	55
Ilustración 13: Una vez terminado los trabajos de reconstrucción en el sector de la antigua mercado de tarqui, como comerciante estaría dispuesto a volver a este lugar a ejercer su actividad comercial. ....	56
Ilustración 14: En qué manera afecta la ubicación del mercado de tarqui al consumidor .....	56
Ilustración 15: Han variado los precios de los productos con la ubicación .....	57
Ilustración 16: Cree que existe mayor comodidad en este nuevo sector para comprar .	58
Ilustración 17: Cree que existe mayor comodidad en este nuevo sector para transitar .	59
Ilustración 18: Viene con la misma regularidad al nuevo mercado de tarqui en comparación al antigua mercado.....	59
Ilustración 19: Que debería realizar los comerciantes para atraer a los compradores...	60
Ilustración 20: Si el mercado de tarqui se volviera a establecer en una pequeña parte, que lugar frecuentaría.....	61
Ilustración 21: Cuál es su lugar de preferencia para realizar sus compras. ....	62
Ilustración 22: Cree usted que el espacio donde está funcionando el nuevo tarqui en muy grande para recorrerlo .....	62
Ilustración 23: ¿En base a la pregunta anterior como afectó en sus compras? .....	63
Ilustración 24.-Diferencia de ingresos .....	64
Ilustración 25: Acceso a servicio básico en el Mercado de Tarqui.....	65
Ilustración 26: Accesos a servicios básicos Nuevo Tarqui.....	65
Ilustración 27: diferencias de empleo o desempleo generado por el traslado de los comerciantes .....	66
Ilustración 28: Nivel de seguridad en el Mercado de Tarqui .....	67
Ilustración 29: Nivel de seguridad en el Nuevo Tarqui.....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación de la investigación. ....	12
Tabla 2: TABLA RESUMEN AFECTACIONES SUBSECTOR MANUFACTURERO EN EL TERREMOTO 16A .....	17
Tabla 3: RESUMEN AFECTACIONES FORMAL EN EL TERREMOTO 16A .....	17
Tabla 4: Gasto que incurrieron las empresas después del terremoto 16A.....	18
Tabla 5: Los flujos aproximados perdidos por la producción de bienes y servicios.....	18
Tabla 6: REQUISITOS PARA UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA .....	30
Tabla 7: RESUMEN TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	45
Tabla 8: Cuadro resumen pregunta 1.....	49
Tabla 9: Cuadro resumen pregunta n°2 .....	50
Tabla 10: Cuadro resumen pregunta #3 .....	51
Tabla 11: Cuadro resumen pregunta n°4.....	51
Tabla 12: Cuadro resumen pregunta n°5.....	52
Tabla 13: Cuadro resumen pregunta n°6.....	53
Tabla 14: Cuadro resumen pregunta n°7.....	53
Tabla 15: Cuadro resumen pregunta n°8.....	54
Tabla 16: Cuadro resumen pregunta n°9.....	55
Tabla 17: Cuadro resumen pregunta n°10.....	55
Tabla 18: Cuadro de resumen pregunta # 1 consumidor .....	56
Tabla 19: Cuadro de resumen pregunta # 2 consumidor .....	57
Tabla 20: Cuadro de resumen pregunta # 3 consumidor .....	58
Tabla 21: Cuadro de resumen pregunta # 4 consumidor .....	58
Tabla 22: Cuadro de resumen pregunta # 5 consumidor .....	59
Tabla 23: Cuadro de resumen pregunta # 6 consumidor .....	60
Tabla 24: Cuadro de resumen pregunta # 7 consumidor .....	61
Tabla 25: Cuadro de resumen pregunta # 8 consumidor .....	61
Tabla 26: Cuadro de resumen pregunta # 9 consumidor .....	62
Tabla 27: Cuadro de resumen pregunta # 10 consumidor.....	63
Tabla 28.- resumen de diferencia entre los ingresos, porcentual. ....	64
Tabla 29.- Resumen Acceso a servicios básicos en el Mercado de tarqui.....	65
Tabla 30.- Resumen del accesos a servicios básicos Nuevo Tarqui.....	65
Tabla 31.- tabla resumen de la diferencia entre Mercado de tarqui y el Nuevo Tarqui, en empleo .....	66
Tabla 32- Resumen de las diferencias entre el nivel de seguridad.....	67

## Contenido

DEDICATORIA .....	VII
AGRADECIMIENTO .....	VIII
Introducción .....	1
Capítulo I .....	5
1. El Problema.....	5
1.1 Planteamiento del Problema .....	5
1.2 Formulación del Problema .....	6
1.3 Objetivos .....	6
Objetivos Generales .....	6
Objetivos Específicos: .....	6
1.4 Justificación de la Investigación .....	7
1.5 Delimitación de Problema .....	11
CAPITULO II.....	12
2. Marco Teórico.....	12
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	12
2.2 Bases Teóricas .....	20
2.2.1 Componentes del Proceso de Planificación Estratégica .....	28
2.2.2 Requisitos de la Planificación Estratégica en el ámbito público .....	29
2.3 Bases legales .....	34
2.4 Definición de Términos Básicos .....	37
2.5 Sistema de Hipótesis .....	41
2.6 Sistema de Variables.....	41
CAPITULO III.....	42
3. Marco Metodológico.....	42
3.1 Diseño de la Investigación .....	43
3.2 Población y Muestra .....	43
3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	45
3.4 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	46
3.4.1 Modelo de las encuestas realizadas .....	46
Mercado de Tarqui.....	64
Nuevo Tarqui .....	64

Diferencia.....	64
CAPITULO IV .....	68
5 Aspectos Administrativos .....	68
5.1 Recursos Necesarios .....	68
5.2 Cronograma de Actividades.....	68
Bibliografía .....	72
Trabajos citados .....	76
ANEXOS .....	78

## Resumen ejecutivo

El 16 de abril del 2016 será recordado como un día de tragedia para muchos en el Ecuador entero, para Manta será el inicio del nuevo ciclo uno con más y mejores días, levantando los escombros y construyendo la nueva ciudad con ellos.

Los manteses ese día no solo perdieron bienes materiales, en Manta este fenómeno natural cobro cientos de vida y millones de sueños.

El mercado fue la zona más afectada de la ciudad y fue nombrado como la zona cero de este fenómeno natural. Después del 16A los comerciantes de la zona cero quedaron con las manos vacías, solamente les restaba las promesas de un nuevo y mejorado lugar para poder seguir con sus actividades económicas.

El municipio dio prioridad a esta situación y entrego a finales del año 2016 lo que sería el nuevo corazón comercial de Manta, con ansias comerciantes y consumidores esperaron ese momento.

Sin embargo y para sorpresas de muchos este sector comercial no dio los resultados esperados a corto plazo, y a pesar de haber transcurrido un año desde su apertura las quejas de los comerciantes aumentan cada vez más.

Esta investigación se ha realizado con el fin de conocer las causas de la disconformidad de los comerciantes del sector comercial Nuevo Tarqui.

Palabras claves: terremoto, comerciantes, consumidores, mercado, disconformidad, económico, desastre, pérdidas, zona cero, municipio.

## Executive Summary

On April 16, 2016 was recorded as a day of tragedy for many in the entire Ecuador, for Manta was the beginning of the new cycle with more and better days, raising the rubble and building the new city with them.

The Madurese that day not only lost the material materials, it is Manta this natural phenomenon took hundreds of lives and millions of dreams.

The market was the most affected area of the city and was named as the zero zone of this natural phenomenon. After 16A the traders of the zero zone will remain empty-handed, they will only take away the promises of a new one and will improve the place to be able to continue with their economic activities.

The municipality gave priority to this situation and delivered at the end of 2016 what would be the new commercial heart of Manta, with the desire of merchants and consumers that moment.

However, for many surprises, these commercial sectors have not been the expected results in the short term, and despite having passed a year since its opening the complaints of users increased more and more.

This investigation has been carried out in order to know the causes of the disagreement of the merchants of the Nuevo Tarqui commercial sector.

Keywords: earthquake, merchants, consumers, market, disagreement, economic, disaster, loss, zero zone, municipality.

## Introducción

El terremoto del 16 de abril del 2016, fue la causa principal de la reubicación de un sector que ya venía arrastrando problemas socioeconómicos como explotación, desorden, insalubridad, usura (chulquerismo), consumo y microtráfico de drogas, en la zona central o comercial Tarqui, este sector albergaba a miles de comerciantes formales e informales, además era la zona comercial de pequeños, medianos y grandes comerciantes, más grande dentro de la ciudad, se encontraban productos de todo tipo y a toda hora, desde la madrugada hasta altas horas de la noche, de este populoso sector.

Tarqui fue sin duda alguna la zona más afectada por el terremoto y denominada “la zona cero” de Manta, no solo por sus daños en infraestructura, sino porque fue la zona donde murieron más personas en la ciudad debido a que albergaba gran cantidad de compradores y comerciantes porque se acercaba el periodo de inicio de las clases en escuelas y colegios.

Los comerciantes de esta zona después de esos trágicos 45 segundos fueron reubicados temporalmente en una zona muy cercana a Tarqui denominada “La Poza” sin embargo la compañía de malos olores, tierra e incomodidad sin mencionar la falta de servicios básicos, fue la causa para que los comerciantes divididos en asociaciones, hicieran un pedido a las autoridades de la ciudad, la reubicación del mercado de Tarqui.

La Subdirección Económica y de Emprendimiento Municipal y la Dirección de Planificación Urbana y Territorial, hicieron una exposición de la culminación del levantamiento del registro de los comerciantes de Tarqui, contando con el apoyo de la Universidad Laica Eloy Alfaro a través de la Facultad de Ciencias Económicas con 25 jóvenes; de la Vicepresidencia de la República con el voluntariado de las instituciones de socorro, que realizaron un censo el sector conocido como La Poza, donde se reubicaron temporalmente a dichos comerciantes.

La subdirectora Mery Chong expresó que se está trabajando con los presidentes de las asociaciones de comerciantes, para depurar el registro que contabiliza 2.000 comerciantes, por cuanto existen cientos de personas de otras ciudades que también dicen ser comerciantes de Tarqui, pero que no son asociados o nunca ejercieron el comercio en dicho sitio.

El Arq. Jorge Guillén, técnico de Planificación Urbana, fue el encargado de dar a conocer el proyecto que se elaboró a partir de la propuesta que hicieran comerciantes presididos por Kirie Bravo, quienes instalarían sus negocios en contenedores, lo cual se está respetando.

En el resto del área se delineó un diseño para instalar módulos para organizar a los comerciantes en sus diversas actividades, lo cual no tendrá costo para ellos. En la vía La Cultura se prolongaron las aceras para crear un bulevar que avance hasta el Malecón, generando un corredor turístico, donde se puedan realizar ferias, es decir que el proyecto se integre al entorno urbano, así como la comunidad aledaña, en este caso el barrio 8 de enero, que se ubica en la parte posterior.

Se hicieron dos arterias viales para facilitar el movimiento de comerciantes y compradores, plazas de estacionamientos. Otros complementos se irán determinando en base a los criterios que surjan de las socializaciones que los dirigentes hagan con sus asociados, siempre y cuando no se distorsione el enfoque del proyecto que busca el bienestar del comercio de Tarqui, víctimas del terremoto del pasado 16 de abril.

En este proyecto también está presente el apoyo del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas PDNU, con sus técnicos Ab. Rocío Estrella y Arq. Diego Mulla, quienes expresaron a los comerciantes que luego del desastre sufrido todos deben tener una sola meta que es la de mejorar porque la ciudad se lo merece y ellos también para que puedan trabajar en condiciones dignas, como es el proyecto temporal en el que se trabaja. También estuvo presente un representante de la Cámara de Turismo.

El alcalde Jorge Zambrano Cedeño instó a los comerciantes a superar todo tipo de criterio que pudiera “habernos dividido”, y “trabajemos juntos por un mismo objetivo el bienestar de ustedes y de la ciudad”. Analicen esta propuesta con sus socios y si tienen

alguna sugerencia para mejorarla, no duden en plantearla, les dijo mientras absolvía inquietudes que planteaban comerciantes.

Agregó que para el 25 de junio estarían listos los módulos, mientras avanza la demolición del hospital del IESS, que se utilizaría para estacionamiento. También se está trabajando con la FETUM, sector del taxismo, para el tema del transporte urbano.

Respecto al terreno de Ultramares dijo que llegó un representante y que se va a analizar el mecanismo idóneo para utilizar ese predio de manera temporal.

El alcalde Zambrano, dijo a los comerciantes que hay 10 millones del crédito del Banco Mundial para regenerar la zona del centro de Tarqui, pero se podría ampliar el proyecto para levantar un Centro Comercial para todos, comerciantes formales e informales.

Agregó que por ahora no se puede pensar en regresar a los negocios en Tarqui, porque cuando se inicie la reconstrucción de la zona se va a levantar el asfalto de las calles, para construir nuevas redes de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y más obras complementarias.

Finalmente, el alcalde les dijo a los comerciantes que el Ban Ecuador está listo para otorgar créditos a quienes los necesiten para reactivar sus negocios.

Desde la primera semana de apertura de la nueva zona comercial Nuevo Tarqui, los dueños de los locales comerciales se empezaron a quejarse con las autoridades, puesto que no tenían la afluencia que acogían antiguamente en el sector de Tarqui.

Mucha de la demanda que tenía este sector se repartió para las demás zonas comerciales de la ciudad, como es el caso del mercado Central, la Aurora, el Jocay y el mercado de Los Esteros, todos estos lugares antes mencionados no solo crecieron en demanda sino también en oferta.

La zona comercial Nuevo Tarqui, desde su apertura ha dado mucho que especular puesto que, aunque se encuentran todo tipo de productos al igual que se ofertaban en el sector Tarqui, los comerciantes no tienen los mismos ingresos y esto ha generado cierto malestar e inconformidad en ellos.

Muchos de ellos ya después de un año del terremoto han decidido volver a instalarse en el mercado del sector Tarqui que aún no cuentan con alcantarillado, y a pesar de tener calles en mal estado los comerciantes están optando por volver a su antiguo lugar de trabajo.

Para algunos genera curiosidad el comportamiento de la sociedad ante este suceso, puesto que Tarqui contaba con miles de visitantes, y el sector nuevo Tarqui que tiene los mismos comerciantes, los mismos productos, no puede atraer esa cifra deseada de demanda.

Se pretende dar una solución a los comerciantes del nuevo Tarqui por medio de propuestas para la reactivación de sus ventas ya que muchos de ellos aquejan por sus grandes pérdidas y sus bajos ingresos luego de la reubicación en este sector.

Con esta investigación las autoras pretenden entender la situación actual que viven los comerciantes del mercado de tarqui que fueron reubicados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Manta al ahora llamado “Nuevo Tarqui”, y que consecuencia (positivas/negativas) ha acontecido este proyecto ejecutado por el Municipio de Manta a cargo del Ing. Jorge Zambrano.

## Capítulo I

### 1. El Problema

#### 1.1 Planteamiento del Problema

Después de 9 meses del terremoto que destruyó a la zona comercial Tarqui las autoridades de Manta y con la presencia del expresidente del Ecuador Eco. Rafael Correa Delgado, se inauguró la zona comercial “NUEVO TARQUI”.

El 27 de diciembre del 2016 la zona comercial Nuevo Tarqui 1 abre sus puertas a la ciudadanía, compuesta con 132 locales para carnes y mariscos, 234 para frutas y legumbres, 50 abarroterías, 30 bazares y tiendas, 618 para almacenes de ropa y zapatos 732 para peluquerías, locales de electrónica, papelerías, entre otros, sin embargo, la aceptación por parte de los demandantes no fue la esperada y sus ingresos fueron inferiores a los obtenidos en el mercado de Tarqui.

El proyecto de la zona comercial Nuevo Tarqui pretendía acabar también con el desorden que existía en el mercado de Tarqui, que era un impedimento para que muchas personas fueran a este sitio a comprar

A pesar de este problema la acogida que tenía el mercado de Tarqui era bastante amplia, tanto en demanda como en oferta, ahora con un lugar en orden pasillos desocupado por donde se pueden transitar, los comerciantes han dado a saber problemáticas que acontecen a diario en el sector, ellos se preguntan cómo es que no pueden alcanzar el nivel de ventas que tenían en su antiguo lugar de trabajo.

La ciudad de Manta invirtió en un lugar seguro y ordenado para hacerlo su nuevo punto focal del comercio, sin embargo, esto no tiene el resultado que se esperaba, tanto así que muchos de los comerciantes han decidido regresar a el antiguo mercado de Tarqui, aunque este lugar aún no este reconstruido en su totalidad después de casi dos años del terremoto.

Esta investigación nace para determinar cuál es el impacto socioeconómico que han tenido los Comerciantes que fueron reubicados en la Zona Comercial Nuevo Tarqui

## 1.2 Formulación del Problema

- ¿Qué influye en el nivel de ventas que tiene el sector nuevo Tarqui?
- ¿Qué se debe hacer para poder atraer a demanda a este nuevo sitio?
- ¿Cuál ha sido la respuesta ante la nueva ubicación de la zona comercial Tarqui?
- ¿Qué impactos ha generado para la población cercana a la zona comercial nuevo Tarqui?

## 1.3 Objetivos

### Objetivos Generales

Analizar el impacto que ha generado la reubicación de los comerciantes del sector Tarqui a la nueva zona comercial Nuevo Tarqui.

### Objetivos Específicos:

- Identificar la diferencia de ingreso de los comerciantes entre en Mercado de Tarqui y la Zona comercial nuevo Tarqui.
- Identificar los factores que inciden en la toma de decisión al momento de escoger un lugar para comprar.
- Establecer la relación entre las condiciones económicas y las ventas.
- Establecer los criterios de los demás pobladores del sector donde se ha establecido la zona comercial Nuevo Tarqui.

#### 1.4 Justificación de la Investigación

Desde el 27 de diciembre del 2016 día que se inauguró la zona comercial Nuevo Tarqui, los consumidores estuvieron a expectativas de esta nueva zona comercial, sin embargo al trascurrir las semanas son los comerciantes de este lugar que empiezan a quejarse acerca de las ventas que tiene en dicha zona, culpando de esto a la reubicación que recibieron por parte del Municipio de Manta, pues ellos dicen que no han alcanzado el nivel de ingresos por ventas que tenían antes del terremoto en el sector donde estaba ubicado el antiguo mercado de Tarqui.

(La Marea , 2017) , prensa escrita de Manta hace referencia a este tema en su publicación del día 10 de abril del:

“Marcelo Alarcón dice estar preocupado porque en un día considerado “bueno” vende máximo 20 dólares.

Y esto ocurre muy pocas veces, casualmente en feriados o algunos fines de semana, señala. Para él la cifra es baja, considerando que en el ex mercado de Tarqui obtenía hasta 500 dólares por día. Alarcón, quien es dueño de un local donde oferta coches y ropa para niños, contó su experiencia frente a otros comerciantes que se suman a lo que llaman “crisis”.

En cambio, Holger Cedeño cree que Alarcón tiene “muchacha suerte” en el negocio, pues en su caso apenas vende máximo 5 dólares en esos días buenos. Cedeño comercializa productos plásticos.

Las tenía Intriago sostiene que las ventas en el lugar no despegan por falta de promoción. Es decir, publicidad del lugar para que los consumidores lleguen.

Otra opción sería realizar actividades turísticas, culturales o artísticas para que el cliente visite y consuma.

Los comerciantes recuerdan que el Municipio de Manta les prometió promoción antes que ocuparan el Nuevo Tarqui.

Aunque reconocen que sí se lo ha hecho, coinciden en que ha sido muy pocas veces.

Ellos se aferran a una publicidad que provoque una afluencia masiva de consumidores.

En la zona comercial está también Pablo Anchundia, un vendedor de legumbres que afirmó estar perdiendo varios productos debido a que nadie los compra.

En el Nuevo Tarqui hay de todo, pero solo faltan los clientes, manifestó.

Desde el Municipio. Antonio Cedeño, director municipal de Comunicación, aseguró que sí se está promocionando el lugar, de hecho, recalcó, se lo realiza desde que el proyecto abrió sus puertas, en diciembre del año pasado. Actualmente se continúa con una campaña para atraer a los clientes.

Solo la semana pasada el cabildo contrató dos espacios radiales donde se promociona el Nuevo Tarqui, informó Cedeño, de ahí que también se lo ha hecho a través espacios televisivos, periódicos y redes sociales.

Sin embargo, el director tampoco desconoció la preocupación de los comerciantes. Indicó que comprende la situación de todos, pero recordó que el Nuevo Tarqui tiene apenas cuatro meses funcionando, por lo que se debe esperar un poco más para que las ventas levanten.

“Los primeros meses siempre serán duros en un negocio, pero lo que estamos visualizando es que en el transcurso de los próximos meses la venta en esa zona mejorará, porque todo es un proceso”, añadió Cedeño.

El funcionario aclaró que no todo ha sido malo, pues conoce que en el feriado de Carnaval las ventas fueron muy buenas en el lugar, demás, adelantó que ya se planifica una agenda de actividades en la zona, no dio detalles porque, reiteró, es un proyecto que se cocina.

El Nuevo Tarqui acoge a más de 1.800 comerciantes minoristas que dejaron el ex mercado tras el terremoto del 16 de abril pasado.

(QUIROZ, 2017), dice que luego del terremoto en Manta hubo una desconcentración de negocios. Antes, un 80 por ciento del comercio se hallaba en Tarqui y un 20 por ciento en el resto de la ciudad; ahora todo ha cambiado, el comercio se expandió, indica.

Actualmente hay una serie de mercadillos en la vía Interbarrial, un mercado improvisado en la parroquia Eloy Alfaro, otro en la ciudadela El Palmar y decenas de comerciantes en Los Esteros.

“Cuando esos mercados y negocios no existían, la gente llenaba las calles del mercado de Tarqui. Ahora la gente que vive en estos sectores no tiene por qué ir al Nuevo Tarqui, ya que cuentan con mercados a una cuadra de sus casas”, agrega que hay sucesos que cambian las costumbres en un país o una ciudad.

“El terremoto es uno de ellos, luego de cosas como esas ya nada es lo mismo, pero lejos de estancarse, la gente de Manta ha aprovechado y desarrollado nuevos polos comerciales”, expresa.

El sismo afectó a la zona comercial de Manta ubicada en la parroquia Tarqui.

Ese día, de acuerdo con estudios de la Facultad de Economía, 660 vendedores salvaron su mercadería y 877 no pudieron recuperarla, debido a los saqueos.

(Pilar, 2017), presidenta de la Cámara de Comercio de Manta, tiene otro punto de vista sobre la falta de ventas en el Nuevo Tarqui. Ella cree que el proyecto de la zona donde ahora laboran los vendedores estuvo mal concebido. “Lo lógico era que en ese sitio se construyera un centro comercial para ubicar a todos, Yo planteé la idea, pero no tuvo acogida. Además, cómo se va a pintar un mercado de blanco y ponerle algunos pasillos angostos, eso no atrae, no funciona”, indica. También señala que no se puede poner en el mismo tipo de local a un vendedor de legumbres como a uno de ropa. “No es agradable, es cuestión de marketing”, señala. Fernández dice que la otra cara de la moneda son los comerciantes que se hallan en contenedores. “Allí sí están vendiendo y les va muy bien, porque hay color en todos los negocios y es atractivo para el comprador”, agregó.

En la zona de contenedores del Nuevo Tarqui laboran 310 negocios. Kirie Bravo es el representante de estos comerciantes mayoristas, él señala que en esta zona tienen más ingresos que los que percibían en el antiguo mercado de Tarqui.

“Aquí el informal no puede tomarse las veredas o portales y tapar nuestros negocios. Hay normas que cumplir. En este nuevo modelo el informal vende, pero más vendemos nosotros”,

Bravo agrega más razones por la que los clientes los prefieren, él habla de facilidades, estas son: movilidad, seguridad, negocios vistosos y facilidad para observar, ya que la mayoría de los locales tienen vitrinas no paredes. “Creo que esta propuesta es única en Manabí porque puedes entrar y tocar el producto, este modelo de negocios hace que las personas cada día vengan más”, expresa.

(Mero, 2017), presidente de los comerciantes minoristas ubicados en el Nuevo Tarqui, indica que el negocio no está del todo mal

Él cree que han ido mejorando de a poco, el problema de la falta de ventas, asegura, es que el área del mercado es bastante grande (seis hectáreas).

“Los vendedores se ubican en dos espacios, tengo entendido que los de la parte baja sí venden un poco, pero los que se hallan en lo alto (zona donde estaba el hospital del IESS), no.

Aún no sabemos por qué”, señala.

En el Nuevo Tarqui laboran 1.840 comerciantes, 1.400 asociados y otros 400 independientes.

(Mero, 2017) Señala que actualmente hay varios locales vacíos, no especificó cuántos, pertenecientes a vendedores independientes “que en un principio pensaron que esto era una mina de oro, pero ya se dieron cuenta que no es así”, porque las ventas están regulares.

Digna Murillo tiene un local en la zona alta de la que habla Mero, ella comenta que en esta última semana regresa a su casa con cinco o diez dólares diarios y a veces nada. “Eso no alcanza, porque gasto en pasaje, comida y a más de eso pagamos el servicio de energía eléctrica”, señala.

(León, 2017) , funcionario de la Dirección municipal de Emprendimiento, manifestó que realizan actividades como conciertos y ferias para atraer a los compradores.

Estos eventos generalmente los hacen en fechas especiales o feriados.

“Además, con varios locales estamos tratando de mejorar ofertas. Solo en Carnaval llegaron cerca de seis a ocho mil personas al Nuevo Tarqui. Yo creo que ya va mejorando”, expresa.

León manifiesta que lo que sucede en la zona comercial es analizado por los mismos vendedores. Se ha determinado que la zona de celulares y la bahía tienen más afluencia que la de legumbres, ubicada en la parte alta. Agrega que en uno o dos meses van a cambiar los colores de los locales para que sean más atractivos.

“Estamos esperando que la obra sea entregada oficialmente al municipio para proceder”, indicó.

(Anchuncia, 2017), economista, cree que la expansión del comercio ha llegado también a La Aurora, calle 13, El Palmar y Eloy Alfaro. “He escuchado a los comerciantes decir que quieren regresar a Tarqui, pero puede ser que ya no sea lo mismo, hay una nueva realidad comercial en Manta”, indica.

Tarqui era un caos, dice Anchundia, pero era un caos que producía dinero para los comerciantes.”

Ambos diarios citan las opiniones de diferentes comerciantes quienes dicen no tener el mismo nivel de ingresos por ventas.

Estas situaciones se han vuelto más común con el transcurso del tiempo, aunque se espera se empiecen a obtener mayores ingresos los comerciantes de la zona comercial nuevo tarqui aún no ven resultado esperado al momento de situarse en este lugar.

## **1.5 Delimitación de Problema**

Este trabajo de investigación se enfoca en la situación socioeconómica por la que están pasando los comerciantes del sector Nuevo Tarqui luego de la reubicación de su antiguo lugar de trabajo ahora llamado “Zona Cero”

**Tabla 1: Delimitación de la investigación.**

<b>Campo.</b>	Comercio finanzas.
<b>Área.</b>	Comercial.
<b>Tema.</b>	Análisis socio económico de los comerciantes de la zona comercial nuevo Tarqui después de la reubicación luego del pasado terremoto 16A.
<b>Problema.</b>	Carencia de un análisis a los índices de la actividad comercial en la Ciudad de Manta.
<b>Delimitación Especial.</b>	Lugar: Tarqui – Manta – Manabí.
<b>Delimitación Temporal.</b>	2016-2017-2018

Elaborado: Autoras.

## **CAPITULO II**

### **2. Marco Teórico**

#### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

##### **Terremoto 16 de abril del 2016.**

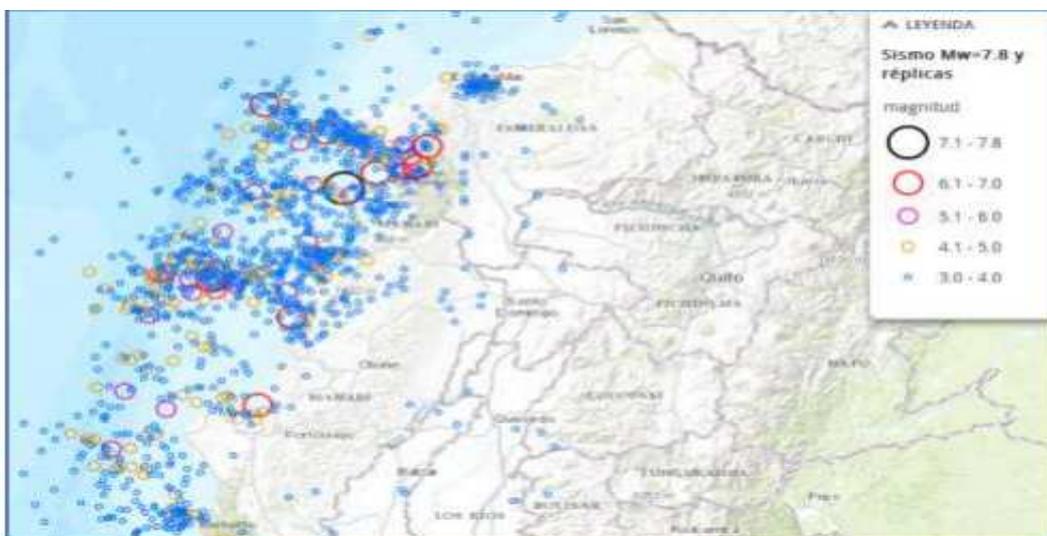
El sismo se registró el sábado 16 de abril de 2016 a las 18h58 (hora local), de magnitud 7.8 (Mw), cuyo epicentro se ubicó frente a las costas de Pedernales, a 20 km de

profundidad y tuvo una duración de cerca de 75 segundos, con una fase más intensa de movimiento de aproximadamente 15 segundos.

El sismo fue el resultado del desplazamiento entre dos placas tectónicas: la placa de Nazca (placa oceánica) que se sumerge bajo la placa Sudamericana (placa continental); proceso conocido como “subducción” y, corresponde al mismo tipo de fenómeno que originó los sismos: 8.8 (Mw) del 31 de enero de 1906, el más grande registrado en Ecuador y sexto más grande a escala mundial; 7.8 (Mw) del 14 mayo 1942; 7.8 (Mw) del 19 enero de 1958; y, 8.1 (Mw) del 12 diciembre de 1979 . El tipo de ruptura asociada a este evento específico corresponde a una falla inversa, es decir que el continente se desplazó algunos centímetros sobre la placa oceánica de Nazca. Con base en la información técnica sobre el evento sísmico se puede indicar que la ruptura se inició frente a Pedernales y se dirigió hacia el Sur-Sureste, en función de lo que mostraron las réplicas.

Los datos indican que las réplicas subsiguientes relacionadas al sismo responden a un fenómeno natural asociado al ajuste de las rocas de la corteza en las zonas de afectación. Es importante resaltar que la mayoría de las réplicas fueron superficiales (menores a 20 km en profundidad) y en cuanto a magnitud, fueron menores que el sismo principal. Hasta el 18 de agosto se registraron 2406 réplicas, distribuidas en toda la zona, como se observa en el Gráfico 1; las réplicas mayores a 5 (Mw) suman 40 y 9 son las mayores a 6(Mw)

**Ilustración 1: Réplicas registradas a partir del sismo del 16 de Abril del 2016.**



Fuente: Internet

### **Afectaciones del evento sísmico**

La información recopilada por el (INSTITUTO GEOFISICO DE LA ESCUELA POLITECNICA(IG-EPN)) muestra la magnitud del sismo y sus réplicas.

En Pedernales y las zonas aledañas a este cantón se ha estimado una intensidad de 8 Escala Macro sísmica europea (EMS), este valor refleja daños considerables e incluso colapso de edificaciones.

En Portoviejo y Esmeraldas la intensidad fue de 7 EMS, esto significa que el sismo tuvo el potencial de generar daños en elementos estructurales de algunas edificaciones, sin comprometer la estabilidad de las mismas, en el resto del territorio afectado, en las provincias de Manabí, Esmeraldas, Guayas y Santo Domingo, los daños identificados en las construcciones son grietas en las esquinas de paredes y fisuras en tumbados y losas de hormigón armado, sin que esto afecte la integridad estructural; es decir, una intensidad estimada de 6 EMS.

En todas las provincias de la Sierra se ha estimado un valor de intensidad entre 4 y 5 EMS, sin que se hayan identificado daños relevantes en las edificaciones; finalmente, para las provincias orientales, la intensidad máxima estimada fue de 3 EMS.

Para poder realizar un análisis de las afectaciones y estimación de los impactos del territorio tanto a nivel social, de infraestructura y productivo, el Gobierno Central, a través de las carteras de estado, implementó estrategias y levantó información clave para direccionar los esfuerzos institucionales hacia las poblaciones más necesitadas.

El sector de Desarrollo Social, con el fin de poder identificar las necesidades de la población afectada, anexó temporalmente al Registro Social el Registro Único de Damnificados (RUD), en el que se recabó información social, económica, y demográfica direccionando las intervenciones de las diferentes carteras de estado. El RUD constituye una herramienta que guía la articulación intersectorial y acción en el territorio por parte de las instituciones del Estado, en la implementación de programas y proyectos sociales que propicien la recuperación y mejoramiento de las condiciones sociales y económicas de los damnificados. Hasta la primera semana de julio se

registraron 231.120 damnificados agrupados en 68.098 familias.

Con el objetivo de cuantificar las afectaciones de manera sistemática e identificar las necesidades de las poblaciones afectadas, el Gobierno Central, a través de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) realizó el análisis y cuantificación de las afectaciones por causa del terremoto, así como estimación de costos de la reconstrucción en los diferentes sectores afectados. El proceso de evaluación contó con la participación de las entidades del Gobierno Central en articulación con los diferentes niveles de gobierno, con el apoyo y asesoría de agencias internacionales con experiencia en el manejo de desastres.

La “Evaluación de los Costos de Reconstrucción” facilita información clave de la estimación de las afectaciones y los costos para la reconstrucción de los 14 cantones priorizados por el gobierno en función de los niveles de afectaciones que sufrieron. La información consolidada en este documento permite priorizar intervenciones y asignación de recursos en respuesta a las necesidades presentes en el territorio afectado.

Paralelamente, se realizaron inspecciones de la infraestructura para determinar el nivel de afectación. Con el apoyo y soporte de equipos técnicos especializados se inspeccionaron 48.813 edificaciones en las provincias de Manabí y Esmeraldas. También, con el fin de poder iniciar la reconstrucción y construcción de viviendas para las poblaciones afectadas se levantó un diagnóstico inicial de déficit habitacional, incrementado a partir del terremoto, y se diseñaron instrumentos que facilitan el apoyo direccionado para la construcción y reparación de vivienda, de acuerdo a las necesidades específicas de la población.

### **Afectaciones en la población**

Los cantones de mayor afectación concentran más de un millón y medio de personas, es decir cerca del 10% de la población total del país. Los colapsos y daños de las edificaciones provocaron la desaparición y fallecimiento de personas. Durante las primeras 72 horas 4.859 personas fueron atendidas por heridas y otras afectaciones directas producidas por el sismo, de las cuales 4.435 correspondieron a la provincia de Manabí, 107 a la provincia de Esmeraldas, y el resto de provincias afectadas. Gracias al esfuerzo de los grupos de búsqueda y rescate se logró identificar a los 231 desaparecidos que se habían reportado, rescatando con vida a 135 personas. El número

total de personas fallecidas llegó a 671, a causa del terremoto y la réplica ocurrida el 18 de mayo de 2016.

### **Afectación de infraestructura pública y privada.**

El terremoto afectó a zonas de alta vulnerabilidad física y socioeconómica, con altos niveles de pobreza. Situación que se puede ver reflejada en las características de las viviendas, la precariedad de las construcciones, la deficiente calidad de los materiales, e incluso el escaso uso de especialistas en las fases de diseño y construcción, así como acceso reducido a las redes públicas de agua y saneamiento, uno de los problemas identificados, al momento de levantamiento de información de edificaciones afectadas fue la ausencia o irregularidad de títulos de propiedad. A continuación, se realiza una breve descripción de las principales afectaciones sobre la infraestructura pública y privada.

### **Afectación al Sector Productivo**

A partir de una Encuesta para la Evaluación de los Efectos del Sismo en los Sectores Productivos elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se cuantificaron las afectaciones estimadas en diversos sectores productivos.

#### **1. Manufactura**

Las afectaciones se concentraron en activos: edificaciones e instalaciones; maquinarias y equipos; y en inventarios de materia prima y mercadería.

Las pérdidas económicas estarían estrechamente vinculadas a las ventas no realizadas, mientras que los costos de la atención inmediata se habrían concentrado en los rubros de contratación de personal adicional, arriendo de otro local, remoción de escombros, alquiler de vehículos y fletes, compra de agua, vituallas y alquiler de plantas eléctricas.

**Tabla 2: TABLA RESUMEN AFECTACIONES SUBSECTOR MANUFACTURERO EN EL TERREMOTO 16A**

Afectaciones	Porcentaje
Edificaciones e instalaciones; maquinarias y equipos inventarios de materia prima y mercadería	75,6%
Afectaciones a el subsector Manufacturero.	2,4%
Activos de empresas pequeñas	21,9 afectación total

Elaborado: Autoras

Fuente: Inec

Los flujos aproximados perdidos por la producción de bienes y servicios son de USD 92 millones.

**Tabla 3: RESUMEN AFECTACIONES FORMAL EN EL TERREMOTO 16A**

	valor bruto de producción (VBP)	Porcentaje
<b>Sector Formal</b>	USD 87,2 millones	1,9 % del total de las ventas

Elaborado: Autoras

Fuente: Inec

## 2. Comercio

En el subsector comercio las afectaciones se concentraron en las empresas de comercio al por menor, en su mayoría pequeñas empresas, mientras que las ventas perdidas se

distribuyeron casi equitativamente entre las ramas de comercio al por mayor y comercio al por menor, y entre empresas de tamaños distintos.

**Tabla 4: Gasto que incurrieron las empresas después del terremoto 16A**

	Rubros	Porcentaje
Empresas pequeñas	Remoción de escombros	25,4 %
Empresas medianas	Remoción de escombros	29,6 %
Empresas grandes	Compra de combustible y lubricantes.	3,3 %

Elaborado: Autoras

Fuente: Inec

**Tabla 5: Los flujos aproximados perdidos por la producción de bienes y servicios**

	Total	Sector Formal	Porcentaje
	USD 285,3 millones	USD 199,4 millones	5,70%
<b>Empresas grandes</b>			43,40%
<b>Empresas pequeñas</b>			31,10%

Elaborado: Autoras

Fuente: Inec

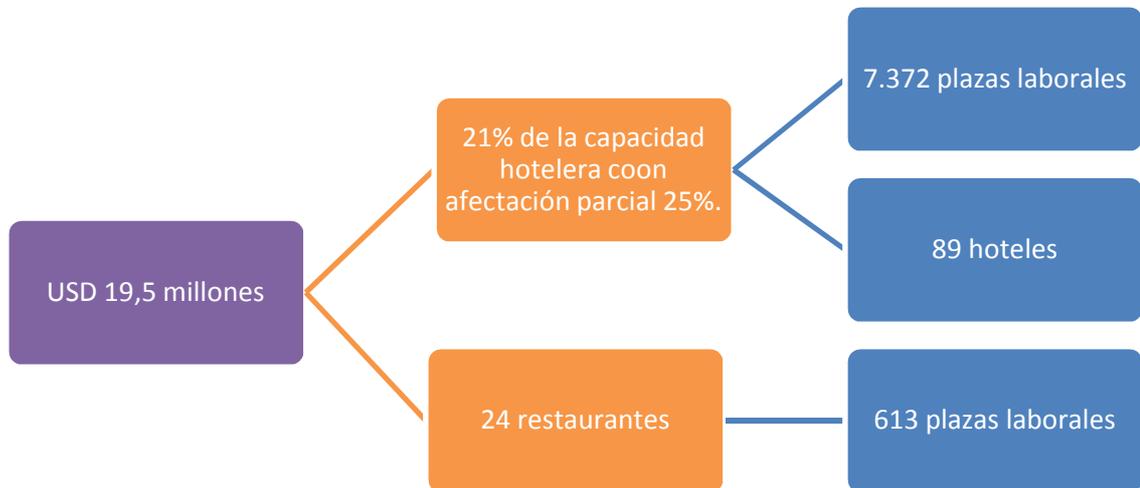
Se destaca, dada su importancia, que una parte significativa de las pérdidas se produjeron en el sector informal.

### 3. Turismo

Con base en la Encuesta para la Evaluación de los Efectos del Sismo en los Sectores Productivos elaborada por el INEC se identificó que los daños se concentraron

principalmente en empresas pequeñas. Los activos que resultaron mayormente afectados corresponden a edificios e instalaciones.

### Ilustración 2: Pérdidas para el subsector turismo



Elaborado: Autoras

Fuente: Inec

En la provincia de Esmeraldas, los hoteles con afectación total corresponden al 6% de la capacidad hotelera de la zona, mientras que los hoteles con afectación parcial corresponden al 41%.

En el caso de las pérdidas, al igual que en el de los daños, las empresas afectadas mayoritariamente fueron las pequeñas, destacándose que los gastos de personal más afectados corresponden en particular a las empresas que prestan servicios de restaurantes.

### Entidades Financieras, intervención en la recuperación económica.

En la recuperación económica de la ciudad jugarán un papel importante las entidades financieras, ya que son ellas, las que, ante el desastre ocurrido, crearán facilidades para los préstamos y alguna medida temporal para aquellos que ya tenían créditos otorgados y tengan que ser pagados. A continuación, se mencionarán las más importantes.

La Corporación Financiera Nacional, institución financiera pública, autónoma, con personería jurídica y con duración indefinida. Constituida mediante Decreto Supremo No. 2062 del 20 de diciembre de 1977, publicado en el Registro Oficial No. 494 de 29 de diciembre de 1977. (Congreso Nacional, 2006)

Según declaraciones en el sitio web oficial de la institución

Así mismo, en dicha publicación del portal web de CFN

- Las autoridades de CFN indicaron que está disponible una línea de crédito contingente por USD 25 millones para clientes y nuevos clientes que requieran financiamiento en Manabí y Esmeraldas. Para los clientes el financiamiento será de hasta el 100% del presupuesto del plan de rehabilitación o reconstrucción, para clientes nuevos, será de hasta el 90% del plan de inversión. (nacional, 2016)

Por otro lado, las instituciones financieras privadas también se hacen presente con sus opciones de ayuda a sus clientes; una de ellas es el Banco Pichincha quien, a través de su sitio web, ha publicado su lista de acciones para ser parte de la recuperación económica de la provincia y brindar una ayuda crediticia y así mismo ciertas facilidades a sus clientes.

## 2.2 Bases Teóricas

### **Sectores de la economía.**

La economía es sectorizada de acuerdo a la actividad que se realiza, es por eso que se distinguen tres sectores principales: el primario, que abarca todas las actividades relacionadas con los recursos naturales, es decir, la agricultura, la ganadería y a pesca. Dentro de este sector también se pueden incluir a la minería, extracción de petróleo, carbón, entre otros. Mientras que el sector secundario o industrial implica la transformación industrial de la materia prima, para obtener un producto final, como puede ser la fabricación de alimentos procesados, bebidas, muebles, la industria textil, metalmeccánica, entre otros. Y finalmente el sector terciario o de servicios, el cual comprende actividades como educación, turismo, comercio, transporte, salud, servicios básicos, entre otros (Pachón Orjuela, Acosta Sánchez, & Milazzo Ramirez, 2002, p. 13).

En este trabajo de investigación, al momento de realizar el análisis situacional de Manta, en especial de su economía, se incluirán las actividades más representativas de la ciudad, por lo que serán clasificadas bajo el esquema de los sectores económicos mencionados previamente.

### **Crisis económica.**

La presencia de factores de la economía capitalista generó procesos contradictorios y crisis de diverso tipo en la región, antes acostumbrada a ritmos pausados característicos del mercantilismo colonial: la variación de los precios de exportación creaba ciclos económicos cortos e inestables en la segunda mitad del siglo XIX; la creciente demanda de materia prima agroforestal (tagua, paja, cacao, caucho) incidió en la producción de comestibles y había escasez y carestía de alimentos. Y, por otra parte, el surgimiento de la competencia en la elaboración de sombreros, el impuesto al comercio interno de la paja toquilla, y la canalización de la mano de obra a la economía recolectora, impactó en la histórica economía artesanal. A esto se sumaban las acciones del gobierno para castigar a la región por su adhesión a la revolución.

La primera contracción económica afectó la economía entre 1820 y 1840. Al iniciarse la segunda mitad del siglo XIX se produjo una nueva crisis que afectó específicamente a la economía artesanal, sobre todo al sector productor de sombreros de paja toquilla, debido a varios factores: por una parte el incremento de la oferta de sombreros de tela exportados desde Inglaterra para atender la demanda de Centroamérica, competía con los sombreros de paja; por otra parte, en otras regiones, como Azuay y Catacaos, localizada en el Perú, habían aprendido la técnica de elaboración de sombreros, y competían en el mercado con su oferta, aunque a su vez incrementaban la demanda de paja toquilla, procesada mayormente en Manabí, que como se sabe, se comercializaba por medio de contrabando, todo lo cual afectaría en su momento la provisión local. La crisis estaría también relacionada con el retroceso del ciclo comercial impulsado desde Europa, que ocurrió entre 1847 y 1848. Aunque los factores externos y la competencia extra regional eran causas, otra de las razones de la crisis fue producida por la canalización de la mano de obra artesanal a las tareas de recolección de la tagua. En 1886 se informaba a través de la prensa que la exportación de los sombreros había

disminuido, pero se mantenían altos los precios y escaso el producto, “debido a que la mayor parte de los manufactureros se han dedicado al carreo de tagua”. En efecto, el Dr. Felicísimo López afirmaba que en 1863 ya había decaído en algo la manufactura de sombrero en Manabí, aunque no tanto como en 1891, pero seguía finalmente siendo la principal fuente de vida de los cantones del sur. La afirmación de que en esta segunda mitad del siglo se produjo una profunda crisis en la economía artesanal manabita, merece sin embargo más análisis y contrastes de indicadores. La conclusión está referenciada en las tablas de exportaciones a través de Guayaquil, que muestran cómo los valores obtenidos por el comercio de sombreros subieron significativamente hasta el año 1854, para luego caer hasta 1863. Sin embargo, en 1867 el Informe del Ministro del Interior y Relaciones exteriores dirigido a las cámaras legislativas de Ecuador, registraba un valor de 1´760.594,39 pesos por la exportación de sombreros de paja toquilla a través de Manta, una cifra que superaba en mucho la de otros reportes, lo que pone en duda algunos datos nacionales y en general la consistencia de las fuentes.

Los sombreros tenían gran demanda entre 1886 y 1887, pero la mano de obra estaba dedicada al acarreo de tagua y por ello la producción era escasa. Otra perspectiva a considerar es la geografía de la crisis, que habría afectado puntualmente a la zona centro sur, con su núcleo Montecristi, en tanto que el área de Jipijapa se reinsertaba por medio del comercio de la tagua, y el norte crecía permanentemente impulsado por la economía del cacao, caucho y café, por lo que en términos generales la economía crecía según reflejan las cifras progresivas de exportación.

Como se dijo, el comercio de los productos de Manabí en la esfera internacional, estaba sujeto a ritmos de auges y crisis, establecidos por la variabilidad de los precios y por la demanda de los mercados de productos como la tagua.

Poco después, en 1890, la autoridad de la provincia informaba que la baja del precio de la tagua tenía abatido el comercio y que antes se lograban introducir un capital de hasta \$200.000 sures anuales por ese comercio, pero que ahora los precios habían caído. Dos años después, en 1892, los precios comenzaron nuevamente a subir.

El comercio de paja toquilla había aminorado considerablemente, se decía, pero los precios se mantenían altos. La paja toquilla se exportaba oficialmente en poca cantidad, aunque como sabemos era uno de los productos que más se contrabandeaba. Otra de las

causas de las crisis regionales fueron las acciones del gobierno para neutralizar a los manabitas cuando favorecían al insurgente Eloy Alfaro. En 1884 el comercio de Manabí fue golpeado por un decreto, mediante el cual se ordenó el cierre de todas las actividades del comercio marítimo y terrestre, debido a que los manabitas se habían mostrado contrarios al gobierno y a favor de la revolución de Eloy Alfaro; así mismo se produjeron asaltos y se extrajeron significativos capitales en Bahía de Caráquez. Los eventos de todo tipo, pero sobre todo los de la guerra, interfirieron constantemente y de diversa manera en la esfera mercantil, la dinámica económica y por lo tanto en la acumulación y formación del capital originario de la provincia.

Otro de los problemas resultado de la contradicción del sistema, eran los precios altos de los comestibles en la provincia, según lo confirmaba en 1867 el propio Ministro de Hacienda, y años después el Obispo de Manabí quien volvía a confirmar el problema de la carestía y escasez de alimentos de primera necesidad.

En determinadas épocas los bienes básicos de consumo de la provincia parecen haber sido traídos de afuera: el ganado y algunos alimentos eran trasladados desde Guayaquil; el arroz, fréjol, azúcar y pescado se lo importaban del Perú, puerto con el que la provincia de Manabí mantenía un activo comercio, a través de pequeñas embarcaciones nacionales y peruanas que hacían el trayecto entre Manta o Bahía de Caráquez y los puertos de la costa norte del país vecino. Por otra parte, Manabí era una de las provincias más desarticuladas con los espacios interandinos, desde donde se proveían algunos víveres que debían ser traídos por Guayaquil, o desde el Perú, lo cual encarecía el precio final. En 1890 se insistía en el camino a través de Aloag, para conectar a Manabí y se advertía sobre el aislamiento de la provincia.

Las Crisis Económicas pueden ser definidas según José Moncada Sánchez, en su libro *Económica y Globalización: de menos a más*, como: Fenómenos objetivos, inevitables, más o menos violentos, no causados por nadie en particular y caracterizados por caídas de la producción, interrupción de las inversiones, cierre y quiebra de empresas, aumento del desempleo, reducción de los ingresos y de la demanda, deterioro de los salarios reales de los trabajadores, fluctuaciones generalmente violentas de los precios, presencia de graves desequilibrios en las relaciones del país con el exterior. (Moncada Sánchez, 2001, p. 151)

Según Einstein: “No pretendamos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar 'superado'. Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis, es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora, que es la tragedia de no querer luchar por superarla”.

Según Velasco Luis en su libro “No son solo algunas manzanas podridas nos dice:

Para lograr entender la actual crisis económica hay que reflexionar y conocer el desarrollo de la historia económica de Estados Unidos hasta llegar a convertirse en potencia mundial. Ahora hemos llegado al punto en que la globalización hace que las decisiones que se toman en un país tengan consecuencias en todos. Pero esas decisiones no las toman entes abstractos, sino personas que ostentan un gran poder. (Luis de Velasco. El Viejo Topo, D. L. 2010)

Según Samir Amín la actual crisis no es tanto financiera sino la provocada por la crisis del propio sistema capitalista, que califica de oligopólico y senil. Expone el autor su teoría de que la propia concepción del capitalismo como sinónimo de crecimiento exponencial es el que le lleva a su propia destrucción.

Es importante destacar que, así como no todas las crisis son iguales, no existe una manera determinada de encontrarles solución, por lo tanto, cada una debe abordarse de manera diferente y de acuerdo a los acontecimientos.

Un claro ejemplo es la actual crisis que está atravesando la ciudad de Manta, luego de los devastadores acontecimientos, en donde su economía ha sido afectada ya que algunas de sus fuentes principales de ingresos de su gente han desaparecido; en especial

en el sector de Tarqui donde se desenvolvía el comercio de la ciudad. Además de la crisis económica evidente de la ciudad, también se han enfrentados a una crisis social, ya que centenares de familias se han quedado sin hogares y han perdido a sus seres queridos en esta lamentable tragedia.

### **Planeación estratégica.**

Según (Amaya, 2005. PG14), la planeación estratégica “es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así, como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro”.

“Los estrategias, el direccionamiento, el diagnóstico, la formulación estratégica y la auditoría estratégica”, según (Amaya, 2005. PG14)son componentes fundamentales en la planeación estratégica.

Al momento de enfrascarse en este proceso es necesario responder algunas preguntas, que facilitarán dicho proceso, como por ejemplo, el tener claro a dónde se quiere ir como empresa, el ahora, en donde debería estar, a donde se puede ir de acuerdo a los recursos que posea, a donde se irá en el futuro y de qué manera se llegara a esas metas (Amaya, 2005. PG14)

La planeación estratégica es una de las variables con mayor implicación e interés en este trabajo puesto que con los conocimientos que brinda esta herramienta son con los que se va a elaborar el plan propuesto para la recuperación económica del sector comercial a estudiar. Por lo cual ésta herramienta ayudará a la correcta formulación de dicho plan, tomando en cuenta los procesos, pasos y demás objetos involucrados.

Otra de los factores para los cuales ayudará la planeación estratégica es al reconocimiento y la distribución de los recursos útiles en el proyecto, no solo económicos sino también humanos, los cuales ayuden a cumplir el objetivo de este trabajo

La Planificación Estratégica como instrumento de la gestión por resultados

La Planificación Estratégica, PE, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.

La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la PE es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas.

A partir de un diagnóstico de la situación actual (a través del análisis de brechas institucionales), la Planificación Estratégica establece cuales son las acciones que se tomarán para llegar a un “futuro deseado”, el cual puede estar referido al mediano o largo plazo.

La definición de los Objetivos Estratégicos, los indicadores y las metas, permiten establecer el marco para la elaboración de la Programación Anual Operativa que es la base para la formulación del proyecto de presupuesto.

El uso de la Planificación Estratégica en el ámbito público se concibe como una herramienta imprescindible para la identificación de prioridades y asignación de recursos en un contexto de cambios y altas exigencias por avanzar hacia una gestión comprometida con los resultados.

Las características centrales de la gestión orientada a resultados son:

- Identificación de objetivos, indicadores y metas que permitan evaluar los resultados, generalmente a través del desarrollo de procesos planificación estratégica como herramienta para alinear las prioridades a los recursos y establecer la base para el control y evaluación de las metas.
- Identificación de niveles concretos de responsables del logro de las metas.

- Establecimiento de sistemas de control de gestión internos donde quedan definidas las responsabilidades por el cumplimiento de las metas en toda la organización, así como también los procesos de retroalimentación para la toma de decisiones.
- Vinculación del presupuesto institucional a cumplimiento de objetivos.
- Determinación de incentivos, flexibilidad y autonomía en la gestión de acuerdo a compromisos de desempeño.

La planificación estratégica es un proceso que antecede al control de gestión, el cual permite hacer el seguimiento de los objetivos establecidos para el cumplimiento de la misión.

La PE cubre aspectos de carácter macro que involucran el mediano y largo plazo y apoya la identificación de cursos de acción que establezcan las prioridades institucionales.

La planificación estratégica es un proceso continuo que requiere constante retroalimentación acerca de cómo están funcionando las estrategias.

En el sector privado, las organizaciones tienen señales de su desempeño a través de indicadores claros, tales como las utilidades, los retornos sobre la inversión, las ventas, etc.

Los indicadores entregan información valiosa para la toma de decisiones respecto del curso de las estrategias, validándolas o bien mostrando la necesidad de efectuar un ajuste. En las organizaciones públicas, las señales no son tan claras, y el diseño de indicadores que permitan monitorear el curso de las estrategias, es un desafío permanente. En el marco de las actividades de planificación de las organizaciones es necesario distinguir entre la planificación estratégica y la planificación operativa. Aun cuando ambas tratan de determinar los mejores cursos de acción, la primera se refiere al largo y mediano plazo y la segunda se relaciona con el corto plazo. Cuando hablamos de planificación estratégica nos estamos refiriendo a las grandes decisiones, al establecimiento de los Objetivos Estratégicos que permiten materializar la Misión y la Visión. Por lo tanto, la PE es la base o el marco para el establecimiento de mecanismos

de seguimiento y evaluación de dichos objetivos, es decir, el control de la gestión no se puede realizar sin un proceso previo de planificación estratégica.

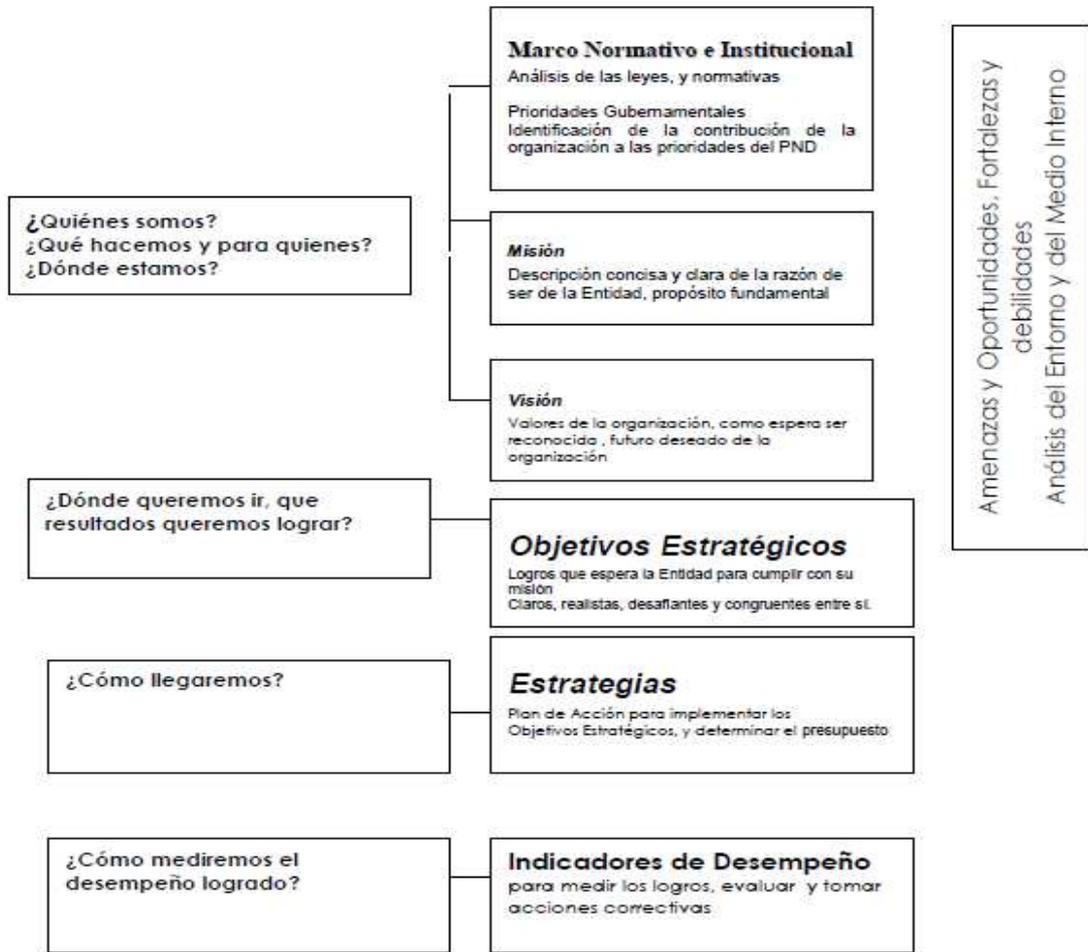
### **2.2.1 Componentes del Proceso de Planificación Estratégica**

Las metodologías para desarrollar procesos de planificación estratégica son variadas y encontramos en la literatura diversos enfoques. Desde el punto de vista de las organizaciones públicas, no existe en general un modelo a seguir y encontramos esquemas metodológicos que tienen mayor o menor complejidad. A diferencia de la programación operativa y el presupuesto, la planificación estratégica tiene menor grado de rutinas y protocolos estandarizados.

La planificación estratégica en el ámbito público es una herramienta que nos ayudará al establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias como apoyo a la definición de los recursos que necesitamos para lograr los resultados esperados, por lo tanto, debe ser un proceso simple e incorporado en la rutina de la toma de decisiones directivas en el proceso presupuestario. Desde esta perspectiva, debemos contar con estándares de confiabilidad para identificar aspectos claves que apoyen la gestión organizacional, tales como la definición de la Misión, Objetivos Estratégicos, Estrategias, definición de metas e indicadores

### Ilustración 3: PLANIFICACION ESTRATEGICA

Esquema No 1 de Planificación Estratégica



Fuente: Internet

#### 2.2.2 Requisitos de la Planificación Estratégica en el ámbito público

El uso de la planificación estratégica apoya la toma de decisiones en diferentes niveles de decisiones gubernamentales y los enfoques metodológicos que pueden apoyar este proceso son variados.

Las mejores prácticas en la aplicación de Planificación Estratégica a nivel gubernamental insisten en la necesidad de que la técnica utilizada se apegue a los siguientes requisitos:

**Tabla 6: REQUISITOS PARA UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

Requisitos	
<p>Definir los responsables de los Programas, áreas o divisiones que tienen a cargo la producción de los bienes y servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La planificación estratégica implica tomar decisiones respecto de cursos alternativos de acción con los recursos presupuestarios.</li> <li>• La perspectiva estratégica permitirá identificar las mejores alternativas respecto de cómo se asignarán los recursos y que consecuencias generará en términos de la entrega de los bienes y servicios y los resultados.</li> </ul>
<p>El proceso de planificación estratégica debe ser la base para la definición de los planes operativos y la programación presupuestaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La metodología y contenido del proceso debe responder preguntas básicas para avanzar hacia un presupuesto orientado a resultados: qué productos generamos, para quienes, en qué condiciones, que resultados comprometemos.</li> </ul> <p>4. Las metas y las líneas de acción de corto plazo deben estar alineadas con las definiciones estratégicas. Este alineamiento debe permitir la identificación de los aspectos financieros y operativos para materializar el presupuesto.</p>

La planificación estratégica debe permitir la definición de los resultados esperados de la gestión anual.

Por lo tanto, el énfasis debe estar enfocado en el que esperamos lograr en un plazo determinado, para que nuestros productos sean provistos de forma eficiente, eficaz, y de calidad.

La metodología de PE debe permitirnos la identificación adecuada de los objetivos estratégicos. Por lo tanto, si los objetivos que se identifiquen son irrelevantes desde el punto de vista de lo sustantivo del quehacer institucional o son poco desafiantes respecto de las mejoras institucionales y/o del programa, los indicadores que permitirán monitorear y evaluar el desempeño también serán débiles.

Para saber si hemos cumplido con los Objetivos propuestos es necesario que la PE sea la antesala del control de la gestión, así como se define un proceso de PE anual, debe establecerse un sistema de control de gestión que permita registrar los objetivos, metas e indicadores a lo largo de toda la organización, para establecer el monitoreo y evaluación posterior.

### **Sistema comercial.**

Según Peris (2008) en la sexta edición de su libro *Distribución Comercial*, “el comercio realiza la función de intermediación entre los sectores de producción y consumo”.

Así mismo, (Peris, 2008) quien cita a (Martín Armario, 1993) en su libro destaca que “Las actividades que implica la distribución comercial son realizadas por numerosas personas y entidades, que actúan como eslabones intermedios entre productores y consumidores, formando los canales de distribución. El conjunto de esos eslabones intermedios constituye el sistema financiero”

Con una afectación al 49% del sector productivo y con pérdidas por al menos \$ 860 millones, según datos del Ministerio de Industrias y Productividad, los efectos del terremoto del pasado 16 de abril aún son latentes en las economías de Manabí y Esmeraldas.

El comercio, la agricultura y la pesca, la principal industria de las zonas afectadas; manufacturas y turismo son las actividades cuyas infraestructuras productivas se vieron devastadas, parcialmente destruidas o mermadas tras el sismo de 7,8. Y con ello vinieron no solo un decrecimiento en la economía, que la Senplades estima en un 0,7%, sino un efecto en el empleo, que ya venía siendo golpeado producto de la crisis del país.

La pérdida de plazas de trabajo se ha visto reflejada en el aumento de solicitudes del seguro de desempleo del IESS. Hasta antes del terremoto apenas 37 personas habían pedido el beneficio. Desde el 16 de abril la cifra se elevó a 1.522: 1.230 en Manabí (donde se registran 203.610 afiliados) y 292 en Esmeraldas (con 63.572).

Jesús Loor, director del IESS en Manabí, dice que a causa del terremoto en la provincia las afiliaciones disminuyeron un 8,5% en el sector privado, pero crecieron 1,6% en el público, comparado con el año pasado.

Otro indicador son las empresas. El Ministerio de Trabajo emitió, mediante decreto, una serie de medidas para conservar el empleo, como el teletrabajo, la reducción de la jornada y la suspensión de la relación laboral por hasta tres meses. Pese a la difusión de las medidas, en Esmeraldas no se recibió ninguna solicitud; en Manabí, 34 empresas se acogieron a la suspensión temporal de la relación patronal y cuatro solicitaron modificar la jornada.

Del sector productivo, el comercio fue el más afectado con el desastre, con pérdidas por \$ 428 millones, refiere el ministro de Industrias y Productividad, Santiago León; en agricultura y pesca la afectación fue de \$ 220 millones; en manufactura, de \$ 164 millones.

Paola Pérez, directora ejecutiva de la Cámara de Industrias de Manta, señala que aún no ven los estímulos ofrecidos por el Gobierno. Y critica que en la denominada Ley Solidaria se dejó exento de los dos puntos más de IVA a Manabí, pero no se consideró que las empresas tienen proveedores de Guayaquil, Quito y Cuenca. “Al final, terminamos pagando el 14% y no el 12% del IVA, y además debemos asumir ese desfase ante nuestros clientes”, expresa.

Alba González, y que falta inyectar liquidez. presidenta de la Cámara de Comercio de Portoviejo, considera que en la provincia la empresa privada no ha superado el golpe económico

La reactivación tiene dos caras en Manabí y Esmeraldas: los que lo hicieron por cuenta propia y los que accedieron a un crédito en la banca. En este primer grupo están Luis Gusqui, un riobambeño dueño del almacén Barcelona, y Fabricio Valdiviezo, propietario de El Gran Baratillo, en Portoviejo. Con la mercadería que salvaron tras ver destruidos sus negocios y sin recurrir a financiamiento abrieron nuevos locales.

En Manta, en cambio, es otro el panorama. Lucía Fernández, presidenta de la Cámara de Comercio, señala que solo en Tarqui, donde se asentaban 4.200 comerciantes, 24 hoteles, 14 ferreterías y 22 almacenes de electrodomésticos, habría una pérdida de \$ 500 millones. Con el agravante de que un 90% de los comerciantes no califica para un crédito. “El sector que está realmente damnificado está en la Central de Riesgo y no ha podido acceder a la banca privada o pública. Han recibido créditos muy pocos”, dice.

Con ella coincide Jorge Mero, presidente de la Unión de Comerciantes de Tarqui, con 1.700 agremiados. Dice que los préstamos al chulco y el poco acceso a la banca son una realidad entre ellos. Los chulqueros les dan crédito inmediato, dice, pagando \$ 12 diarios por 60 días a cambio de \$ 500.

En la banca pública la mayoría de comerciantes ha recurrido a Banecuador, que opera desde mayo pasado, pero no todos cumplen las garantías. “Hay personas que se quejan porque se les está pidiendo mucha documentación, pero tampoco se puede regalar el dinero. Hay personas que tienen cartera castigada en el banco. No es que no se les va a dar, sino que es un proceso que obviamente demora un poco más...”, justificó la ministra de Inclusión Económica y Social, Lúdica Larrea, el 13 de julio en la Asamblea.

León señala que se han mejorado procesos y que incluso se ha permitido que sean garantes entre ellos mismos para flexibilizar los requisitos.

Banecuador habilitó el crédito de reactivación ‘Contigo Ecuador’, que ofrece hasta \$ 20 mil a 10 años y hasta 6 meses de gracia. Las condiciones dependerán de cada cliente. En

promedio se han otorgado créditos de \$ 8 mil. Al 25 de julio, 3.126 personas accedieron a uno, lo que ha implicado desembolsos por \$ 24'826.925. (El Universo)

### 2.3 Bases legales

Que, el Art. 14 de la Constitución del Ecuador reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*;

Que, el Art. 283 de la Constitución del Ecuador establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y, tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir;

Que, el artículo 275 de la Constitución del Ecuador establece que todos los sistemas que conforman el régimen de desarrollo (económicos, políticos, socioculturales y ambientales) garantizaran el desarrollo del buen vivir, y que toda organización del Estado y la actual de los poderes públicos están al servicio de los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador;

Que, el numeral 2 del artículo 276 de la Constitución del Ecuador establece que el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario, y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable;

Que, los numerales 1, 2 y 3 del artículo 285 de la Constitución del Ecuador prescriben como objetivos de la política fiscal: 1) El financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos; 2) Redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados; 3) Generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios socialmente deseables y ambientalmente responsables;

Que, los numerales 1, 2 y 5 del artículo 264 de la Constitución del Ecuador establecen como competencias exclusivas de los Gobierno Autónomos Descentralizados

Municipales tanto a planificar el desarrollo cantonal, ejercer el control sobre el uso y aplicación del suelo; y, a crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras;

Que, el artículo 238 de la Constitución de la República consagra el principio de autonomía municipal en concordancia con el Art. 5 incisos 1, 3 y 4 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización;

Que, el Art. 53 y Art. 54 literal I) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, dice: "Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto a los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de financiamiento, plazas de mercado y cementerios;

Que, el Art. 60 del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, establece como una de las atribuciones del Alcalde o Alcaldesa es la presentación de proyectos de ordenanzas al Concejo Municipal en el ámbito de sus competencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal;

Que, el artículo 6, primer numeral del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización estatuye que ninguna función del Estado ni autoridad extraña podrá interferir en la autonomía política, administrativa y financiera propia de los gobiernos autónomos descentralizados, salvo lo prescrito por la Constitución y las leyes de la República;

Que, el Art. 134 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria determina que son las municipalidades quienes, conformando regímenes de administración en condominio, con comerciantes minoristas, podrán construir mercados, centros de acopio, silos, y otros equipamientos de apoyo a la producción y comercialización de productos y servicios. Los regímenes de administración en condominio entre las municipalidades minoristas se regularán mediante Ordenanza;

Que, el Art. 133 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria indica que los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria, incluirán en su planificación y presupuesto anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo para el fomento y fortalecimiento de las personas y organizaciones, e impulsarán acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración, de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales, y mercados u otros. Los Gobiernos Autónomos en el ámbito de sus competencias, determinarán los espacios públicos para el desarrollo de las actividades económicas de las personas y las organizaciones amparadas por esta Ley.

Que, el Art. 61 de la ORDENANZA REFORMATORIA A LA ORDENANZA QUE CREA Y REGULA EL SISTEMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL CANTÓN MANTA; define al control social como “el derecho que emana del principio de democracia participativa, mediante el cual la sociedad civil de forma sistemática, objetiva y voluntaria, se organiza con el fin de vigilar la gestión municipal. El control social se ejerce cuando los ciudadanos vigilan el ejercicio del poder local en los espacios de evaluación participativa. Los ciudadanos accederán a la información en forma oportuna y veraz que les permita fundamentada mente vigilar el cumplimiento de planes y programas institucionales, a objeto de mejorar las condiciones y calidad de vida de los vecinos del cantón Manta, haciendo uso eficiente y transparente de los recursos económicos, humanos y materiales.

Que, el Decreto Ejecutivo N°. 3253, elevado al Registro Oficial N°. 696 del 4 de noviembre del 2002 crea el “REGLAMENTO DE BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA”:

Que, la Resolución N°. 13035, del 13 de marzo del 2013. Elevada al Registro Oficial N°. 934 del 16 de abril del 2013, emite la norma técnica ecuatoriana NTE-INEN-2687:2013, con los requisitos de mercados saludables;

Que, la Resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG, de fecha 21 de diciembre del 2015, establece en su TITULO III “ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA”, instaura la normativa para los lugares donde se realiza la preparación,

almacenamiento, servido y venta de alimentos directamente al usuario para ser consumidos en el establecimiento o para su entrega a domicilio; y, los CAPITULOS II y IV del TITULO IV “DE LA VIGILANCIA Y EL CONTROL, determina la vigilancia y el control de los establecimientos que elaboran y comercializan alimentos y de la vigilancia y el control de los establecimientos de alimentación colectiva.

## 2.4 Definición de Términos Básicos

### **DIAGNOSTICO**

Es el producto que se da después de una evaluación extensa de algo o alguien dentro de distintos parámetros de lo que está calificando.

(Quinteros, 1985)

**Catástrofe:** Hace referencia al hecho trágico ya sea a nivel parcial o mundial de un suceso de magnitud natural o personal que afecta no solo a una sociedad sino a la población entera dentro de un determinado tiempo

La desorganización y caos que provoca en la sociedad en general.

(Calderon, 2013)

**Terremoto:** Es un movimiento brusco de la Tierra liberación de energía habitualmente estos movimientos son lentos e imperceptibles, pero en algunos casos estas placas chocan entre sí como gigantescos témpanos de tierra sobre un océano de magma presente en las profundidades de la Tierra, impidiendo su desplazamiento, si el desplazamiento es dificultado comienza a acumularse una energía de tensión que en algún momento se liberará y una de las placas se moverá bruscamente contra la otra rompiéndola y liberándose entonces una cantidad variable de energía que origina el Terremoto.

(Udc.es)

**Comerciantes:** Según la real academia española es el nombre que se le da a una persona que realiza una actividad comercial dentro de un lugar o local respetando las respectivas leyes que lo rigen

(Real Academia de Lengua Española)

**Comercio:** Según García es la actividad que realiza una persona o varias de ellas buscando un bien en común mediante el intercambio de bienes o servicios realizando varias actividades que con lleven satisfacer la necesidad en general.

(Garcia, Roberto, 2016)

**Comerciante minorista:** Son aquellos que realizan una actividad económica en pequeñas proporciones realizando compra o venta de varios artículos dentro o fuera del país.

(Super Contables)

**Comercio informal:** El comercio informal se define como aquel trueque económico que tiene como objeto una manera clandestina e irregular ya que no tiene los procesos fiscales y permisos requeridos por las autoridades para realizar su actividad. Este se realiza bastante dentro de mercados y afueras de estadios.

(ciudadana, 2017)

**Crecimiento económico:** El crecimiento económico según el autor Jesús se podría definir como el aumento de plazas de trabajo dentro de un país para así de esta manera aumentar el Producto Interno Bruto opinando dentro de cifras en un país pero, considerado también según el autor como una arman de doble filo debido que así como se consume se gasta.

(Jesús, 1970-2005)

**Crédito Bancario:** Se podría considerar como crédito bancario a la actividad de conceder una determinada cantidad de dinero por medio de una cuenta personalizada que le permite cancelar el dinero prestado más los intereses que dicha cuenta produzca en el determina tiempo de adquisición.

Se suele confundir con los préstamos ya que la diferencia se da en que el crédito se cancela intereses por cada cantidad prestada y el préstamo solo un interés general por el total de dinero prestado.

(CONCEPTO.DE)

**Reconstrucción:** Da referencia a la construcción de un edificio o casa en un mismo lugar o en otro, lo que nos quiere decir es volver a rehacer un mismo edificio para la mejora del mismo y adecuación de este.

(Cultural, Enciclopedia)

**Local comercial:** se considera local comercial al espacio asignado y adecuado específicamente para la venta de mercadería o cualquier otro producto dentro de una actividad económica.

Quedan excluidos los espacios que se sitúan en la calle o portal de alguna vivienda.

También se podría decir que los locales comerciales pueden ser individuales y colectivos ya que se pueden dividir dentro del mismo para la realización de varias ventas o actividades que lleve a una ganancia económica.

(Cataluña)

**Rise:** Es el pago de impuestos en pequeñas cuotas mensuales dependiendo el ingreso anual que las personas al realizar su actividad comercial, cabe recalcar que este impuesto es voluntario ya que las sociedades más grandes o empresas están obligadas a aportar otro tipo de impuestos.

(SRI)

**Ruc:** Es el Registro Único del Contribuyente que empieza una actividad económica que por ende está obligado a llevar contabilidad y que está identificado de manera única dentro de una base de datos ya que está formado por su número de cedula conjunto con el número 001.

(SRI)

**Sismo:** Son movimientos que se producen al haber una liberación de energía comprimida dentro de la tierra produciendo sacudidas anormales dentro de un lugar determinado.

(web,, funvisis.gob.ve)

**Económico:**

Se define desde el punto de vista de tres puntos, que son:

Uno. - Administración eficaz y razonable de los bienes.

Dos. - Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo.

Tres. - Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos.

(Real Academia de Lengua Española)

Según (Robbins)“la economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar”

(Pool, 1973) Define a la economía “como la rama de las ciencias sociales que estudia los procesos de producción y distribución y el carácter de los ingresos reales”

**Comerciantes:** Es la persona que realiza una actividad económica que conlleva la compra o adquisición de mercadería para la venta de la misma a otro precio considerando varias opciones que intervinieron para contraer con esta una determinada ganancia.

(CONCEPTO.DE)

**Reubicación:** Es el traslado del lugar habitual por disposición de las autoridades ya sea de personas inmuebles o instituciones completas hacia otro lugar determinado.



EL SECTOR NUEVO TARQUI DESPUES DEL TERREMOTO.	positiva.
--	-----------

## VARIABLES INDEPENDIENTES

Análisis del sector	Tanto comerciantes, compradores y la sociedad en general.
Análisis socioeconómico	Cuál es el impacto que ha ejercido este cambio en los comerciantes, y cuan satisfechos están.
Reubicación	Que pasara al momento de terminar la reconstrucción del antiguo mercado  Acaso se dividirá en dos este gran mercado.
Tamaño	En la actualidad este mercado es igual de visitado que antes del terremoto

## CAPITULO III

### 3. Marco Metodológico

Se escogió este tema de estudio porque permitirá tener una visión clara de la problemática que se dio después del terremoto del 16 de abril del 2017 en la ciudad de manta, comerciantes que perdieron sus lugares de trabajo y debieron enfrentar una transición que se ha hecho difícil no solo económicamente sino también socialmente, la más grande zona comercial de manta convertida en escombros, y comerciantes que aún no pueden elevar sus ingresos en la zona comercial nuevo Tarqui.

### 3.1 Diseño de la Investigación

La investigación desarrollada es de tipo exploratoria, descriptiva, explicativa, analítica y no experimental, exploratoria porque se aplicaron técnicas de recolección, como las encuestas como fuente primaria y también la consulta de fuentes oficiales de información como fuentes secundarias, que proporcionan información confiable. Es descriptiva porque interpreta el impacto que ha tenido la reubicación de los comerciantes en un nuevo sector, que no era comercial. Explicativa y analítica porque busca explicar las condiciones del caso de estudio y brindar conclusiones acerca de las diferentes quejas que mantienen los comerciantes con el Municipio de Manta por los bajos ingresos que dicen percibir. No experimental porque no se va a manipular ningún elemento de la situación actual.

### 3.2 Población y Muestra

Para el uso de la técnica de encuesta, se va a tomar en cuenta los módulos que se inauguraron en esta zona comercial, más los vendedores existentes es la parte de los contenedores.

Para el cálculo de la muestra, se aplicó un modelo analítico matemático con la fórmula estadística:

$$n = \frac{(z^2)(P)(Q)(N)}{(z^2)(P)(N) + (N)(e^2)}$$

Q= 1-p = 0.5

N= Población

$e^2$  = Error de muestreo (Precisión de los resultados) (5% - 0,05)

n= Tamaño de la muestra

$z^2$  = Nivel de confianza (95%-1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia

En donde, para el caso de los comerciantes son 1800 personas los datos fueron los siguientes:

$$Q= 0.50$$

$$N= 1800$$

$$e^2= 0,05$$

n= Tamaño de la muestra

$$z^2= 1.96$$

$$P= 0.50$$

$$n = \frac{(1.96^2)(0.50)(0.50)(1800)}{(1.96^2)(0.50)(0.50) + (1800)(1.96^2)}$$

$$n= \frac{z^2 * N * p * q}{(e^2 * N) + z^2 * p * q}$$

n=	70,15
----	-------

$$n = 70,15$$

Para los consumidores se toma la población total de manta 217,553 habitantes.

$$z= 1,96$$

$$N= 217553$$

$$p= 0,95$$

$$q= 0,05$$

$$n= \frac{z^2 * N * p * q}{(e^2 * N) + z^2 * p * q}$$

$$(e^2 * N) + z^2 * p * q$$

$$n = 102,97$$

$$N = 102,97$$

A continuación, se presenta un cuadro resumen de la población, muestra y encuestas ejecutadas, para el presente estudio, dentro del cantón, en los dos grupos antes mencionados, en los cálculos el único número que cambió fue la población.

**Tabla 7: RESUMEN TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Población	Total	Muestra
Comerciantes(oferta)	1,800	71
Habitantes de Manta (Demanda)	217,553	103

### 3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para realizar esta investigación se utilizarán como método de recolección de datos la encuesta, misma que se realizaran en el sector nuevo Tarqui, la encuesta contara con preguntas relacionadas con la situación actual que viven los comerciantes del sector nuevo Tarqui, se realizaron dos formatos de encuestas.

Una para los comerciantes, dicha encuesta propone preguntas relacionadas al momento que están atravesando dentro de este sector comercial, con el fin de poder recoger información acerca de la situación actual de esta zona comercial.

Y otra para los visitantes de esta zona comercial, dicha encuesta tendrá como objetivo recolectar la información acerca del punto de vista de la población Mantense acerca de

esta zona comercial lo bueno y lo malo de la reubicación de los comerciantes del sector Tarqui.

La misma contara con 10 preguntas ya antes estudiada y aprobadas por las autoras de este trabajo en conjunto con el tutor del mismo.

Se realizarán dos grupos de encuestas:

Los comerciantes 71

Los compradores o demandantes 103

### 3.4 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

#### 3.4.1 Modelo de las encuestas realizadas

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**ENCUESTA REALIZADAS A LOS COMERCIANTES DEL SECTOR NUEVO**  
**TARQUI.**

1. De qué manera ha influido en su vida cotidiana la reubicación del mercado de tarqui

POSITIVA   
NEGATIVA   
INDIFERENTE

2. Qué resultados ha traído para usted como comerciante la reubicación de su local.

MAYORES VENTAS   
MENORES VENTAS   
IGUAL NIVEL SE VENTA

3. En base a la primera pregunta que factores cree que influyeron en sus ventas

MAYOR COMPETENCIA   
UBICACIÓN   
PUBLICIDAD

Otros \_\_\_\_\_

4. la afluencia de compradores es:

Igual antes del 16a   
Menor a antes del 16a   
Mayor a antes del 16a

5. cree usted como vendedor que se necesita atraer más compradores a esta zona comercial.

SI

NO

Como lo haría: \_\_\_\_\_

6. Cree que usted que el GAD Municipal les está acompañando en esta transición.

SI

No

Que apoyo necesita del GAD: \_\_\_\_\_

7. Bajo su criterio se han tomado las suficientes medidas de apoyo para los comerciantes de este sector tan vulnerable

SI

NO

Cuales \_\_\_\_\_

8. cuál es su nivel de satisfacción ante esta nueva ubicación

MUY SATISFECHO

POCO SATISFECHO

INSATISFECHO

9. Que debería implementarse dentro de este sector comercial para poder elevar su nivel de satisfacción

(Responder únicamente si la respuesta anterior está en poco satisfecho e insatisfecho)

REALIZARLE MÁS PUBLICIDAD A LA ZONA COMERCIAL

MÁS AYUDA POR PARTE DEL GAD MUNICIPAL

MENOS COMERCIANTES EN LA ZONA

10. Una vez terminado los trabajos de reconstrucción en el sector de la antigua mercado de tarqui, como comerciante estaría dispuesto a volver a este lugar a ejercer su actividad comercial.

SI

NO

11. Cuál era el promedio de ingresos diarios en tarqui, y cuál es su nivel de ingresos actualmente.

MERCADO DE TARQUI

NUEVO TARQUI

12. Tenían acceso a servicios básicos en el Mercado de Tarqui.

AGUA

LUZ

ALCANTARILLADO

RECOLECCION DE SOLIDOS

13. Tienen acceso a servicios básicos en Nuevo tarqui.

AGUA

LUZ

ALCANTARILLADO

RECOLECCION DE SOLIDOS

14. Cuantas personas trabajaban con usted:  
MERCADO DE TARQUI   
NUEVO TARQUI

15. Como es la seguridad

MERCADO DE TARQUI

- BUENO
- REGULAR
- MALA

NUEVO TARQUI

- BUENO
- REGULAR
- MALA

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**ENCUESTA REALIZADAS A LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR NUEVO**  
**TARQUI.**

1. En qué manera afecta la reubicación del mercado de tarqui al consumidor

Positiva

Negativa

Indiferente

¿Porque? \_\_\_\_\_

2. Han variado los precios de los productos con la reubicación

Si

No

3. Cree que existe mayor comodidad en este nuevo sector para comprar

Si

No

Por qué: \_\_\_\_\_

4. Cree que existe mayor comodidad en este nuevo sector para transitar

Si

No

5. Viene con la misma regularidad al nuevo mercado de tarqui en comparación al antigua mercado

Si

No

6. Que debería realizar los comerciantes para atraer a los compradores

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. Si el mercado de tarqui se volviera a establecer en una pequeña parte que lugar elegiría

Mercado nuevo

Mercado antiguo

8.Cuál es su lugar de preferencia para realizar sus compra

Mercado central

Mercado de nuevo tarqui

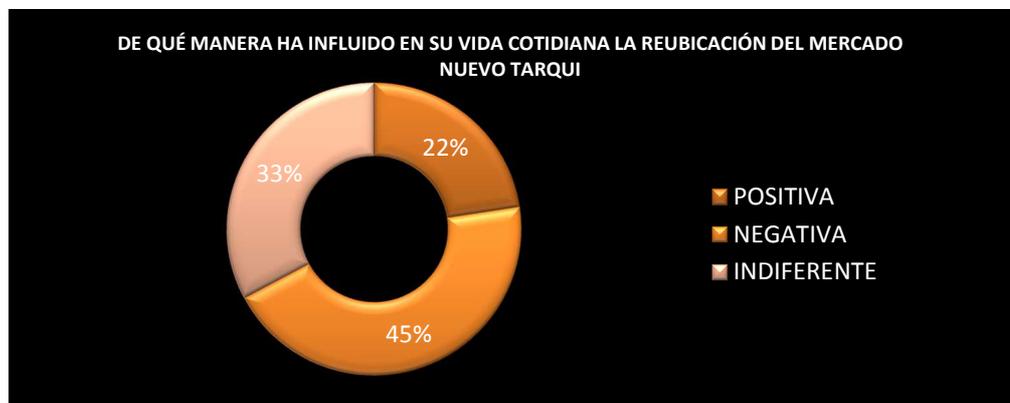
Mercado de los esteros

Otros

Resultado de las encuestas a los comerciantes

**Tabla 8: Cuadro resumen pregunta 1.**

POSITIVA	23%
NEGATIVA	45%
INDIFERENTE	33%



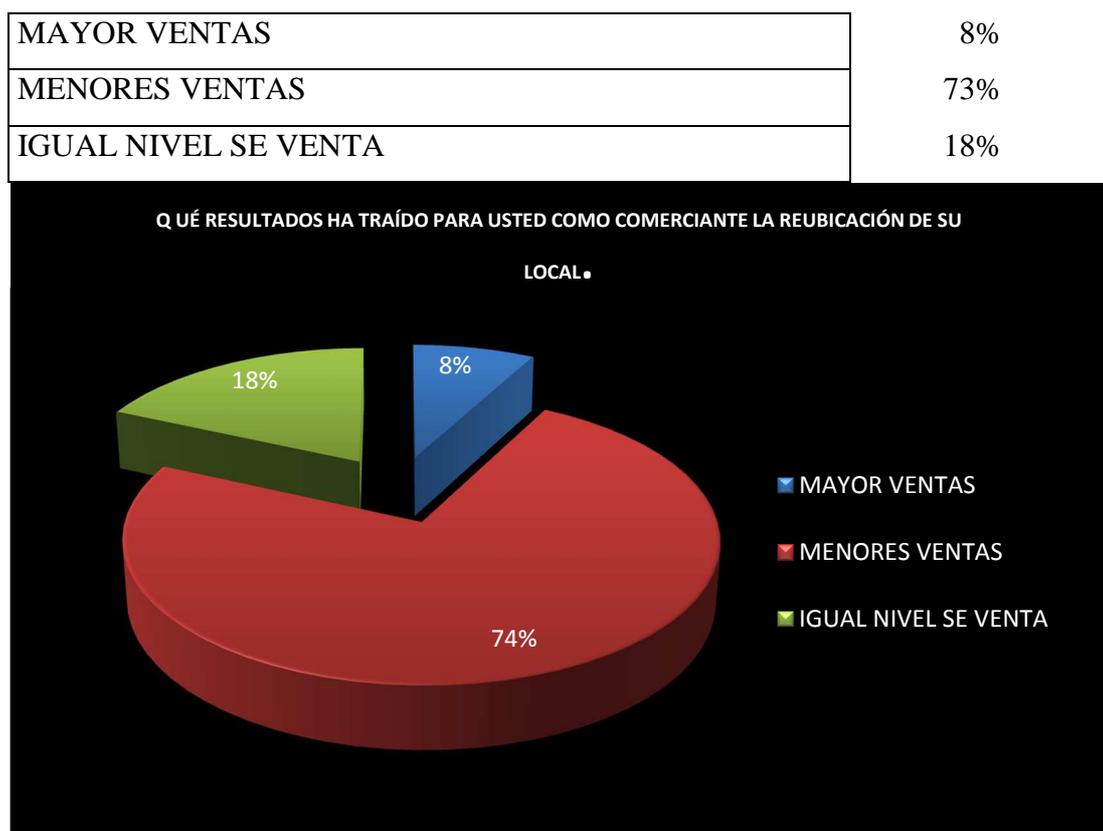
**Ilustración 4: De qué manera ha influido en su vida cotidiana la reubicación del mercado nuevo tarqui**

Fuente: Autoras

En la encuesta realizadas por las autoras dentro de la zona comercial nuevo Tarqui, se encontró con el hallazgo de que al 23% de los comerciantes les afecto de manera positiva en su vida cotidiana la reubicación de su local comercial, debido que ellos antes no tenían un puesto seguro para proteger su mercadería y tenían que diariamente llevar su mercadería de un lugar.

Al 33% de los encuestados no les afecto la reubicación, sin embargo el 45% resultado de mayoría les afecto de manera negativa, porque sus ventas disminuyeron de manera significativa.

**Tabla 9: Cuadro resumen pregunta n°2**



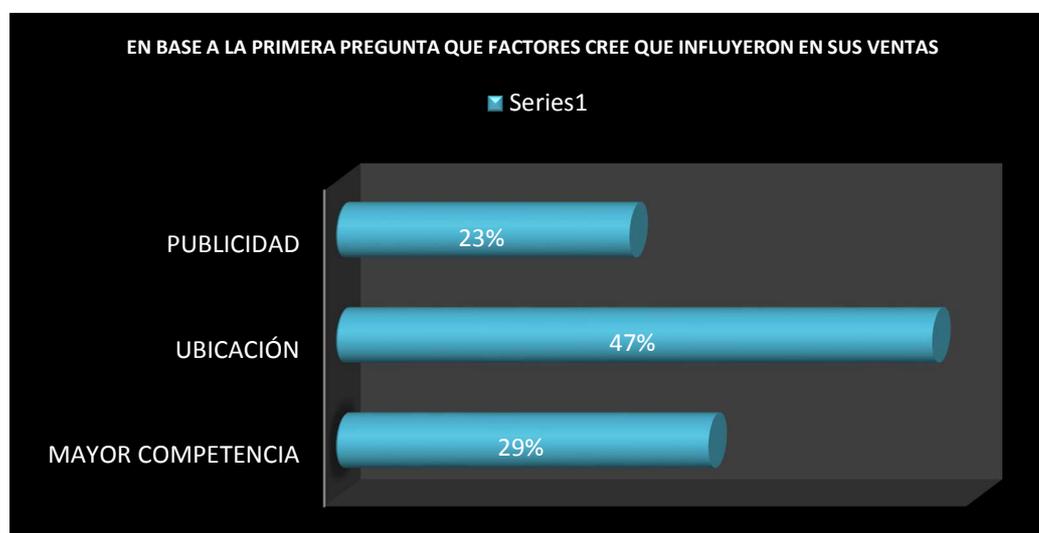
**Ilustración 5: Qué resultados ha traído para usted como comerciante la reubicación de su local.**

Fuente: Autoras

El 74% de los encuestados respondieron a esta pregunta con la opción de “menores ventas” a un año de apertura de este sector comercial, el 18% de los comerciantes han tenido un nivel de ventas igual en este nuevo sector en comparación con el mercado anterior, y solo un 8% dicen haber elevado sus ventas en este sitio.

**Tabla 10: Cuadro resumen pregunta #3**

MAYOR COMPETENCIA	29%
UBICACIÓN	47%
PUBLICIDAD	23%
OTROS	0%

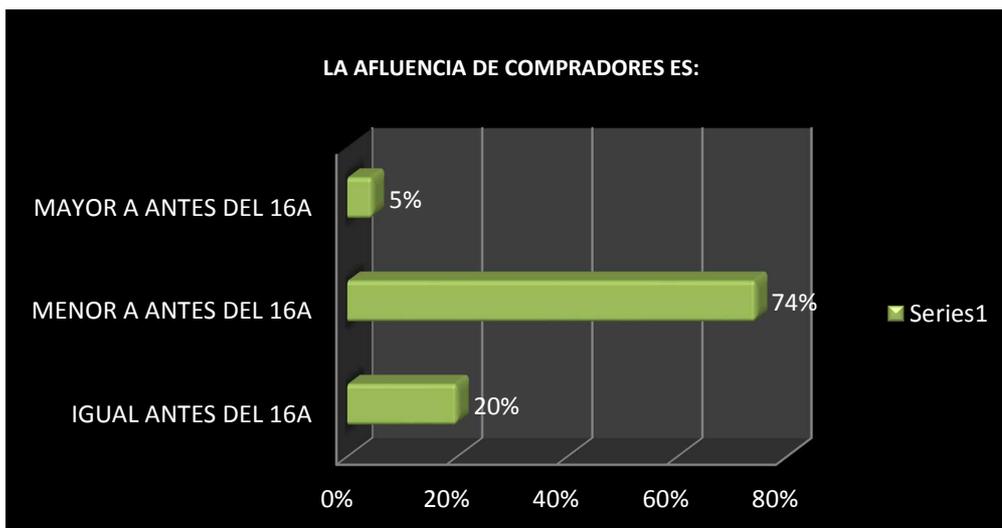


**Ilustración 6: En base a la primera pregunta que factores cree que influyeron en sus ventas.**

Los resultados arrojaron que un 47% de los encuestados creen que la ubicación está afectada sus ventas, el 23% dice que la publicidad está influyendo en este problema y el 29% se lo atribuye a la mayor competencia que existe en el sitio.

**Tabla 11: Cuadro resumen pregunta n°4**

IGUAL ANTES DEL 16A	20%
MENOR A ANTES DEL 16A	74%
MAYOR A ANTES DEL 16A	5%



**Ilustración 7: Afluencia de compradores**

Fuente: Autoras

Con respecto a la afluencia de compradores en la Zona comercial nuevo Tarqui el 74% de los encuestados dice que es la que el mercado Tarqui antiguo, sino menor, el 20% dice ser igual y el 5% dice que es mayor que antes del 16<sup>a</sup>.

**Tabla 12: Cuadro resumen pregunta n°5**

SI	94%
NO	6%
COMO LO HARÍA	

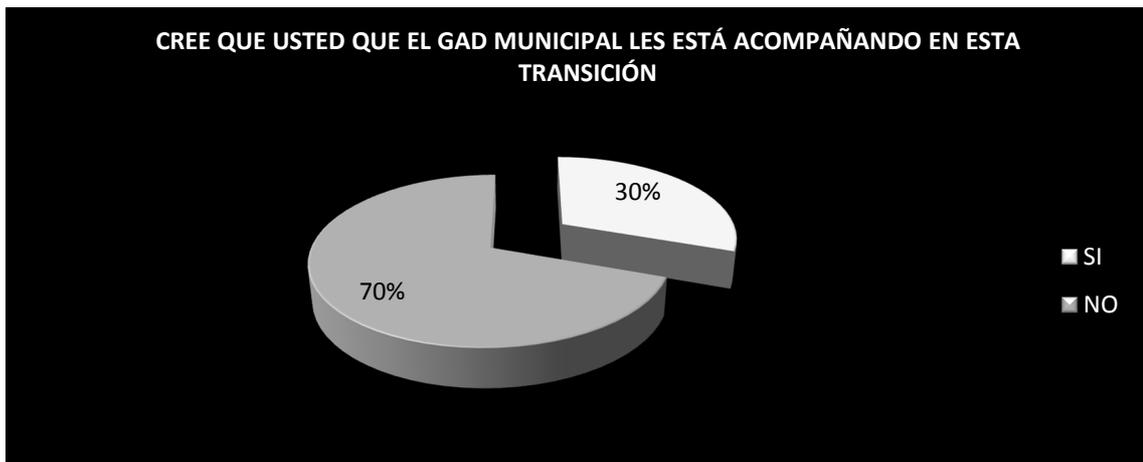


**Ilustración 8: Cree usted como vendedor que se necesita atraer más compradores a esta zona comercial**

Con un arrasador 94% los comerciantes dicen que se necesita atraer más compradores a este sitio, versus un 6% que dice que no, no es necesario.

**Tabla 13: Cuadro resumen pregunta n°6**

SI	30%
NO	70%
QUE APOYO NECESITA DEL GAD	



**Ilustración 9: Cree que usted que el GAD municipal les está acompañando en esta transición.**

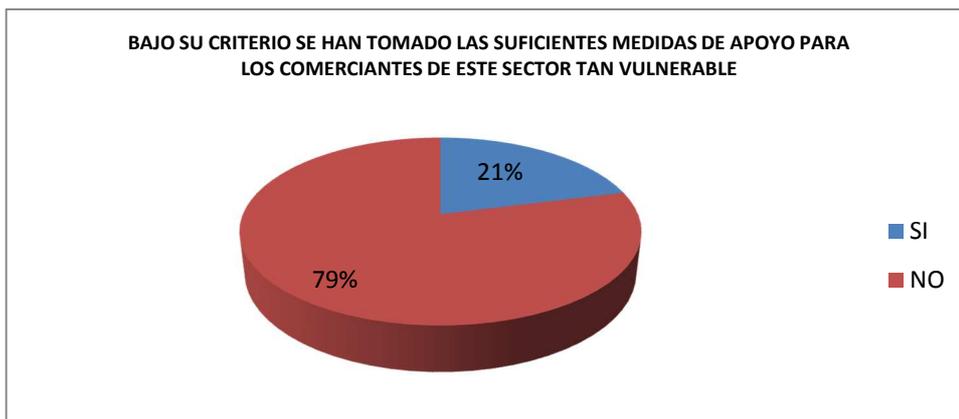
El 70% de los comerciantes cree que el GAD Municipal no les está acompañando en esta transición y citando palabras de algunos comerciantes, dicen “nos dejaron botados a suerte, pero nos cobran todas las semanas por nada”.

El 30% de los encuestados dicen sentirse acompañado por el municipio,

El apoyo fundamental que necesitan y ya han pedido es el cambio de recorrido de líneas para que todas pasen por el sitio, esto según ellos aumentaría sus ventas.

**Tabla 14: Cuadro resumen pregunta n°7**

SI	21%
NO	79%
CUALES	



**Ilustración 10: Bajo su criterio se han tomado las suficientes medidas de apoyo para los comerciantes de este sector tan vulnerable**

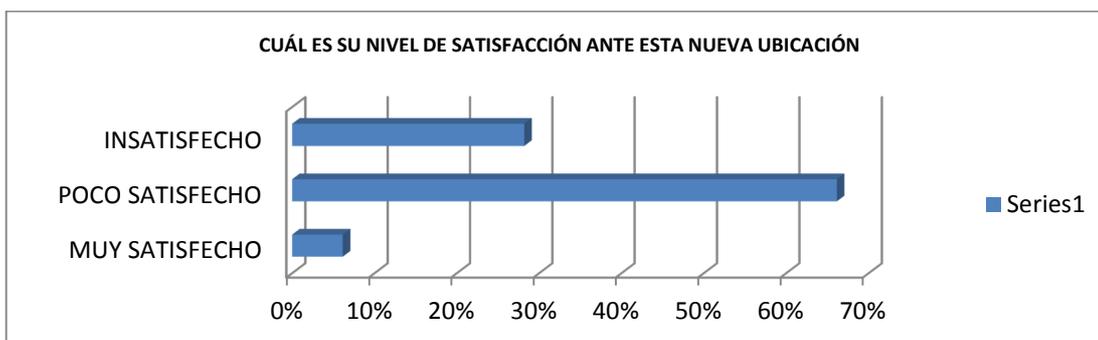
Fuente: Autoras

Bajo el criterio del 79% de los encuestados no se han tomado suficientes medidas de apoyo, y aunque han pasado 1 año entre la reubicación y la recolección de estos datos los comerciantes siguen teniendo quejas de falta de ventas.

El 21% de los comerciantes dicen que, si se han tomado suficientes medidas de apoyo, porque antes les tocaba estar en lugares inseguros y con poca salubridad “ahora es otra historia” citan ellos.

**Tabla 15: Cuadro resumen pregunta n°8**

MUY SATISFECHO	6%
POCO SATISFECHO	66%
INSATISFECHO	28%



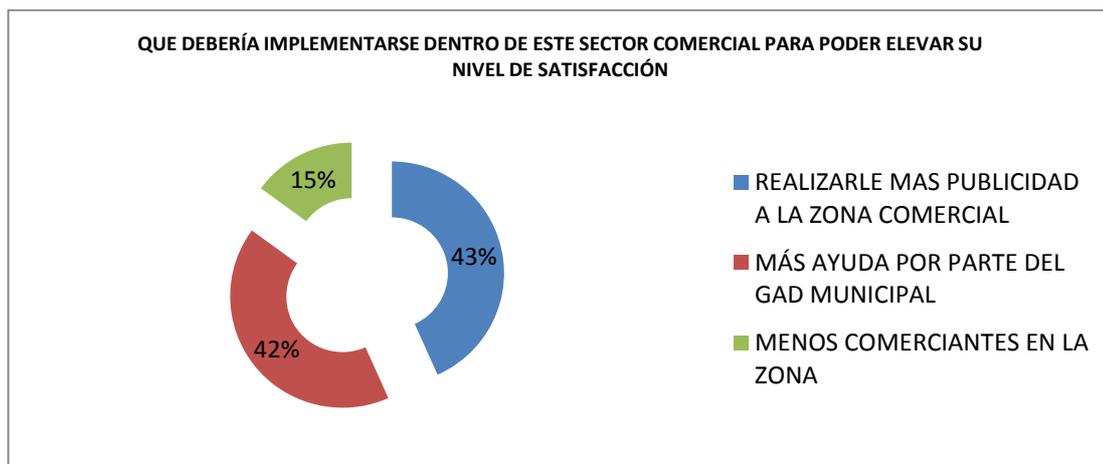
**Ilustración 11: Cuál es su nivel de satisfacción ante esta nueva ubicación**

A la pregunta de cuál es su nivel de satisfacción ante esta nueva ubicación, los comerciantes respondieron con 6% muy satisfecho

El 66% está poco satisfecho y el 28% de los encuestados insatisfecho con la nueva ubicación del antiguo mercado de Tarqui.

**Tabla 16: Cuadro resumen pregunta n°9**

REALIZARLE MAS PUBLICIDAD A LA ZONA COMERCIAL	43%
MÁS AYUDA POR PARTE DEL GAD MUNICIPAL	42%
MENOS COMERCIANTES EN LA ZONA	15%



**Ilustración 12: Que debería implementarse dentro de este sector comercial para poder elevar su nivel de satisfacción.**

Dentro del sector comercial nuevo Tarqui según la mayoría de los encuestados es más publicidad, seguido de más ayuda por parte del GAD Municipal, y una reducción de comerciantes.

**Tabla 17: Cuadro resumen pregunta n°10**

SI	146	75%
NO	49	25%



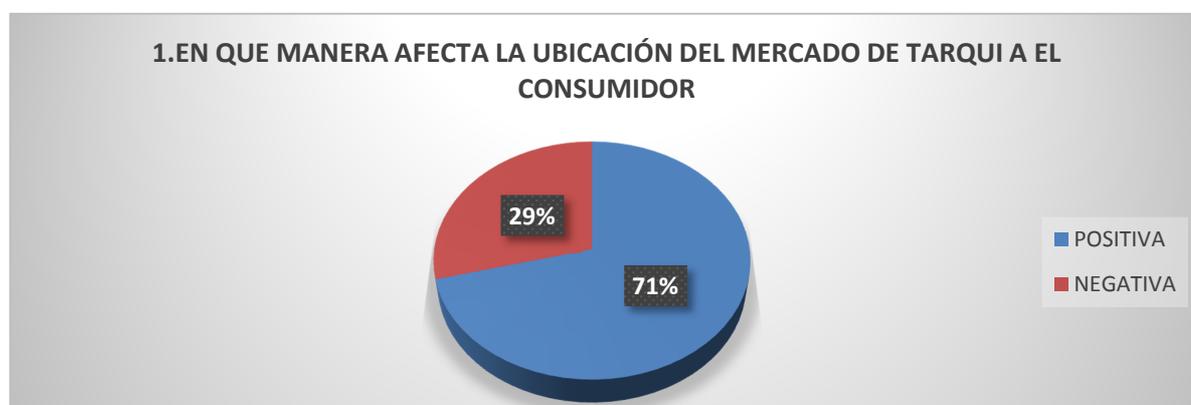
**Ilustración 13: Una vez terminado los trabajos de reconstrucción en el sector de la antigua mercado de tarqui, como comerciante estaría dispuesto a volver a este lugar a ejercer su actividad comercial.**

Se encontró como resultado a esta pregunta que un 75% de los comerciantes están dispuestos a volver a su antiguo lugar de trabajo, sin importarles la inseguridad ni la salubridad, muy contrario del 25% que nos dijo que no debido al miedo de ese lugar donde pasaron muchas desgracias.

**Resultado de las encuestas a los comerciantes**

**Tabla 18: Cuadro de resumen pregunta # 1 consumidor**

POSITIVA	71%
NEGATIVA	29%



**Ilustración 14: En qué manera afecta la ubicación del mercado de tarqui al consumidor**

Dentro de la encuesta realizada a los consumidores nos arrojó que afecta con el 71% positivamente a los consumidores que se acercan a este mercado ya que brinda espacio suficiente y lugares cómodos y organizados por áreas, mientras que el 29% si les afecta ya que piensan que es por el espacio disperso de sus locales el hecho de que no vendan.

**Tabla 19: Cuadro de resumen pregunta # 2 consumidor**

SI	52%
NO	48%



**Ilustración 15: Han variado los precios de los productos con la ubicación**

Los resultados que nos dio esta pregunta fue algo equitativa ya que el 52% de los consumidores nos dieron una respuesta positiva debido que sus bolsillos si se vieron afectados con el alza de los precios en los que los vendedores dejan los productos con la excusa de la reubicación, muy contrario con un 48% que dio su respuesta negativa ya que ven igual los precios sin variación.

**Tabla 20: Cuadro de resumen pregunta # 3 consumidor**

Si	88%
No	12%



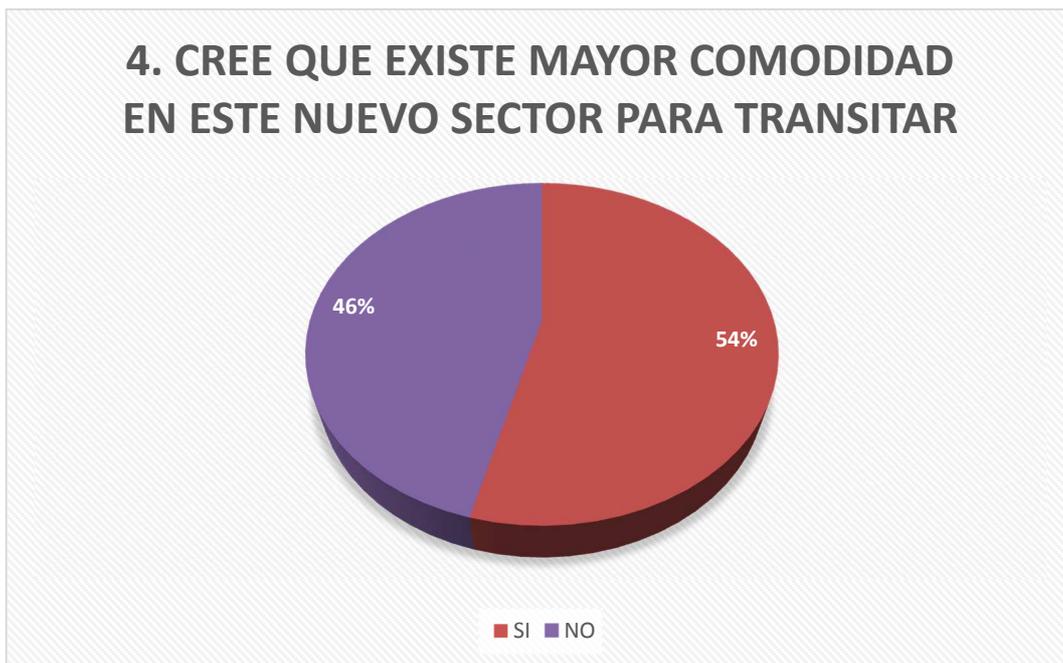
**Ilustración 16: Cree que existe mayor comodidad en este nuevo sector para comprar**

La mayoría de los consumidores en un 88% piensa que hay demasiada comodidad en el nuevo tarqui ya que es muy espaciosa y extensa un 12% da una respuesta negativa debido a que no compran en el lugar o les parece muy grande para recorrer y comprar.

**Tabla 21: Cuadro de resumen pregunta # 4 consumidor**

SI	54%
NO	46%

#### 4. CREE QUE EXISTE MAYOR COMODIDAD EN ESTE NUEVO SECTOR PARA TRANSITAR



**Ilustración 17: Cree que existe mayor comodidad en este nuevo sector para transitar**

Un 54% nos dijo que si hay comodidad para transitar ya que son bastante espaciosos los pasillos y un 46% no dijo que no debido a que en el momento en que se acercan a realizar sus compras son horas pico o fechas en las que regularmente hay demasiada gente que no se puede dar un paso.

**Tabla 22: Cuadro de resumen pregunta # 5 consumidor**

SI	28%
NO	72%

#### 5. VIENE CON LA MISMA REGULARIDAD AL NUEVO MERCADO DE TARQUI EN COMPARACIÓN AL ANTIGUA...



**Ilustración 18: Viene con la misma regularidad al nuevo mercado de Tarqui en comparación al antigua mercado.**

En un 72% de los consumidores encuestados nos dieron una respuesta negativa dando como resultado de que después del terremoto y reubicación de los comerciantes muchos de ellos no visitan con la misma frecuencia este nuevo tarqui y un 28% si lo hace.

**Tabla 23: Cuadro de resumen pregunta # 6 consumidor**

No se	22%
Bajar los precios	7%
Promociones de productos específicos cada día de la semana	3%
Mayores ofertas	5%
Ferias y descuentos	12%
Más ofertas o remates	13%
Pues ordenar un poco los locales comerciales y presentar mayores ofertas.	35%
Incentivar la compra ya sea con una buena actitud al vender o haciendo un poco más de publicidad	4%



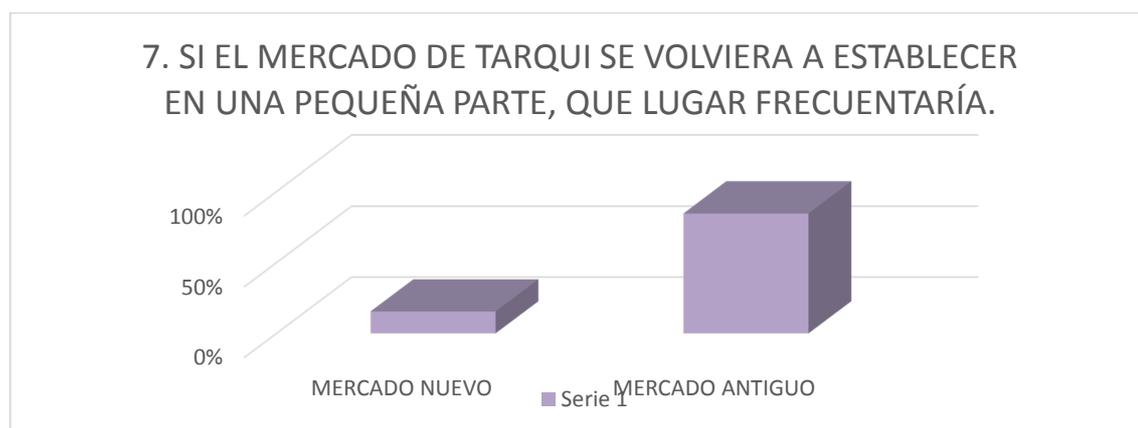
**Ilustración 19: Que debería realizar los comerciantes para atraer a los compradores.**

Dentro de esta pregunta alternativa escogimos 8 de las opciones más repetidas por los consumidores para poder dar como resultados los distintos puntos de vista que tienen hacia los comerciantes y su manera de cómo les gustaría que los atraerían.

**Tabla 24: Cuadro de resumen pregunta # 7 consumidor**

MERCADO NUEVO	15%
MERCADO ANTIGUO	85%

La opinión de la mayoría de los consumidores nos da como resultado que un 85% preferirían regresar a comprar en el antiguo Tarqui ahora llamado zona Cero debido a que se encontraban con más ofertas y rebajas en los productos a comparación de lo que ahora es el nuevo Tarqui.

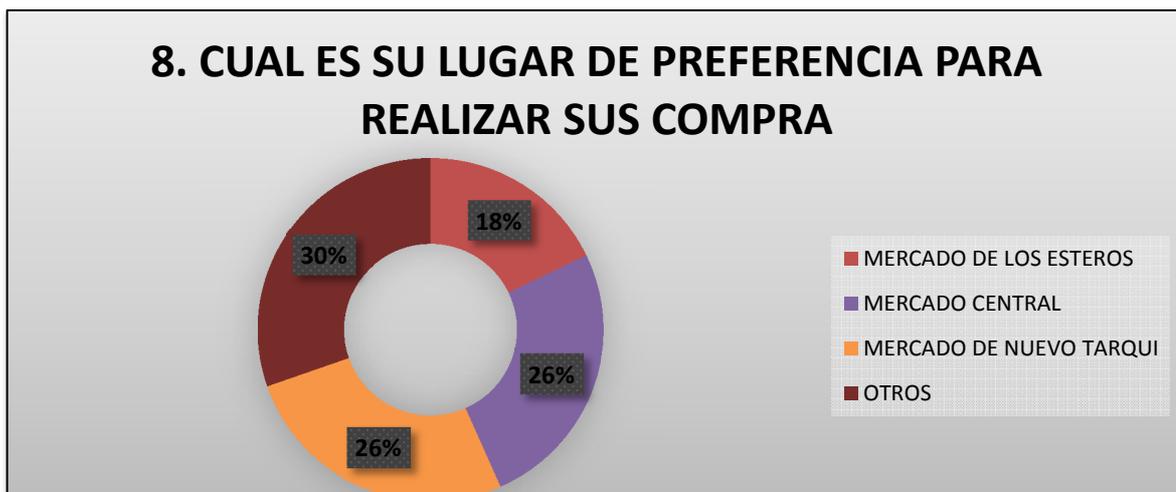


**Ilustración 20: Si el mercado de tarqui se volviera a establecer en una pequeña parte, que lugar frecuentaría.**

**Tabla 25: Cuadro de resumen pregunta # 8 consumidor**

MERCADO DE LOS ESTEROS	18%
MERCADO CENTRAL	26%
MERCADO DE NUEVO TARQUI	26%
OTROS	30%

## 8. CUAL ES SU LUGAR DE PREFERENCIA PARA REALIZAR SUS COMPRA



**Ilustración 21:** Cuál es su lugar de preferencia para realizar sus compras.

Realizamos la encuesta a varias personas de distintos lugares de Manta la cual nos dio el resultado de que el comercio en Manta se ha dispersado debido a la comodidad de cada persona y su conveniencia.

**Tabla 26:** Cuadro de resumen pregunta # 9 consumidor

SI	21%
NO	79%



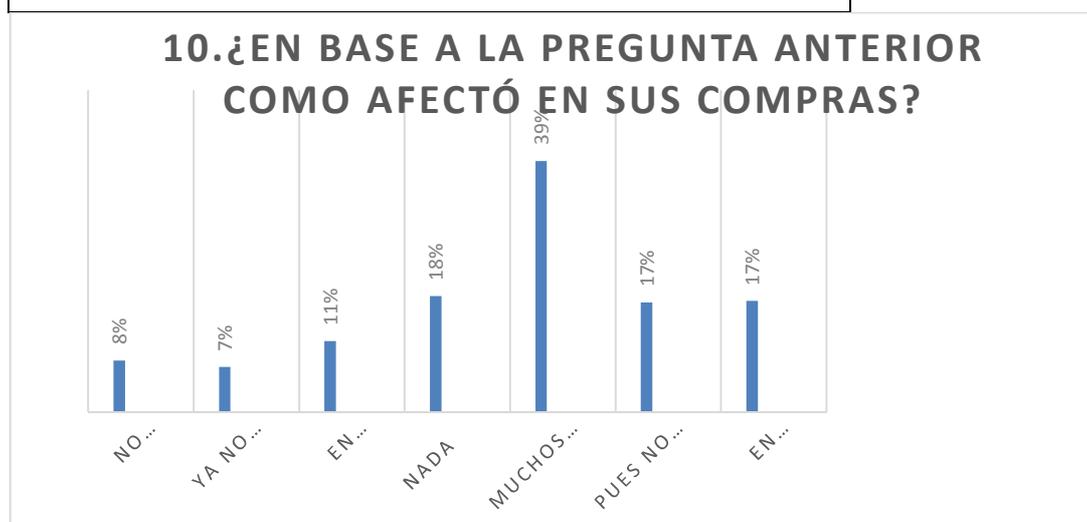
**Ilustración 22:** Cree usted que el espacio donde está funcionando el nuevo tarqui en muy grande para recorrerlo

Dentro de las respuestas dadas en esta pregunta escogimos unas opciones ya que preguntamos el porqué de sus respuestas:

5. Solamente por su diseño exterior
6. Porque es grande
7. Es adecuado para la cantidad de locales comerciales y cantidad de compradores
8. Se encuentran los puestos ubicados de forma que tengamos los usuarios mayor comodidad al transitar
9. Es normal
10. Porque está todo en un mismo lugar, no se lleva más de dos cuadras.
11. Por qué hay que caminar mucho para encontrar una sola cosa y de remate cara
12. local pequeño

**Tabla 27: Cuadro de resumen pregunta # 10 consumidor.**

No compro hay	8%
Ya no es como antes	7%
Nada	11%
Muchos por que no se encuentran los locales	18%
Pues no mucho	39%
En mucho ya que por cuestión de tiempo o por cuestión de comodidad no busco todo porque hay que caminar mucho	17%



**Ilustración 23: ¿En base a la pregunta anterior como afectó en sus compras?**

En base a la pregunta anterior las respuestas en su mayoría eran las mismas ya que tabulamos y nos dimos cuenta que en un 39% de consumidores no les había afectado en mucho las compras realizadas en este lugar, de la misma manera con una 18% en nada.

## RECOLECCION DE DATOS ADICIONALES

Encuestas adicionales realizadas a los comerciantes

1.- ¿Cuál era el promedio de ingresos diarios en Tarqui, y cuál es su nivel de ingresos actualmente?



Ilustración 24.-Diferencia de ingresos

En la ilustración anterior podemos observar como la línea azul marca el nivel de ingreso promedio que tenía los comerciantes del Mercado de Tarqui antes del 16 A, y la línea de color rojo marca el ingreso promedio diario que tienen los comerciantes del sector Nuevo Tarqui actualmente.

Como se aprecia en la siguiente tabla, existe un promedio de 24 puntos porcentuales entre los ingresos que percibían los comerciantes antes del 16 A, en comparación con los que perciben actualmente.

Tabla 28.- resumen de diferencia entre los ingresos, porcentual.

<b>Mercado de Tarqui</b>	<b>16267</b>	<b>229,11</b>
<b>Nuevo Tarqui</b>	<b>3561,5</b>	<b>50,16</b>
<b>Diferencia</b>	<b>12705,5</b>	<b>178,95</b>
<b>% de ventas en relación a Mercado de Tarqui</b>		<b>24%</b>

2.- ¿Tenían acceso a Servicios Básicos en Tarqui?



Ilustración 25: Acceso a servicio básico en el Mercado de Tarqui

Ilustración 25.-Acceso a servicio básico en el Mercado de Tarqui

Tabla 29.- Resumen Acceso a servicios básicos en el Mercado de tarqui.

<b>Agua</b>	<b>41</b>	<b>58%</b>
<b>Luz</b>	62	87%
<b>Alcantarillado</b>	50	70%
<b>Recolección de sólidos</b>	54	76%

Según las encuestas el 58% de los comerciantes del antiguo mercado de tarqui tenían acceso a Agua, el 87% de los mismo tenían energía eléctrica, un 70% contaban con alcantarillado y un 76% de los comerciantes que estaban situados en el mercado de tarqui contaban con el servicio de recolección de sólidos

3.- ¿Tienen acceso a servicios básicos en Nuevo tarqui?



Ilustración 26: Accesos a servicios básicos Nuevo Tarqui.

Tabla 30.- Resumen del accesos a servicios básicos Nuevo Tarqui

<b>Agua</b>	<b>87%</b>
<b>Luz</b>	99%
<b>Alcantarillado</b>	89%
<b>Recolección de sólidos</b>	96%

La mayoría de los encuestados, respondió positivamente a esta pregunta, el 99% de los encuestados tienen acceso a energía eléctrica, el 96 % de los encuestados cuentan con el servicio de recolección de sólidos, 89% de los mismos tienen acceso a alcantarillado y el 87% de los comerciantes tienen acceso a agua.

En sus locales cuentan solo con energía eléctrica, pero en el lugar existen baños donde tienen acceso a agua.

4.- ¿Cuántas personas trabajaban con usted?

Tabla 31.- tabla resumen de la diferencia entre Mercado de tarqui y el Nuevo Tarqui, en empleo

<b>Mercado de tarqui</b>	<b>100%</b>
<b>Nuevo Tarqui</b>	48%
<b>Diferencia</b>	52%

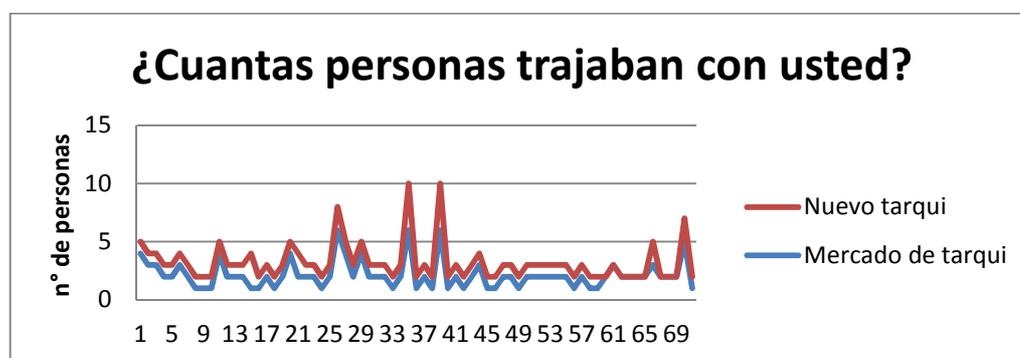


Ilustración 27: diferencias de empleo o desempleo generado por el traslado de los comerciantes

Como se puede observar en la tabla resumen existe una diferencia del 52% entre el Mercado de Tarqui y el Nuevo Tarqui. Es decir, de cada 100 personas 54, quedaron sin empleo, personas que trabajaban en el Mercado de tarqui, en su mayoría como ayudantes eventuales.

Según los datos obtenidos, después de 16A, la tasa de desempleo en Manta tuvo un aumento considerable, sin embargo, según la Enemdu, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, se produjo una reducción interanual de 1,3%, de 5,7% en marzo del 2016 a un 4,4% a marzo del 2017.

En su artículo la Enemdu señala que ha habido un aumento del subempleo, y que este aumento también se había dado en los nuevos emprendimientos, esto se debe a que muchas personas que se quedaron sin empleo, dentro de lo que es el mercado de Tarqui ahora son dueños de sus propios negocios.

Este es el caso del señor Jimmy, quien ayudaba a su hermano en su local, pero después del 16 de abril del 2016, decidió pedir un local para poner su negocio, en lo que se conoce como la zona comercial Nuevo Tarqui.

## 5.- ¿Cómo es la seguridad?

Tabla 32- Resumen de las diferencias entre el nivel de seguridad

### Mercado de Tarqui

<b>BUENA</b>	49%
<b>REGULAR</b>	34%
<b>MALA</b>	15%

### Nuevo Tarqui

<b>BUENA</b>	14%
<b>REGULAR</b>	58%
<b>MALA</b>	28%

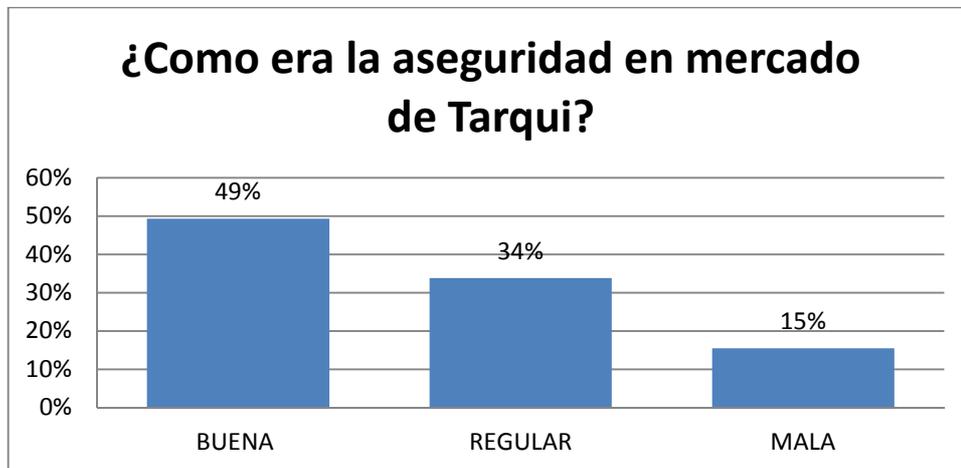


Ilustración 28: Nivel de seguridad en el Mercado de Tarqui



Ilustración 29: Nivel de seguridad en el Nuevo Tarqui.

Como se puede observar en el cuadro resumen, existía mayor seguridad en el antigua Mercado de Tarqui, a comparación con el Nuevo Tarqui debido a que muchos de ellos pagaban guardias para supervisar sus negocios en los momentos que no se encontraban los dueños ya que en esos momentos tenían recursos para pagarlo ahora según varias

declaraciones de ellos la seguridad que proporcionan en el nuevo tarqui no les es suficiente debido a que varios de los locales se han visto afectados por la delincuencia y la infraestructura de cada uno de los negocios

## CAPITULO IV

### 5 Aspectos Administrativos

#### 5.1 Recursos Necesarios

<b>Recursos humanos</b>	13. Mera Villigua Enny Gema 14. Muñoz Indio Ivonne 15. Ing. Juan Carlos Anchundia- tutor
<b>Recursos tecnológicos</b>	16. 2 laptops 17. Teléfono 18. Internet
<b>Materiales</b>	19. Hojas 500 20. Plumas 2 21. Carpetas 2 22. Impresora
<b>Encuestas</b>	23. Campo-Comerciantes 24. Google electrónico – demandantes

#### 5.2 Cronograma de Actividades

Actividad	Fecha	responsable	Observación
<b>Selección de tema</b>	Septiembre	Mera Villigua E.	Se inició con el primer escrito entregado a secretaria.
	<table border="1"> <tr> <td>Semana</td> <td>1</td> </tr> </table>	Semana	
Semana	1		

<b>Justificación de la investigación</b>	Septiembre	Mera Villigua E.	Nos rechazaron el escrito, se volvió a enviar con la respectiva corrección
	Semana 2	Muñoz Indio I.	
<b>Delimitación del problema.</b>	3		
<b>Capítulo II</b>	Octubre	Mera Villigua E. Muñoz Indio I.	-
<b>Capítulo III</b>	Noviembre	Mera Villigua E. Muñoz Indio I.	
<b>Revisión de los avances</b>	Diciembre	Mera Villigua E.	Se aprobó el tema, por parte del Decano de la facultad, se asigna tutor.
	Semana 1	Muñoz Indio I.	
	2		
<b>Revisión por parte del tutor</b>	Enero 2018	Tutor.	Revisión del avance de la investigación.
	Semana 1	ING. Juan Carlos Anchundia	
<b>Corrección Modelo de encuestas</b>	Enero 2018	Mera Villigua E.	
	Semana 2	Muñoz Indio I.	
<b>Recolección y tabulación de datos</b>	Enero 2018	Mera Villigua E.	
	Semana 3	Muñoz Indio I.	
<b>Conclusión recomendación</b>	Enero 2018	Mera Villigua E.	
	Semana 4	Muñoz Indio I.	
<b>Revisión por parte del tutor</b>	febrero 2018	Tutor.	ING. Juan Carlos Anchundia
	Semana 1		
<b>Corrección final</b>	Febrero 2018	Mera Villigua E.	
	Semana 2	Muñoz Indio I.	

## CONCLUSIONES

- A. Como conclusión a esta investigación se encontró que muchos de los comerciantes dentro de este nuevo sector se encuentran agobiados debido a que no ven salida a sus ventas, y su mercadería se queda en perchas por falta de conglomerado de personas al cual ofertarlas, a tal grado que les toca rematarlas a un valor muchos más bajo al precio normal y con pérdidas para el comerciante.
- B. Muchos de ellos no ven resultados de sus esfuerzos y de sus inversiones principales porque sus ingresos no son los mismos que los que obtenían cuando estaba en el antiguo tarqui
- C. Podemos decir de igual manera que para todos los comerciantes no es la misma historia, es que no todos se dedican a la misma actividad, pero en su mayoría, los comerciantes rinden la misma versión.
- D. Para opinión de estas autoras es necesario que exista un plan de control dentro de este nuevo sector comercial, puesto que Tarqui era el corazón de comercio de Manta, tanto ofertantes como demandantes están sufriendo las consecuencias de un plan no tan bien ejecutado, o en su defecto elaborado.
- E. Los pocos que dan una opción positiva es porque sienten al estar reubicados como una opción de volver a comenzar desde un negocio estable y con techo en donde poder resguardar su mercadería ya que en el antiguo tarqui solo tenían un pedazo de calle insegura e insalubre que daba como resultado una mala presencia para su actividad comercial de la que realizaban.
- F. Otras de las versiones en las que muchos comerciantes coincidían era en que se veían prácticamente manipulados por un municipio, al cual tenían que darles todo tipo de explicaciones y que sentían que los pequeños espacios asignados no eran completamente de ellos sino de los que los resguardaban ya que no pueden faltar ni un día y si lo llegaban a hacer es justificar sus faltas para no perder su espacio. Y que a pesar de que no tienen sus ventas buenas tienen que pagar semanal mente por su puesto y el consumo excesivo que según a ellos les cobran de luz y agua si sentir que los consumen

G. Además de sentir que la competencia de ellos se aumentó al ingresar nuevos comerciantes a dicha zona debido a que cuando se unieron para pedir por un lugar de ventar eran 1000 comerciante y ahora en la actualidad son más de 1800 comerciantes.

H. Los comerciantes del nuevo tarqui en su mayoría, han respondido negativamente ante esta reubicación, su abismo es grande pues diariamente recuerdan el fatídico día en el mercado de Tarqui donde no solo murieron más de 100 personas, sino que se marcó un antes y después en su calidad de vida. Al no tener los mismos ingresos algunos de estos comerciantes están optando en volver al antiguo mercado de Tarqui, que, en opinión de estas autoras, poco a poco volverá a ser sede comercial de Manta.

## RECOMENDACIONES

- a) Las recomendaciones que se acogen más a las necesidades de los comerciantes es el aumento de publicidad, programas a realizar dentro de la zona y mas atractivos para la salida de sus respectivas mercaderías ya que se quedan estancados y no se ven variedad, logrando por medio de estos incentivos reactivar está gran zona con tanto potencial.
- b) Escuchar, que sientan el respaldo del Municipio de Manta, y le den una solución viable al pedido de cambio de ruta de los buses ya que muchos de estos medios de transporte no pasan por el Nuevo Tarqui como anteriormente lo hacían en el Antiguo Tarqui, según varias opiniones de los comerciantes creen que este sería unos de los motivos principales para que el cliente se acerque más a comprar
- c) Unir fuerzas con otros comerciantes de locales diferentes o lograr nuevas ubicaciones variando de distintas actividades dentro del mismo pasillo ya que el aglomerado de lo mismo en un solo sitio no lleva a que el cliente obtenga esa curiosidad por revisar el resto de pasillos para tener más opciones de compra
- d) Como recomendación el valor que se cancela semanal por las alícuotas debería de tener un fin específico para la impulsarían de esta zona ya que los comerciantes se sientes estafados al pagar sin conocer a donde se dirigen los fondos ni el destino específico, considerando que muchos de ellos no les alcanza ni para cancelar dichas cuotas semanales y les toca prestar para poder estar al día.

- e) Muchos de los comerciantes deberían de sentir seguridad y confianza en sus propios negocios debido a que por sus constantes quejas y mucha negatividad no ven los frutos de este , en muchos de los casos pudimos notar que su extrema negatividad por tener los mismos ingresos como los tenían antes los han llevado a ver sólo su situación mala cosa que no es así creemos que para todo malo siempre hay algo bueno y sólo es cuestión de poner más aptitud y no quedarse con los brazos cruzados a que lleguen a comprarles y por ende buscar soluciones con respecto a sus diferentes situaciones.
- f) Como recomendación para el municipio debería de sumergirse más dentro de esta zona y ver con exactitud sus necesidades ya que ellos sufren muchos percances sin solución o respuesta de su administración a cargo debido a se en su mayoría según versiones dadas por los mismos comerciantes son escuchadas en reuniones que realizan cada 3 meses y no se llega a nada.
- g) Se recomienda un poco más de orden y reorganización de puestos debido a que las demandas de muchos negocios no varían en ventas de mismos productos ya que según versiones de los comerciantes muchos de los vendedores son nuevos y no pertenecían a las comisiones antes armadas lo cual causa mucha discordia dentro de los mismos comerciantes
- h) Deberían de aprovechar más las nuevas oportunidades que se dio al momento de la reubicación ya que bien no se gana lo mismo que en el antiguo tarqui, pero se tiene un local estable y un lugar en donde realizar su actividad comercial de una manera ordenada y por supuesto salubre.

## **Bibliografía**

- Amaya. (2005. PG14). *Gerencia: Planificacion y Estrategia*.
- Anchuncia, J. C. (2017). Economista, profesor en la universida Layca Eloy Alfaro de Manabi. Manta.
- Calderon, A. C. (junio de 2013). <http://digibuo.uniovi.es>. Obtenido de <http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/17739/3/TFM%20cristina.pdf>

- Cataluña, G. d. (s.f.). *gencat*. Obtenido de <http://web.gencat.cat/es/tramits/que-cal-fer-si/vull-obrir-un-establiment-comercial/que-es-un-establiment-comercial/>
- ciudadana, M. (05 de 2017). *Multaciudadana*. Obtenido de <http://multaciudadanafarq.blogspot.com/2017/05/la-aplicacion-del-marketing-en-el.html>
- CONCEPTO.DE. (s.f.). <http://concepto.de/credito-bancario/>. Obtenido de <http://concepto.de/credito-bancario/>
- Congreso Nacional. (2006).
- Cultural, Enciclopedia. (s.f.). *Edukavital*. Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/01/conceptos-y-definicion-de-reconstruccion.html>
- Garcia, Roberto. (2016). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- INSTITUTO GEOFISICO DE LA ESCUELA POLITECNICA(IG-EPN). (s.f.).
- Jesús, R. G. (1970-2005). *pobreza absoluta y crecimiento economico, analisis de tendencia en Mexico*. Mexico.
- La Marea . (10 de abril de 2017). Prensa escrita. *Las ventas no despegan en el "nuevo tarqui"*.
- León, “. (2017). funcionario de la Dirección municipal de Emprendimiento,. Manta.
- Mero, J. (07 de Mayo de 2017). Presidente de los comerciantes minoristas. Manta.
- Ministerio de desarrollo urbano y vivienda. (2016).
- nacional, C. f. (2016). [www.cfn.com.ec](http://www.cfn.com.ec).
- Nacional, C. F. (2016b, párr. 3), ).
- Peris, M. (2008). Distribucion Comercial. En peris, *Distribucion Comercial* (pág. 35). ESIC.
- Pilar, F. A. (2017). presidenta de la camara de comercio de la ciudad de Manta. Manta.
- Pool, N. C. (1973). *Enfoque América Latina-El Trimestre Económico*.

- Quinteros, M. T. (1985). Diagnostico Social.
- QUIROZ, M. (2017). *Magister en Marketing, área dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y consumidores.*
- Real Academia de Lengua Española. (s.f.). *dle.rae.es*. Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=comerciante>
- SRI. (s.f.). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/304>
- Super Contables. (s.f.). *Super Contables*. Obtenido de [https://www.supercontable.com/informacion/IVA\\_Impuesto\\_valor\\_a%C3%B1ado/Concepto\\_de\\_Comerciante\\_Minorista.html](https://www.supercontable.com/informacion/IVA_Impuesto_valor_a%C3%B1ado/Concepto_de_Comerciante_Minorista.html)
- Udc.es. (s.f.). Obtenido de [www.udc.es](http://www.udc.es):  
[http://www.udc.es/dep/dtcon/estructuras/ETSAC/Investigacion/Terremotos/QUE\\_ES.htm](http://www.udc.es/dep/dtcon/estructuras/ETSAC/Investigacion/Terremotos/QUE_ES.htm)
- web. (definicion.de). Obtenido de <https://definicion.de/reubicacion/>
- web,. (funvisis.gob.ve). *funvisis.gob.ve*. Obtenido de <http://www.funvisis.gob.ve/objetosa/temblortierra/qesismo.html>

## Referencias

- Amaya. (2005. PG14). *Gerencia: Planificacion y Estrategia.*
- Anchuncia, J. C. (2017). Economista, profesor en la universida Layca Eloy Alfaro de Manabi. Manta.
- Calderon, A. C. (junio de 2013). <http://digibuo.uniovi.es>. Obtenido de <http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/17739/3/TFM%20cristina.pdf>
- Cataluña, G. d. (s.f.). *gencat*. Obtenido de <http://web.gencat.cat/es/tramits/que-cal-fer-si/vull-obrir-un-establiment-comercial/que-es-un-establiment-comercial/>
- ciudadana, M. (05 de 2017). *Multaciudadana*. Obtenido de <http://multaciudadanafarq.blogspot.com/2017/05/la-aplicacion-del-marketing-en-el.html>
- CONCEPTO.DE. (s.f.). <http://concepto.de/credito-bancario/>. Obtenido de <http://concepto.de/credito-bancario/>
- Congreso Nacional. (2006).

- Cultural, Enciclopedia. (s.f.). *Edukavital*. Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/01/conceptos-y-definicion-de-reconstruccion.html>
- García, Roberto. (2016). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- INSTITUTO GEOFISICO DE LA ESCUELA POLITECNICA(IG-EPN). (s.f.).
- Jesús, R. G. (1970-2005). *pobreza absoluta y crecimiento economico, analisis de tendencia en Mexico*. Mexico.
- La Marea . (10 de abril de 2017). Prensa escrita. *Las ventas no despegan en el "nuevo tarqui"*.
- León, “. (2017). funcionario de la Dirección municipal de Emprendimiento,. Manta.
- Mero, J. (07 de Mayo de 2017). Presidente de los comerciantes minoristas. Manta.
- Ministerio de desarrollo urbano y vivienda. (2016).
- nacional, C. f. (2016). [www.cfn.com.ec](http://www.cfn.com.ec).
- Nacional, C. F. (2016b, párr. 3), ).
- Peris, M. (2008). Distribucion Comercial. En peris, *Distribucion Comercial* (pág. 35). ESIC.
- Pilar, F. A. (2017). presidenta de la camara de comercio de la ciudad de Manta. Manta.
- Pool, N. C. (1973). *Enfoque América Latina-El Trimestre Económico*.
- Quinteros, M. T. (1985). Diagnostico Social.
- QUIROZ, M. (2017). *Magister en Marketing, área dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y consumidores*.
- Real Academia de Lengua Española. (s.f.). [dle.rae.es](http://dle.rae.es). Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=comerciante>
- SRI. (s.f.). [sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/304>
- Super Contables. (s.f.). *Super Contables*. Obtenido de [https://www.supercontable.com/informacion/IVA\\_Impuesto\\_valor\\_a%C3%B1ado/Concepto\\_de\\_Comerciante\\_Minorista.html](https://www.supercontable.com/informacion/IVA_Impuesto_valor_a%C3%B1ado/Concepto_de_Comerciante_Minorista.html)

Udc.es. (s.f.). Obtenido de [www.udc.es](http://www.udc.es):  
[http://www.udc.es/dep/dtcon/estructuras/ETSAC/Investigacion/Terremotos/QUE\\_ES.htm](http://www.udc.es/dep/dtcon/estructuras/ETSAC/Investigacion/Terremotos/QUE_ES.htm)

web. (definicion.de). Obtenido de <https://definicion.de/reubicacion/>

web,. (funvisis.gob.ve). *funvisis.gob.ve*. Obtenido de  
<http://www.funvisis.gob.ve/objetosa/temblortierra/qesismo.html>

## Trabajos citados

Amaya. (2005. PG14). *Gerencia: Planificacion y Estrategia*.

Anchuncia, J. C. (2017). Economista, profesor en la universidad Layca Eloy Alfaro de Manabí. Manta.

Calderon, A. C. (junio de 2013). <http://digibuo.uniovi.es>. Obtenido de  
<http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/17739/3/TFM%20cristina.pdf>

Cataluña, G. d. (s.f.). *gencat*. Obtenido de <http://web.gencat.cat/es/tramits/que-cal-fer-si/vull-obrir-un-establiment-comercial/que-es-un-establiment-comercial/>

ciudadana, M. (05 de 2017). *Multaciudadana*. Obtenido de  
<http://multaciudadanafarq.blogspot.com/2017/05/la-aplicacion-del-marketing-en-el.html>

CONCEPTO.DE. (s.f.). <http://concepto.de/credito-bancario/>. Obtenido de  
<http://concepto.de/credito-bancario/>

Congreso Nacional. (2006).

Cultural, Enciclopedia. (s.f.). *Edukavital*. Obtenido de  
<https://edukavital.blogspot.com/2013/01/conceptos-y-definicion-de-reconstruccion.html>

García, Roberto. (2016). *Gestiopolis*. Obtenido de  
<https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>

INSTITUTO GEOFISICO DE LA ESCUELA POLITECNICA(IG-EPN). (s.f.).

Jesús, R. G. (1970-2005). *pobreza absoluta y crecimiento economico, analisis de tendencia en Mexico*. Mexico.

La Marea . (10 de abril de 2017). Prensa escrita. *Las ventas no despegan en el "nuevo tarqui"*.

León, “. (2017). funcionario de la Dirección municipal de Emprendimiento,. Manta.

Mero, J. (07 de Mayo de 2017). Presidente de los comerciantes minoristas. Manta.

Ministerio de desarrollo urbano y vivienda. (2016).

nacional, C. f. (2016). [www.cfn.com.ec](http://www.cfn.com.ec).

Nacional, C. F. (2016b, párr. 3), ).

Peris, M. (2008). Distribucion Comercial. En peris, *Distribucion Comercial* (pág. 35). ESIC.

Pilar, F. A. (2017). presidenta de la camara de comercio de la ciudad de Manta. Manta.

Pool, N. C. (1973). *Enfoque América Latina-El Trimestre Económico*.

Quinteros, M. T. (1985). Diagnostico Social.

QUIROZ, M. (2017). *Magister en Marketing, área dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y consumidores*.

Real Academia de Lengua Española. (s.f.). [dle.rae.es](http://dle.rae.es). Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=comerciante>

SRI. (s.f.). [sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/304>

Super Contables. (s.f.). *Super Contables*. Obtenido de [https://www.supercontable.com/informacion/IVA\\_Impuesto\\_valor\\_a%C3%B1adido/Concepto\\_de\\_Comerciante\\_Minorista.html](https://www.supercontable.com/informacion/IVA_Impuesto_valor_a%C3%B1adido/Concepto_de_Comerciante_Minorista.html)

Udc.es. (s.f.). Obtenido de [www.udc.es](http://www.udc.es): [http://www.udc.es/dep/dtcon/estructuras/ETSAC/Investigacion/Terremotos/QUE\\_ES.htm](http://www.udc.es/dep/dtcon/estructuras/ETSAC/Investigacion/Terremotos/QUE_ES.htm)

web. (definicion.de). Obtenido de <https://definicion.de/reubicacion/>

web,. (funvisis.gob.ve). *funvisis.gob.ve*. Obtenido de <http://www.funvisis.gob.ve/objetosa/temblortierra/qesismo.html>

# ANEXOS

