



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
DIRECCIÓN DE POSGRADO, COOPERACIÓN Y  
RELACIONES INTERNACIONALES**

**INFORME FINAL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO:  
MAESTRIA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS MENCIÓN EN GESTIÓN  
FISCAL, FINANCIERA Y TRIBUTARIA.**

**TÍTULO:**

"Los efectos socioeconómicos de los comerciantes, reubicados en el sector  
Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta, período 2017 y 2018".

**AUTOR:** Ing. Jefferson Alexander Triviño Quijije.

**TUTOR:** Ing. Juan Carlos Cevallos Hoppe, Mg.

**EMPRESA:** Centro Comercial Nuevo Tarqui

Manta – Manabí –  
Ecuador Febrero,  
2021.

# INDICE

RESUMEN .....	4
INTRODUCCIÓN .....	6
Antecedentes.....	6
Planteamiento del problema .....	8
Formulación del problema .....	8
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Justificación .....	8
Hipótesis .....	9
CAPÍTULO I .....	10
FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	10
1.1 Antecedentes.....	10
1.2 Marco teórico .....	11
1.2.1. Definición de Comercio.....	11
1.2.1.1.Importancia del Comercio. ....	12
1.2.1.2.Objetivos del Comercio.....	13
1.2.1.3.Componentes del Comercio. ....	14
1.2.1.4.Comercio Formal .....	14
1.2.1.5.Comercio Informal.....	15
1.2.2.Definición de Economía. ....	15
1.2.2.1.Importancia de la Economía .....	16
1.2.2.2. Efectos socioeconómicos .....	17
1.2.2.3.Indicadores socioeconómicos.....	17
1.2.3. El comercio en Tarqui.....	18
1.2.3.1 Antecedentes.....	18

1.2.3.2. Origen de la reubicación .....	19
1.2.3.3. El Nuevo Tarqui .....	19
1.3. Bases legales .....	20
CAPÍTULO II .....	24
DISEÑO METODOLÓGICO .....	24
2.1 Enfoque .....	24
2.2. Tipo de investigación .....	24
2.3 Métodos y técnicas .....	24
2.4 Población y muestra .....	27
2.5 Análisis e interpretación de datos .....	28
2.6 Plan para el procesamiento de la información .....	29
CAPÍTULO III .....	30
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	30
3.1 Resultados de encuestas.....	30
3.2 Resultados de encuesta a usuarios.....	41
3.3. Discusión .....	49
Conclusiones .....	511
Recomendaciones .....	522
Bibliografía.....	533
ANEXOS .....	566

## **RESUMEN**

El presente informe de investigación establece el análisis de “Los efectos socioeconómicos de los comerciantes, reubicados en el sector Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta, periodo 2017 y 2018”, reflejándose como objetivo general analizar los efectos y aportes que se han generado en el Centro Comercial Nuevo Tarqui al desarrollo de la ciudad de Manta, y conocer la situación económica antes y después del acontecimiento del 16A.

Quiero recordar que el 16 de abril del 2016 hubo un terremoto de magnitud de 7,8 que enlutó a muchos ecuatorianos, En Manta se declaró la zona cero en el antiguo mercado de Tarqui, que fue el más afectado, casas, negocios, dejando daños y pérdidas económicas y humanas en dicho sector.

De esta manera en conjunto con el sector de la reactivación y el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Manta a finales del 2016, en el centro de Manta se reubicaron los comerciantes, sin embargo, en el 2017 los resultados no fueron los esperados, ya en el 2018 mejoró logrando reactivar la economía en la ciudad.

Esta investigación se la realiza con la finalidad de conocer los efectos socioeconómicos de los años 2017-2018 de la reubicación de los comerciantes del nuevo Tarqui, utilizando las modalidades de investigación documental, tipos de investigación exploratoria, descriptiva, explicativa, analítica y no experimental, ejecutándose por la técnica de encuestas dirigidas a los mismos comerciantes y usuarios para así obtener los resultados del informe de investigación.

**Palabras claves:** REUBICACIÓN, DESARROLLO, COMERCIANTES, MERCADO, MUNICIPIO, EFECTOS SOCIOECONÓMICOS.

## **ABSTRACT**

This research report establishes the analysis of "The socio-economic effects of traders, relocated to the New Tarqui sector of the city of Manta, period 2017 and 2018", reflecting as a general objective analyze the effects and contributions that have been generated in the Nuevo Tarqui Shopping Center to the development of the city of Manta, and know the economic situation before and after the 16A event.

I would like to recall that on 16 April 2016 there was an earthquake of magnitude of 7.8 that enlified many Ecuadorians, In Manta ground zero was declared in the old market of Tarqui, which was the most affected, houses, businesses, leaving economic and human damage and losses in that sector.

In this way, in conjunction with the reactivation sector and the Municipal Decentralized Autonomous Government of the Canton Manta at the end of 2016, in the center of Manta the merchants were relocated, however, in 2017 the results were not as expected, as already in 2018 improved managing to revive the economy in the city.

This research is carried out in order to know the socio-economic effects of the years 2017-2018 of the relocation of the traders of the new Tarqui, using the modalities of documentary research, types of exploratory, descriptive, explanatory, analytical and non-experimental research, being executed by the technique of surveys aimed at the same traders and users in order to obtain the results of the research report.

**Keywords:** RELOCATION, DEVELOPMENT, MERCHANTS, MARKET, MUNICIPIO, SOCIOECONOMIC EFFECTS.

# INTRODUCCIÓN

## **Antecedentes**

La economía a nivel mundial ha tenido un impacto fundamental en el crecimiento de un país, logrando mantener una fuente de ingresos de distintas clases sociales. El comercio formal, es la estructura económica, de la implantación de un sistema de producción de bienes y generador de servicios, así como de transformación de bienes primarios en secundarios.

De acuerdo con Cárdenas (2018) Todos aquellos que intervienen por iniciativa propia creando la estructura establecida en un espacio, donde acude la demanda por aquellos bienes y servicios es conocida como un comercio formal, por cuanto está sujeta a controles y normas emanadas de un organismo superior.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2010) la ciudad de Manta tiene alrededor de 226.477 habitantes, es decir, aproximadamente el 16.5% de la población de la provincia de Manabí, los cuales se dedican principalmente a la pesca, el turismo y el comercio las mismas que son consideradas las principales fuentes de ingreso de los pobladores, debido a que reciben anualmente a un sin número de visitantes, atraídos por sus hermosas playas y demás atractivos turísticos.

Este escenario de crecimiento proyectado a los futuros años, se vio detenido bruscamente debido a los daños ocasionados por el terremoto de 7,8 en la escala de Richter del 16 de Abril del 2016, que afectó al país en muchos aspectos. El evento natural registrado como terremoto, no solo derrumbó casas, edificios y escuelas, sino también destrozó decenas de locales comerciales junto a pérdidas humanas irreparables, siendo Manabí una de las provincias más afectadas, debido a que el epicentro tuvo lugar en uno de sus cantones, la ciudad de Pedernales. (IGEPN, 2016)

El terremoto del 16 de abril del 2016, tuvo como consecuencia la reubicación de un sector que por muchos años ya venía arrastrando problemas socioeconómicos como explotación, desorden, insalubridad, usura (chulquerismo), consumo y microtráfico de drogas, en la zona central o comercial Tarqui que se

había transformado en un grave problema que no podían resolver los administradores municipales debido a su complejidad. En este sector se encontraban miles de comerciantes formales e informales, pequeños, medianos y grandes. En este se encontraban productos de todo tipo y a toda hora, desde la madrugada hasta altas horas de la noche.

Este sector de Tarqui fue sin lugar a dudas, la zona más afectada por el terremoto, no solo por sus daños en infraestructura, sino porque fue la zona donde murieron más personas en la ciudad.

Debido al acontecimiento del 16A, mediante decreto presidencial, se determinaron proyectos de reconstrucción y reactivación económica con el objetivo de lograr el cumplimiento de las metas que persigue cada institución ya sea pública o privada, mejorando las zonas afectadas.

La zona comercial Nuevo Tarqui, donde se reubicaron aproximadamente 1700 comerciantes, desde su apertura han manifestado cierta inconformidad debido a que, aunque se encuentran todo tipo de productos al igual que se ofertaban en el sector Tarqui, los comerciantes manifiestan no tener los mismos ingresos.

El 27 de diciembre del 2016 la zona comercial Nuevo Tarqui I 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. (Mera, 2017)

Con este Informe de Investigación es de vital importancia entender la situación que viven los comerciantes y dar a conocer los efectos socioeconómicos que se han generado en el Centro Comercial Nuevo Tarqui 2017-2018, para ayudar a analizar, interpretar y corregir lo planificado versus lo ejecutado en cada periodo económico, con la finalidad de lograr la eficiencia y eficacia operativa; proyecto ejecutado en conjunto con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del

Cantón Manta. y la propuesta que hicieran comerciantes presididos por Kirie Bravo, quienes instalarían sus negocios en contenedores y módulos en la vía la Cultura.

### **Planteamiento del problema**

El presente estudio plantea como problemática los efectos socioeconómicos a los que se han visto expuestos los comerciantes que antes del terremoto del 2016, laboraban en el mercado de Tarqui; posterior a ello laboran en la zona comercial conocida como Nuevo Tarqui, pese a los esfuerzos de las autoridades locales por ofrecer una zona comercial organizada y acondicionada, existen aspectos que influyen en el dinamismo económico de los comerciantes.

### **Formulación del problema**

Con los antecedentes expuestos, se formula el problema de la siguiente manera: ¿Cuáles son los efectos socioeconómicos que afectan a los comerciantes, reubicados en el sector Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el período 2017 y 2018?

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Determinar los efectos socioeconómicos que afectan a los comerciantes, reubicados en el sector Nuevo Tarqui de la ciudad de Manta en el período 2017 y 2018

#### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico de los efectos que ocasionó la reubicación en el sector Nuevo Tarqui, en la economía de los comerciantes.
- Constatar la relación existente entre las condiciones económicas y las ventas en el período 2017 y 2018.
- Identificar criterios acerca de los beneficios del Centro Comercial Nuevo Tarqui de los usuarios.

### **Justificación**

La actividad comercial representa una parte fundamental e indispensable en la ciudad de Manta y es una de las principales fuentes de empleos e ingresos para un porcentaje de su población. La investigación propuesta se justifica en lo teórico; debido a que, mediante la aplicación de las teorías y los conceptos básicos de economía, mercadeo y otros, permitirá encontrar explicaciones a situaciones internas y externas a las que están expuestos los comerciantes.

Se justifica a nivel práctico debido a que, de acuerdo con los objetivos de estudio, sus resultados permiten encontrar soluciones concretas a problemas que se La actividad comercial representa una parte fundamental e indispensable en la ciudad de Manta y es una de las principales fuentes de empleos e ingresos para un porcentaje de su población. La investigación propuesta se justifica en lo teórico; debido a que, mediante la aplicación de las teorías y los conceptos básicos de economía, mercadeo y otros, permitirá encontrar explicaciones a situaciones internas y externas a las que están expuestos los comerciantes enfrentan los comerciantes, escuchando además opiniones de los usuarios, con lo cual se establecen puntos de encuentro en las necesidades de los protagonistas.

### **Hipótesis**

La reubicación de los comerciantes en el sector Nuevo Tarqui – Manta; ¿tiene efectos socioeconómicos en ellos?

### **Metodología**

La investigación es de tipo exploratoria, descriptiva, explicativa, analítica y no experimental. Es exploratoria debido a que se aplicaron técnicas de recolección de datos como fuente primaria la encuesta y también la consulta de fuentes oficiales de información como fuentes secundarias.

Es descriptiva debido a que analiza e interpreta el impacto que ha tenido la reubicación de los comerciantes en un nuevo sector, conocido como Nuevo Tarqui, que no era comercial. La investigación es explicativa y analítica debido a que busca explicar las condiciones del caso de estudio y obtener conclusiones acerca de las problemática que mantienen los comerciantes con el Municipio de Manta por los bajos ingresos que dicen percibir. La investigación es no experimental porque no se va a manipular ningún elemento de la situación actual o variable.

Se utilizó como fuente primaria de información la encuesta realizada a los comerciantes con una muestra de 70 comerciantes. Así como a usuarios del sector comercial Nuevo Tarqui con una muestra de 102 personas.

El estudio consta de las siguientes partes: La introducción en donde se establecen los antecedentes, diseño teórico, problemática, planteamiento, formulación del problema de investigación, objetivos de la investigación, justificaciones, hipótesis, metodología, instrumento de levantamiento de datos.

Capítulo 1 Se establece el contexto histórico, geográfico, económico, político jurídico, en donde se ubica el trabajo; el análisis de investigaciones realizadas sobre el mismo tema y los conceptos de los elementos a estudiar.

Capítulo 2 Corresponde al plan ordenado de la forma en que se realizó la investigación para lograr el objetivo del proyecto de investigación.

Capítulo 3 Manifiesta los resultados y discusión; al final se establecen las respectivas conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

### **1.1 Antecedentes**

Cedeño & Rodríguez (2019), en su estudio titulado: “Análisis del impacto del plan de reconstrucción y reactivación productiva post terremoto en el desarrollo económico de la provincia de Manabí”; establece que la implementación del plan de reconstrucción y reactivación productiva post terremoto en la provincia de Manabí tras el evento sísmico de abril del 2016, no ha cumplido en su totalidad con las expectativas esperadas por la cual fueron creadas. A causa de varios acontecimientos económicos y administrativos gubernamentales, en el periodo 2016 – 2018.

De igual manera Casanova (2017), plantea en su estudio: “El crédito elemento clave en el crecimiento productivo de las (PYMES) en la zona cero de Manta”. El punto medular de la investigación está dirigido en brindar una apreciación más amplia sobre lo fundamental del crédito estatal; así como, la importancia para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la ciudad de Manta. Su impacto en las actividades productivas, la forma de cómo impulsaría su reactivación; además, de cómo dar a conocer el valioso aporte a la esfera productiva y comercial en la cual actúan.

Las autoras Loor & Stacey (2018), en su estudio “Elaboración de un plan de recuperación económica para el sector comercial afectado por el terremoto de la ciudad de Manta”; destacan que, debido al terremoto del 16 de abril del 2016 el sector comercial de la ciudad de Manta fue totalmente destruido. Por lo que es necesario proponer algunas soluciones de carácter social y financiero que puedan reactivar al sector comercial afectado. Para lo cual se analizó la situación actual del sector comercial afectado de la ciudad; se elaboró una propuesta que ayude a la reactivación de los negocios de esta zona y se definió el financiamiento de dicha propuesta que ayudará a la reactivación de los negocios de la zona Tarqui,

Cárdenas (2018), plantea en su trabajo de investigación que a pesar de la reubicación de los comerciantes en el proyecto de inversión comercial que costó alrededor de 13 millones de dólares financiados por la Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad, esta no ha representado beneficios económicos para los mismos, pues sus ventas no son iguales a las que tenían antes del terremoto del 2016. Por lo cual se proponen estrategias con la finalidad de potenciar sus ventas.

## **1.2 Marco teórico**

### **1.2.1. Definición de Comercio**

El comercio es una actividad económica que se refiere al acto de comprar y vender bienes o servicios, convertido en una poderosa herramienta para el desarrollo socioeconómico a nivel mundial (Alvarado, 2016). Por lo tanto, el comercio puede definirse como la actividad económica de compra venta, que permite el desarrollo económico de comerciantes formales e informales y usuarios.

El comercio es el proceso desde el punto de vista de los regímenes económicos, sus etapas son: la economía doméstica feudal, que se transformó en una economía nacional mediante la unión de varios feudos bajo el control de un solo mando político y económico, y que más tarde evoluciona hacia una economía, derecho ambiental internacional. (Elizalde, 2017).

Como conclusión se puede manifestar que el comercio es una actividad socioeconómica cuyo proceso consiste en la adquisición o venta de bienes o servicios, a cambio de ello se percibe un valor económico por los productos o servicios percibidos hacia otra persona.

#### **1.2.1.1. Importancia del Comercio.**

Entendido como una de las actividades económicas más importantes del ser humano, el comercio es aquel que le permite no sólo conseguir productos que no se producen localmente (así como también vender los que sí se producen en el ámbito propio) sino que además es la actividad económica que le permite al ser humano entrar en contacto con otras sociedades, conociendo elementos de su cultura y de sus tradiciones que luego pueden ser asimiladas de diferentes maneras. Según Mendoza (2018) el comercio es al mismo tiempo una actividad dinámica que evita el cierre geográfico y político de las comunidades y que requiere, para funcionar correctamente, el contacto e intercambio permanente entre diversas comunidades y pueblos.

Según Chanda (2019), la importancia del comercio para el ser humano es muy profunda debido a que no tiene que ver solamente con lo económico sino también con lo social y lo cultural. Así, tal como se dijo, es a partir del comercio que una sociedad puede entrar en contacto con otra, en el momento en que se reconoce como no autosuficiente y comienza a buscar espacios o comunidades que puedan proveerle aquello que le falte. El conocimiento de otras comunidades y el interactuar con ellas a través del comercio es, además, lo que enriquece de mejor manera a una sociedad.

Según la apreciación de Olivera (2018) una de las razones más evidentes de la importancia de la economía se emplea para:

- **Crear mejor calidad de vida:** Las fallas de los efectos socio económico se detectan y el proceso se corrige para eliminar errores económicos.

- **Enfrentar el cambio:** Este forma parte de la actividad comercial es también hablar del ambiente de cualquier organización, pública privada. Los mercados cambian, la competencia en todo el mundo ofrece productos o servicios nuevos que captan la atención del público.

Surgen tecnologías nuevas. Se aprueban o enmiendan reglamentos gubernamentales. La función de la actividad comercial sirve al desarrollo de la sociedad en general generando oportunidades de todo tipo, porque les ayuda al crecimiento como comerciantes al ofertar sus bienes y servicios.

• **Agregar valor:** Los tiempos veloces de los ciclos son una manera de obtener ventajas competitivas. Otra forma, aplicada por el experto de la economía mexicana Olivera Novelo, es agregar valor. Tratar de igualar todos los movimientos de la competencia puede resultar muy costoso y contraproducente. Olivera, advierte, en cambio, que el principal objetivo de los comerciantes debería ser "agregar valor" a sus bienes o servicios, de tal manera que los clientes lo comprarán, prefiriéndolo sobre la oferta del consumidor (Olivera, 2018).

Analizando la importancia del comercio es primordial al desarrollo de la ciudad y de un país, debido a que abarca un conjunto desde la calidad que se ofrece, hasta el entorno de los comerciantes, ayudando a encontrar estrategias que permita satisfacer las necesidades de los clientes y comerciantes.

#### **1.2.1.2. Objetivos del Comercio.**

Taylor & Feenstra (2017) definen los siguientes objetivos:

- Logro de metas establecidos para comerciantes y usuarios.
- Uso económico y eficiente de los bienes y servicios.
- Salvaguarda la integridad de los comerciantes formales e informales.
- Confiabilidad e integridad de la información.
- Cumplimiento de políticas, procedimientos, leyes y regulaciones (Taylor &

Feenstra, 2017).

En este sentido, los objetivos del comercio en las empresas públicas y privadas rigen una parte importante dentro de las mismas salvaguardado desde sus bienes y servicios, rigiendo o mejorando sus políticas, aportando mejoras tanto en el desarrollo socioeconómico de un país.

### 1.2.1.3. Componentes del Comercio.



Figura 1. Componentes del Comercio.

Fuente: Elaborado por autor.

El comercio no solo consta de un sistema secuencial donde un proceso afecta al otro, si no de una secuencia multidireccional que independientemente de la variable que sea afecta a cualquiera de las variables que lo conforman.

### 1.2.1.4. Comercio Formal

Según Abad (2017) “El Comercio Formal es aquel que está regido bajo leyes y que aporta a la economía del país con impuesto, se da cuando existe en un local establecido” (Abad, 2017), con permisos del municipio dependiendo del lugar donde realice la actividad comercial y que debe respetar las normas que se establecen, también en este tipo de comercio debe comprobar la calidad del producto o servicio que ofrece.

Según Goicovich (2016) “El comercio formal presenta diversas ventajas dentro de las que se pueden mencionar: garantía en los productos que se ofertan, instalaciones adecuadas e higiénicas, ambiente seguro, proporcionan un alto grado de confianza, diversas formas de pago, está amparado por la ley, productos de calidad, variedad de productos y servicios.” (Goicovich, 2016)

### **1.2.1.5. Comercio Informal**

Para Vargas & Sánchez (2017) “El sector informal se define como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o servicios que funcionan a pequeña escala, tienen organización rudimentaria, los activos fijos y otros valores no pertenecen a la empresa en sí, sino a sus propietarios y hay muy poca o nula distinción entre el trabajo y el capital como los factores de producción.

El Comercio Informal es la actividad comercial que no está regulada por alguna institución o por el estado y que es realizada por personas que no cuentan con recursos económicos suficientes para legalizar su negocio y que no puede adquirir un espacio acondicionado.

### **1.2.2. Definición de Economía.**

La economía es la ciencia que estudia la actividad humana como productora, consumidora y distribuidora de bienes y servicios capaces de satisfacer deseos o necesidades de los clientes, quienes están dispuestos a pagar por ellos, por lo tanto, contribuyen con la generación y desarrollo en general (Hernandez, 2016)

En los últimos 30 años, el estudio de la economía se ha expandido y abarca una inmensa variedad de temas. ¿Cuáles son las principales definiciones de esta creciente disciplina? Entre las más importantes se encuentran las siguientes:

- Estudia la manera en que se fijan los precios del trabajo, del capital y de la tierra en la economía y el modo en que se utilizan para asignar los recursos. (Samuelson & Nordhaus, 2016)
- Explora la conducta de los mercados financieros y analiza la manera en que asignan el capital al resto de la economía. (Fischer, Dornbusch, & Schamalensee, 2016)
- Examina la distribución de la renta y sugiere algunas fórmulas para ayudar a los pobres sin afectar negativamente a los resultados de la economía. (Mankie, 2016)

- Examina la influencia del gasto, los impuestos y los déficits presupuestarios públicos en el crecimiento.
- Estudia las oscilaciones del desempleo y de la producción que constituyen el ciclo económico y elabora medidas para mejorar el crecimiento económico.
- Examina los patrones del comercio internacional y analiza las consecuencias de las barreras comerciales.
- Analiza el crecimiento en los países en vías de desarrollo y propone medidas para fomentar la utilización eficiente de los recursos.

Las definiciones resaltan la importancia que tiene esta ciencia al dedicarse al estudio de los recursos escasos y limitados, para así satisfacer las necesidades humanas. Además, señala que las sociedades deben determinar que van a producir, como y para quien con los recursos disponibles.

#### **1.2.2.1. Importancia de la Economía**

Indudablemente la Economía constituye una parte fundamental dentro de la sociedad debido a que es el desarrollo, satisfacción y compromiso de los autores que intervienen (Berry, 2017). La economía es un área de pensamiento en que se trata de entender la relación de causalidad entre lo que llamamos variables económicas, y también-aunque con insuficiente frecuencia--entre esas variables y otros aspectos de la sociedad

Según Leyva (2017), “La economía es la ciencia que estudia la distribución de los recursos escasos entre los miembros de una sociedad para la satisfacción de sus necesidades. Sin embargo, mientras que los recursos son limitados, las necesidades son infinitas”, y es ahí donde radica la importancia del análisis económico en el mundo de los negocios: en la satisfacción de las necesidades. Así, el común denominador de las áreas de negocios es el conjunto de principios fundamentales del análisis económico.

Actualmente, con el crecimiento y desarrollo de la Ciudad de Manta, que han experimentado cambios en las industrias a nivel nacional y a nivel internacional, la economía y el comercio comienza a tomar un nuevo impulso con la construcción de infraestructuras como el Centro Comercial Nuevo Tarqui, impulsando el comercio y la actividad económica en la Ciudad.

### **1.2.2.2. Efectos socioeconómicos**

En muchos casos, estos trabajos en comercios son desempeñados por una creciente fuerza laboral femenina, adolescente, de la tercera edad y de personas que requieren oportunidades con un nivel de entrada inicial más flexible. (Peña, 2017)

En los centros comerciales se producen efectos socioeconómicos que se desenvuelven en las actividades de los comerciantes, tales como: niveles de ventas altos o bajos, situaciones de seguridad de los comerciantes, administración eficiente o deficiente del negocio, otros.

La mayoría de los comercios a nivel mundial son manejados o administrados por mujeres, personas de la tercera edad, o personas que buscan oportunidades para superarse y cubrir sus necesidades diarias.

### **1.2.2.3. Indicadores socioeconómicos**

Según López & Gentile, (2017) manifiestan que los indicadores representan herramientas para la toma de decisiones debido a que transmiten información científica y técnica que permite transformar a la misma en acción, resultando así fundamentales para evaluar y predecir tendencias de la situación de una región o una localidad en lo referente a las cuestiones económicas y sociales, así como para valorar el cumplimiento de las metas y objetivos fijados en las políticas de gobierno.

Ramírez (2016), afirma: La gran mayoría de los indicadores económicos que producimos hoy se refieren a aquellas variables importantes para el esquema keynesiano de manejo económico: Producto e ingreso nacional y tri-sectorial, ahorro e inversión, consumo, productividad. A estos se suman otros como coeficientes de deuda externa, variación de precios y circulación monetaria, etc.

Estos datos de característica estática y unidimensional se "dinamizan" construyendo series de agregados consecutivos (lo que no garantiza una visión de las transformaciones ocurridas) y se dividen entre la población para obtener per-cápita que nada dicen de la participación de las clases sociales en la producción y el ingreso de las diferencias regionales. Menos aún se toman en consideración las relaciones de poder entre clases y sectores sociales, las relaciones de producción y explotación, etc.

Cañarte & Santana (2018), afirman que es evidente que, en todo análisis económico, se presentan los factores que inciden en el crecimiento de la población y los principales indicadores que se utilizan para medir el comportamiento, tasas de natalidad, crecimiento de precios, marcha real de la economía, y salarios.

En cuanto a los indicadores sociales, se constata preferencia por aquellos que brindan información sobre el objetivo principal del Estado en esta área: la reproducción de la fuerza de trabajo útil y el manejo adecuado de los conflictos sociales. Por tanto, encontramos porcentajes y per-capitas de analfabetismo, mortalidad y nacimientos, morbilidad, vivienda y otros similares.

### **1.2.3. El comercio en Tarqui**

#### **1.2.3.1 Antecedentes**

La construcción del Mercado de Tarqui en el año 1970, remarcó un punto importante en el desarrollo de la zona comercial. Los comerciantes ubicados en la "Placita", fueron reubicados en la calle 114, para no interrumpir sus actividades durante el proceso constructivo. Esta orden municipal, permitía a proveedores hacer uso de la calle para la comercialización de bienes, generando informalidad, permitido en ese entonces.

La construcción del mercado solo significó el crecimiento de plazas comerciales que eran necesarias para una ya desabastecida "Placita", donde el comercio empezaba a desbordar de su área de actuación, espacios de locales comerciales. Los comerciantes antes reubicados en la calle 114, se rehusaron de abandonar su puesto de trabajo. Vieron el potencial del comercio informal y reutilizaron sus puestos destinados, en el entonces 1970, Nuevo Mercado de

Tarqui, para otras actividades comerciales. El comercio informal en la calle 114 fue un referente de crecimiento y desarrollo comercial, para los negociantes e inmigrantes de zonas rurales, hasta el día del 16A. Hecho histórico del cuál la identidad del sector pasó de ser el mayor centro comercial de Manta, a un sector desintegrado y carente de uso. (García, 2019)

El comercio que se desarrollaba en el antiguo Tarqui era diverso en la oferta y complejo en su dinámica, ya que existía una gran variedad de giros de negocio y amplios horarios de atención al público. En lo que respecta al comercio, en el sector se registraban negocios de productos perecibles y no perecibles. También se encontraban productos como ropa, zapatos, artículos de bazar, bisutería, electrodomésticos, farmacias, librerías, papelerías e imprentas.

### **1.2.3.2. Origen de la reubicación**

Aunque ya venían presentándose proyectos urbanísticos para reubicar el mercado de Tarqui pues este se había anarquizado debido a la gran concentración de comerciantes tanto formales como informales. Lamentablemente el terremoto del 2016, que afectó considerablemente a la zona comercial, dejándola reducida a escombros, obligó a que se tomen acciones urgentes tales como situarse en sectores no adecuados, tales como en la avenida 4 de noviembre o el sector conocido como la poza.

A finales del 2016, la autoridad local presentó la propuesta de que se ubiquen en la zona conocida como la ensenadita, ubicada en la av. La Cultura junto al Patronato Municipal en un proyecto denominado zona comercial nuevo Tarqui, propuesta que fue aceptada quedando establecida como la zona comercial más extensa de la ciudad de Manta.

### **1.2.3.3. El Nuevo Tarqui**

El Municipio de Manta, elaboró una estrategia que tenía como objetivo principal la reubicación de los comerciantes, en ésta se planteaba la construcción de módulos y obras complementarias como áreas verdes, parques, parqueaderos. El proyecto estaría asentado en 4 terrenos ubicados en la avenida la cultura, propiedad de la empresa Ultramares, a la Sra. María Cedeño García y el terreno en donde se encontraba el Hospital del IESS.

El objetivo del proyecto según el GAD es “reactivar el comercio de Tarqui, creando un espacio comercial con todos los servicios básicos, seguridad, proveyendo con módulos gratuitos a todos los comerciantes de manera que puedan ejercer sus actividades económicas” (Reconstruyo, 2017)

El impacto económico esperado del proyecto se proyectaba en los siguientes aspectos:

- 1800 módulos entregados para la reactivación económica, con un modelo de gestión que sea sustentable y sostenible.
- Mejoramiento de los ingresos económicos de 1800 comerciantes.
- Implementación de capital semilla para conformar cajas de ahorro y crédito en las asociaciones de comerciantes.
- Con la creación de un modelo económico como economías de escalas dentro del sector, se tendría como resultado la optimización de recursos y permitiendo con ello mejorar los precios mediante ofertas aprovechadas por los consumidores finales, haciendo atractiva la zona comercial del Nuevo Tarqui.
- Implementación de un Centro Comunitario el cual brindará las facilidades para las capacitaciones de los comerciantes del sector.

A pesar de la reubicación en un área bien organizada; esto no significó para los comerciantes las mismas condiciones económicas de las que tenían cuando se encontraban en la parroquia Tarqui, por lo tanto, se identificaron nuevas problemáticas con las que actualmente luchan dichos comerciantes.

### **1.3. 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*; (Asamblea Nacional, sf)

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 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

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, ejecutivas 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; (Registro Oficial, sf)

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; (SEPS, sf)

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. (GAD-Manta, sf)

## **CAPÍTULO II DISEÑO METODOLÓGICO**

### **2.1 Enfoque**

El enfoque del presente estudio fue mixto (cualitativo-cuantitativo) debido a que es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Es importante mencionar que, en una investigación con enfoque mixto, tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo son importantes y valiosos, ninguno prevalece respecto al otro; al contrario, se trabajan de forma conjunta, lo cual permite comprender la realidad que se estudia de una manera más integral.

### **2.2. Tipo de investigación**

La investigación es de tipo exploratoria, descriptiva, explicativa, analítica y no experimental. Es exploratoria debido a que se aplicaron técnicas de recolección de datos como fuente primaria la encuesta y también la consulta de fuentes oficiales de información como fuentes secundarias.

Es descriptiva debido a que analiza e interpreta el impacto que ha tenido la reubicación de los comerciantes en un nuevo sector, conocido como Nuevo Tarqui, que no era comercial. La investigación es explicativa y analítica debido a que busca explicar las condiciones del caso de estudio y obtener conclusiones acerca de las problemática que mantienen los comerciantes con el Municipio de Manta por los bajos ingresos que dicen percibir. La investigación es no experimental porque no se va a manipular ningún elemento de la situación actual o variable.

### **2.3 Métodos y técnicas**

El método de investigación ha permitido la realización procesual y ordenada en el transcurso del presente proyecto. Lo que ha puesto en evidencia un conjunto de aplicaciones coherentes y ligadas hacia el cumplimiento de los objetivos. Así mismo el método ha permitido la recolecta de datos, la ponderación de estos y las conclusiones partiendo de los resultados.

El método deberá reunir no únicamente un contenido determinado o una serie de etapas sino contar con una base racional que le proporcione validez a los resultados que produzca, la cual está constituida por presupuestos filosóficos, un enfoque adaptado, principios racionales y técnicas específicas. Por tanto, puede considerarse como el método de investigación por excelencia el método científico, el cual además considera una serie de rasgos: es teórico, problemático-hipotético, empírico, inductivo, deductivo, crítico, selectivo y abierto a la imaginación. (Ibarra, CH, 2011)  
(p.33)

El método que se emplea en la investigación ha sido bosquejado, analizado e interpretado para que dé respuestas veraces, eficaces y eficientes en los resultados. Los métodos empleados son el método deductivo y el método inductivo, los que han hecho posible llegar a las conclusiones que determinan las recomendaciones para resolver el problema encontrado

Los métodos que se aplicaron en el estudio de la problemática planteada son los siguientes:

**Método Inductivo:** Nos permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en el estudio. El método inductivo es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales.

**Método Deductivo:** Aquí vamos analizar las causas que intervienen en la problemática planteada. El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios.

**Método Estadístico:** Por medio de este método vamos a recopilar la información, la tabularemos y procederemos posteriormente a un análisis. El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

El instrumento que se aplicó en el estudio de la problemática planteada fue:

La Encuesta: es un estudio en el cual el indagador, mediante la observación no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación como si lo hace en una experimentación los datos se obtienen al realizar un conjunto de interrogantes destinadas a una muestra o al conjunto global de la población estas preguntas son con el fin de conocer opiniones.

La encuesta es una técnica basada en entrevistas, a un número considerable de personas, utilizando cuestionarios, qué, mediante preguntas, efectuadas en forma personal, telefónica, o correo, permiten indagar las características, opiniones, costumbres, hábitos, gustos, conocimientos, modos y calidad de vida, situación ocupacional, cultural, etcétera, dentro de una comunidad determinada.

Ender, E. (2009)

Considera que la encuesta es una “Técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso que se emplea para investigar hechos o fenómenos de forma general y no particular” (Pág. 76).

La encuesta tiene una gran variedad de propósitos. Ya sea para recopilar datos concretos acerca de la opinión, que son de gran importancia para la elaboración del análisis

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

Una para los comerciantes, con el fin de poder recoger información acerca de la situación actual de esta zona comercial. Y otra para los visitantes, usuarios o consumidores. Dicha encuesta tendrá como objetivo recolectar la información acerca del punto de vista de la población mantense acerca de esta zona comercial acerca de la reubicación de los comerciantes del sector Tarqui. La misma contará

con 10 preguntas ya antes estudiadas y aprobadas por el autor de este trabajo en conjunto con el tutor de este.

Se realizarán dos grupos de encuestas:

Los comerciantes 71

Los compradores o usuarios 103

## 2.4 Población y muestra

La población está constituida por 1800 comerciantes.

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

$$z^2= 1.96$$

$$P= 0.50$$

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

$$n = 70,15$$

$$n = 70$$

Para los consumidores o usuarios se toma la población total de Manta 217,553 habitantes.

$$n = \frac{(1.96^2)(0.50)(0.50)(217.553)}{(1.96^2)(0.50)(0.50) + (217.553)(1.96^2)}$$

$$n = 102,97$$

$$n = 102$$

## 2.5 Análisis e interpretación de datos

Se ha tomado en consideración la colecta de datos a través de las fuentes primarias y secundarias, la primaria pone en contacto directo al investigador con la problemática a través del instrumento de investigación (encuesta y entrevista), también las fuentes secundarias que conlleva la revisión de los archivos y registro que han servido de antecedentes y bases teóricas en la problemática.

La fuente primaria ha considerado a la encuesta como el instrumento de investigación apropiado, la cual consta de un total de 10 preguntas desarrolladas de forma fácil de entender e interpretar, para que las personas que son

encuestadas puedan responder de forma eficaz, lo que provoca que los resultados sean veraces y las conclusiones apropiadas, dando respuesta a los objetivos formulados.

## **2.6 Plan para el procesamiento de la información**

Para el procesamiento de la información obtenida por las técnicas e instrumentos aplicados, se trabajó con el programa Excel y con la estadística descriptiva. Los resultados de cada uno de los ítems de los cuestionarios aplicados fueron resumidos a Tabulación o cuadros según variables destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo a los objetivos e interrogantes, representándolos gráficamente para así arribar a un análisis cuantitativo y cualitativo con su respectiva interpretación, con apoyo del marco teórico en el aspecto pertinente, que permitió establecer las conclusiones y recomendaciones del objeto en estudio.

Las respuestas de todas las encuestas han sido sumadas, tabuladas y ponderadas de tal forma que se han registrado sintéticamente a través de tablas de frecuencias, y aplicando la fórmula estadística correspondiente se ha obtenido el porcentaje de los resultados, que luego han sido graficados, analizados y concluido.

### CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Resultados de encuestas

#### 3.2 Resultados de encuesta a comerciantes

1.- ¿De qué manera considera usted que ha influido en su vida cotidiana la reubicación del antiguo mercado de Tarqui?

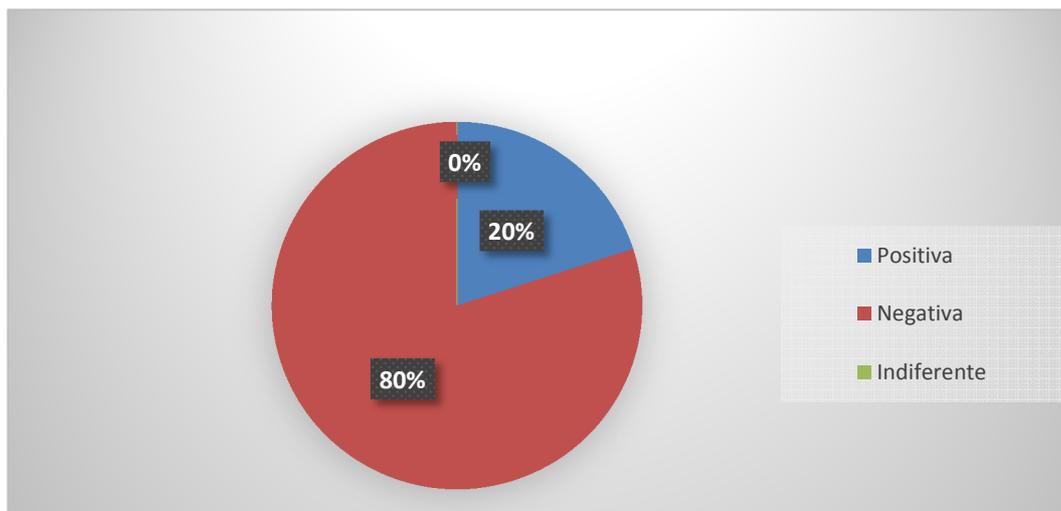
Tabla 1

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Positiva	14	20%
Negativa	56	80%
Indiferente	0	0%
Total:	70	100%

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

Gráfico N.1



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e interpretación de resultados:** Referente al gráfico 1 se puede observar que el 80% de los comerciantes a los cuales se les aplicó la encuesta consideran que la reubicación del antiguo mercado de Tarqui ha influido de manera negativa en su vida cotidiana, mientras que el 20% considera que ha sido positiva. Este resultado permite apreciar un nivel de inconformidad alto entre los comerciantes del Nuevo Tarqui.

2.- ¿Qué resultados, en función de las ventas en el período 2017 y 2018, ha generado para usted como comerciante, la reubicación de su local?

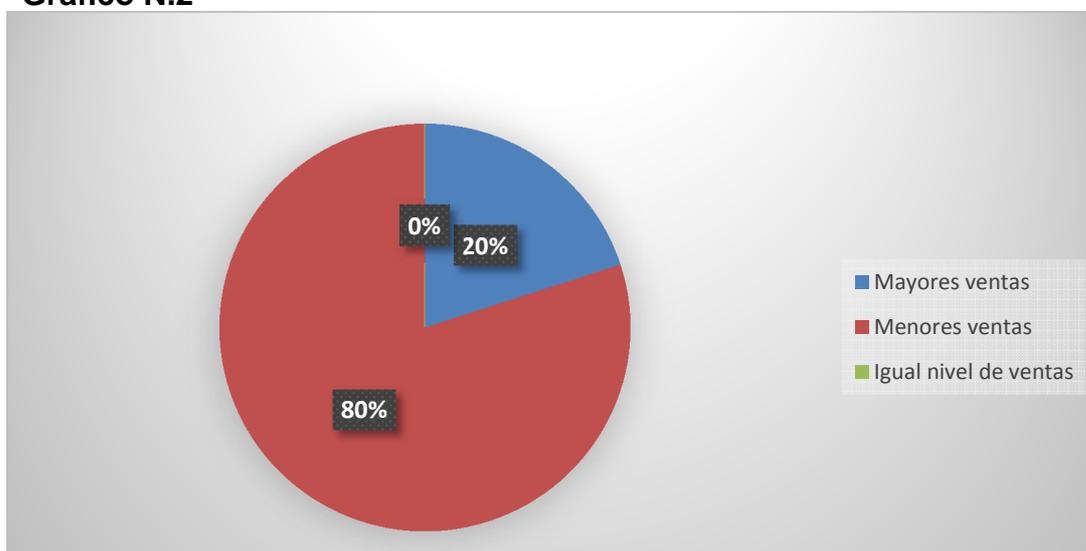
**Tabla 2**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Mayores ventas	14	20%
Menores ventas	56	80%
Igual nivel de ventas	0	0%
Total:	70	100%

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.2**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e interpretación de resultados:** De acuerdo con el resultado del gráfico 2, se puede observar que el 80% de los comerciantes a los cuales se les aplicó la encuesta consideran que la reubicación del antiguo mercado de Tarqui ha influido en que sus ventas han disminuido, mientras que el 20% considera que sus ventas se han incrementado. Este resultado permite apreciar un nivel de inconformidad alto entre los comerciantes del Nuevo Tarqui.

**3.- La afluencia de compradores en el período 2017 y 2018 en su negocio fue:**

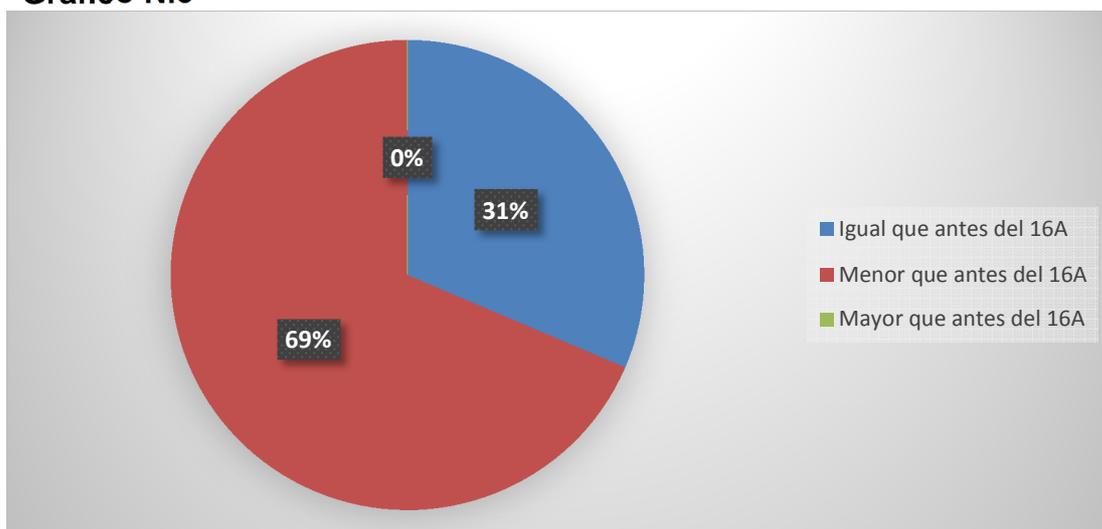
**Tabla 3**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Igual que antes del 16-A	22	31%
Menor que antes del 16-A	48	69%
Mayor que antes del 16-A	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijje*

**Gráfico N.3**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijje*

**Análisis e interpretación de resultados:** Referente a los resultados del gráfico 3, el 69% de los comerciantes encuestados responden que la afluencia de compradores es menor que antes del terremoto del 16 de abril del 2016, mientras que el 31% manifiesta que es igual. Es importante considerar la ubicación de los comerciantes para determinar la afluencia de compradores, pues existen locales que son poco frecuentados debido a que las personas no conocen su ubicación.

#### 4.- De las siguientes alternativas especifique de quien ha recibido créditos

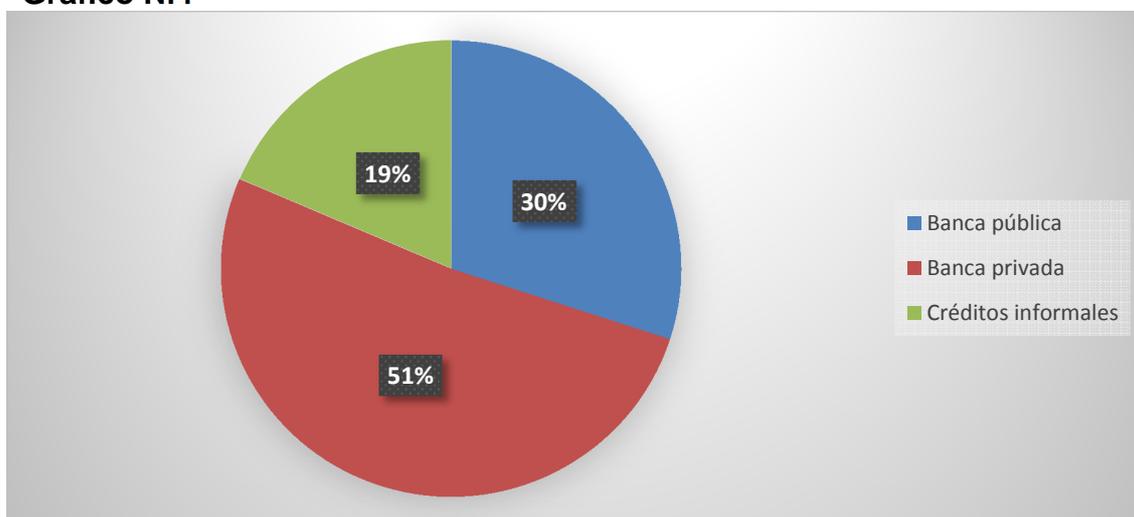
**Tabla 4**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Banca pública	21	30%
Banca privada	36	51%
Créditos informales	13	19%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.4**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e interpretación de resultados:** El 51% de los comerciantes a los cuales se les aplicó el formulario de encuesta, responden que han recibido créditos de la banca privada, mientras que el 30% responde que de la banca pública (BANCUADOR) y el restante 19% de créditos informales. Se establece el poco respaldo de la banca pública y el riesgo que corren con los créditos informales pues estos últimos los intereses se caracterizan por ser elevados.

**5.- ¿Considera usted que el GAD Manta les está acompañando en esta transición?**

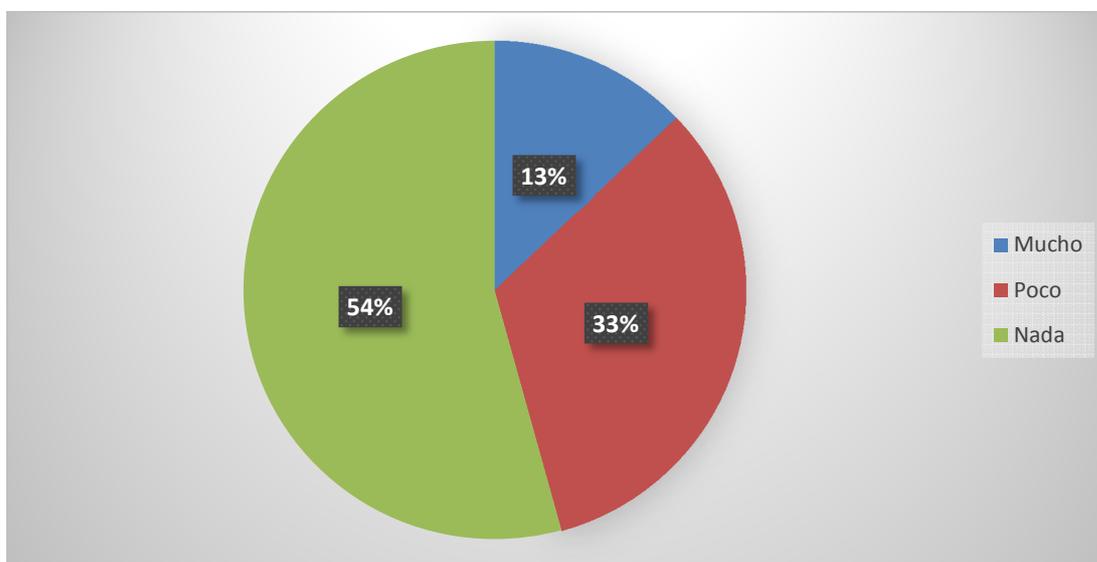
**Tabla 5**

<b>Respuestas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentajes</b>
Mucho	9	13%
Poco	23	33%
Nada	38	54%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.5**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación de resultados:** Con los datos que arroja el gráfico 5, se puede evidenciar que el 54% de los comerciantes encuestados consideran que el GAD Manta no los ha acompañado en la transición, mientras que el 33% responde que poco y un 13% manifiesta que mucho. Se puede apreciar inconformidad con la gestión municipal en cuanto a acompañamiento y apoyo a los comerciantes por parte del cabildo.

**6.- Bajo su criterio ¿Considera que se han tomado las medidas suficientes de apoyo para los comerciantes de este sector?**

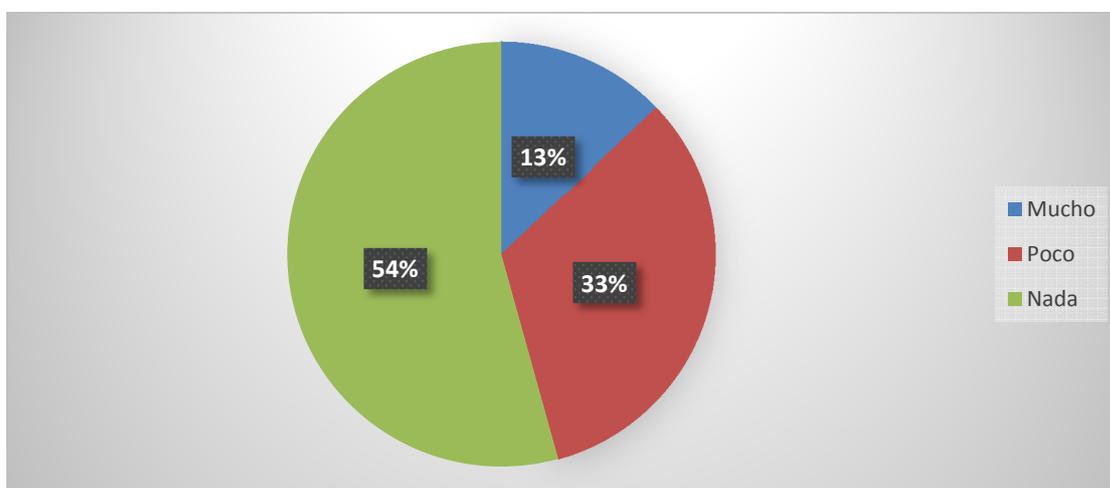
**Tabla 6**

<b>Respuestas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentajes</b>
Mucho	9	13%
Poco	23	33%
Nada	38	54%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.6**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación:** Los datos arrojados por el gráfico 6, el 54% de los comerciantes encuestados consideran que en el GAD Manta no se han tomado las suficientes medidas de apoyo para los comerciantes de este sector tan vulnerable, mientras que el 33% responde que poco y un 13% manifiesta que mucho. Se puede apreciar que los comerciantes no se sienten apoyados para reactivar el comercio afectando en su desarrollo socioeconómico.

## 7.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción en esta nueva ubicación?

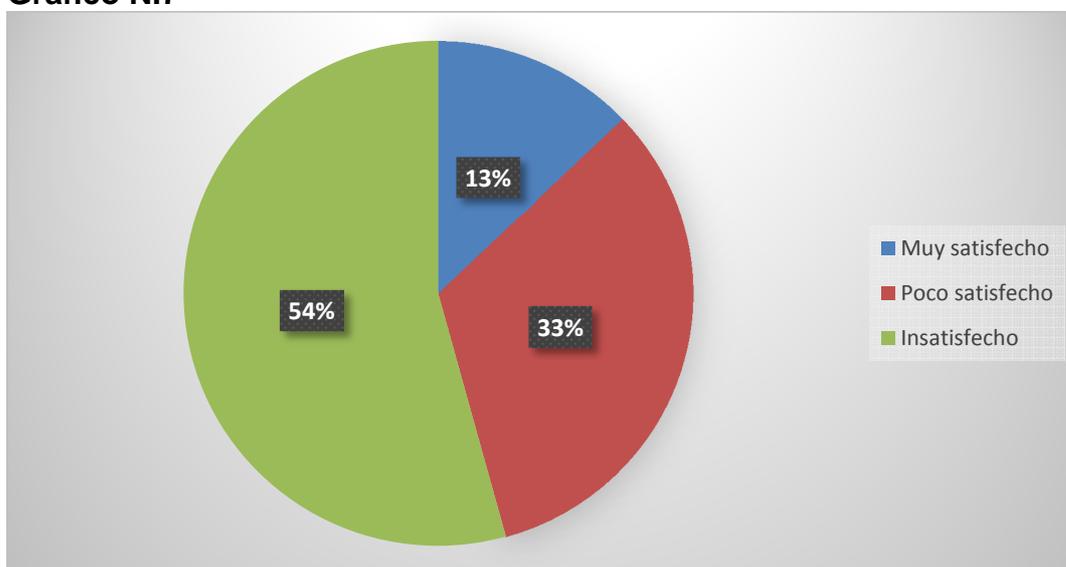
Tabla 7

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Muy satisfecho	9	13%
Poco satisfecho	23	33%
Insatisfecho	38	54%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui

Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije

Gráfico N.7



Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui

Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije

**Análisis e Interpretación de resultados:** De acuerdo con los datos arrojados en el gráfico 7, el 54% de los comerciantes encuestados se sienten insatisfechos con su nueva ubicación, mientras que el 33% responde que poco satisfecho y un 13% manifiesta que está muy satisfecho. Se puede apreciar que los comerciantes no se sienten satisfechos con su nueva ubicación lo cual los limita para reactivar el comercio afectando en su desarrollo socioeconómico.

## 8.- ¿Cuál era el promedio de ingresos diarios en Tarqui?

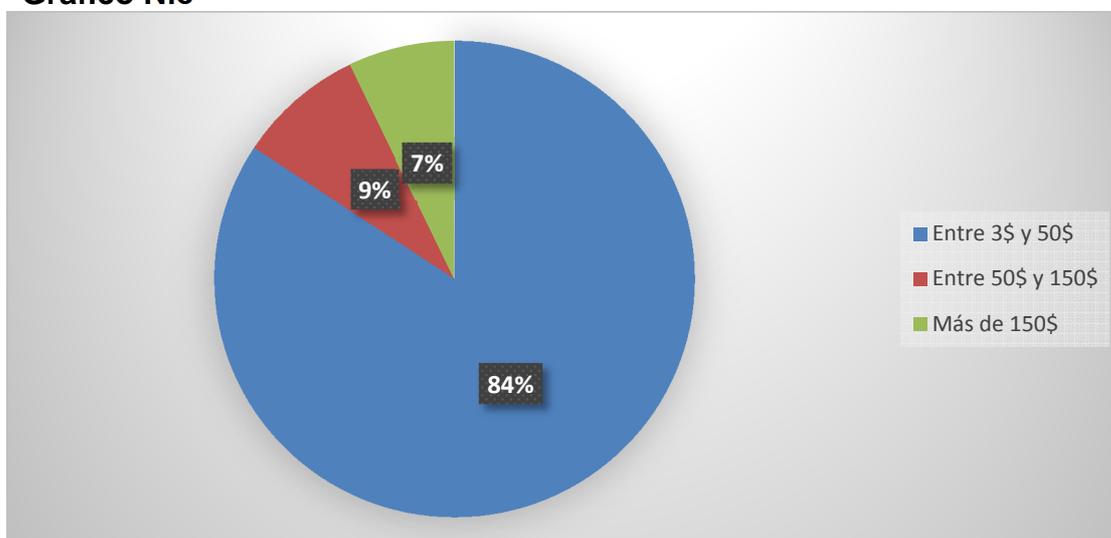
**Tabla 8**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Entre 3\$ y 50\$	59	84%
Entre 50\$ y 150\$	6	9%
Más de 150\$	5	7%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.8**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación de resultados:** De los datos arrojados del gráfico 8, demuestran que el 84% de los encuestados mantenían ingresos en Tarqui entre 3\$ y 50\$ diarios, mientras que el 9% registraba entre 50\$ y 150\$ y un 7% manifiesta que tenía ingresos de más de 150\$. Se establece que el promedio de ingresos diarios significaba un movimiento económico considerable en el antiguo Tarqui.

## 9.- ¿Cuál era nivel de ingreso en el período 2017 y 2018?

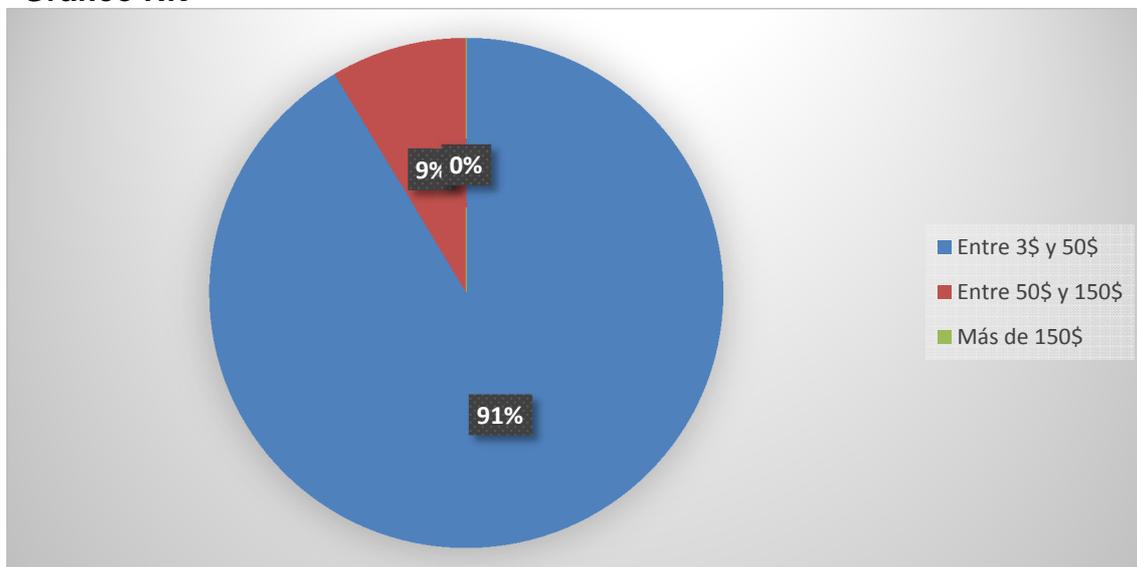
**Tabla 9**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Entre 3\$ y 50\$	64	91%
Entre 50\$ y 150\$	6	9%
Más de 150\$	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.9**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación de resultados:** De los datos arrojados del gráfico 9, demuestran que el 91% de los comerciantes encuestados manifiestan que actualmente sus ingresos están entre 3 y 50\$ diarios y el 9% que sus ingresos están entre 50\$ y 150\$. Se establece la disminución de ingresos en los comerciantes debido a su reubicación al Nuevo Tarqui incidiendo en su desarrollo socioeconómico.

**10.- ¿Tenían acceso a servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, recolección de desechos sólidos) de forma regular en el antiguo Mercado de Tarqui?**

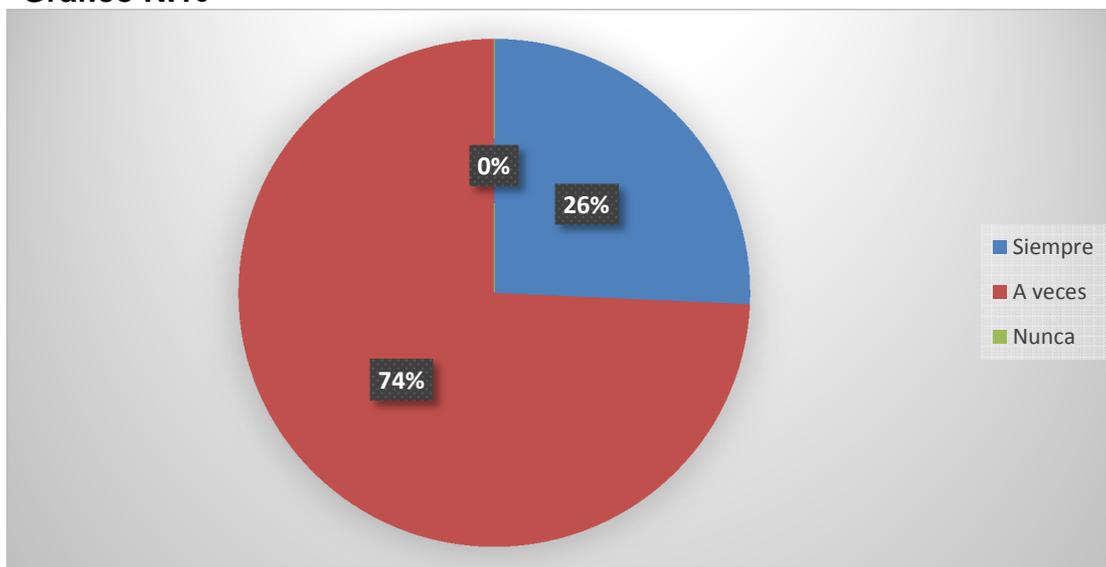
**Tabla 10**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Siempre	18	26%
A veces	52	74%
Nunca	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.10**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación de resultados:** De los datos arrojados del gráfico 10, demuestran que el 74% de los comerciantes encuestados responden que en el antiguo mercado de Tarqui a veces tenían acceso a servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, recolección de desechos sólidos) de forma regular, el 26% responde que siempre. La insalubridad en el antiguo mercado de Tarqui era algo común y corriente.

**11.- ¿Tienen acceso a servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, recolección de desechos sólidos) de forma regular en el Nuevo Tarqui?**

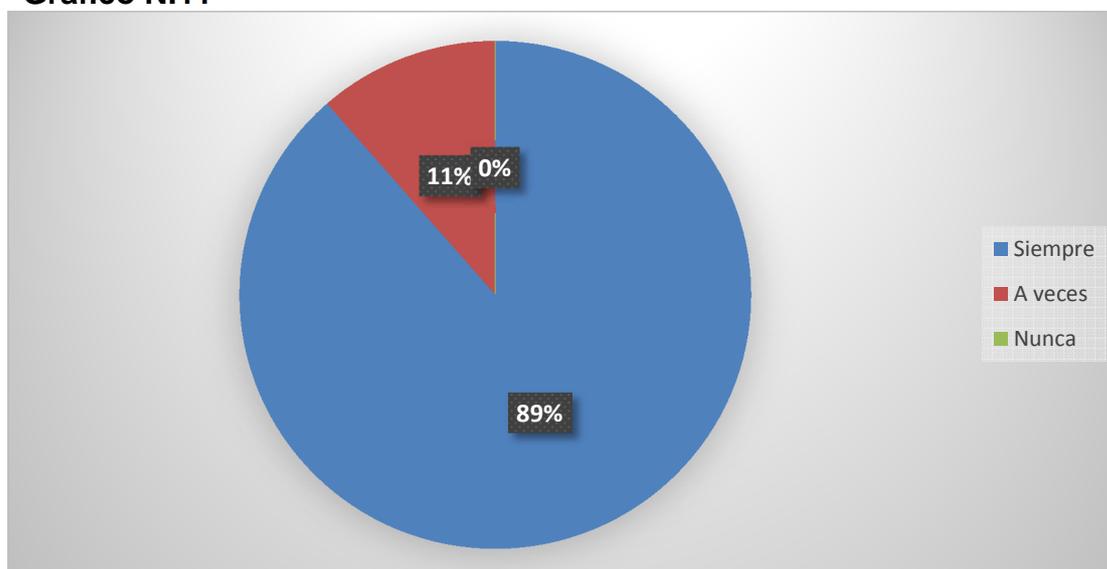
**Tabla 11**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Siempre	62	89%
A veces	8	11%
Nunca	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.11**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación de resultados:** De los datos arrojados del Gráfico 11, demuestran que el 89% de los comerciantes encuestados responden que en el Nuevo Tarqui siempre tenían acceso a servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, recolección de desechos sólidos) de forma regular, el 11% responde que a veces. La insalubridad en el antiguo mercado de Tarqui era algo común y corriente lo que no sucede en el Nuevo Tarqui.

### 3.3 Resultados de encuesta a usuarios

1.- ¿En qué manera considera usted que afecta la reubicación del mercado de Tarqui al consumidor?

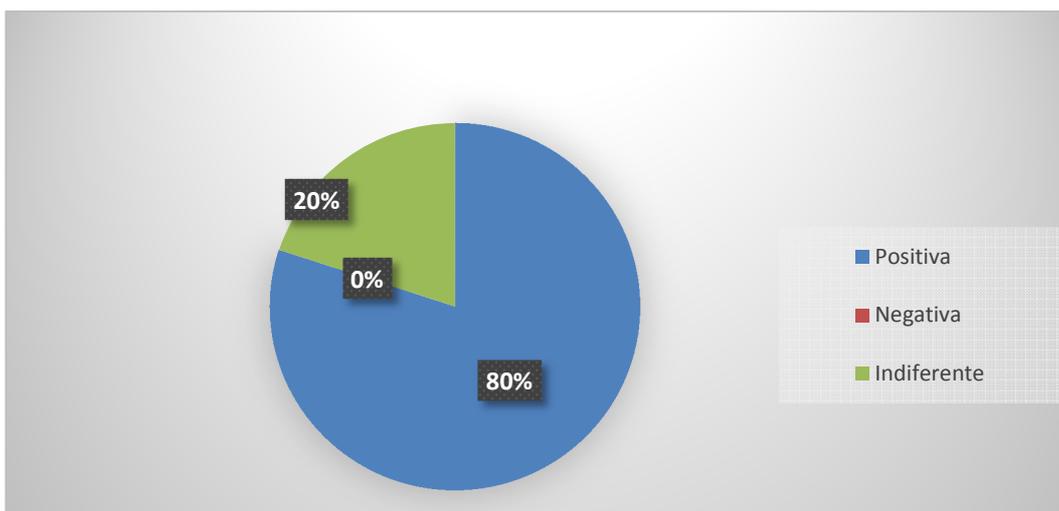
**Tabla 12**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Positiva	56	80%
Negativa	0	0%
Indiferente	14	20%
Total:	70	100%

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.12**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e interpretación de resultados:** Referente al gráfico 12 se puede observar que el 80% de los usuarios de la zona comercial Nuevo Tarqui a los cuales se les aplicó la encuesta consideran que la reubicación del antiguo mercado de Tarqui ha influido de manera positiva, mientras que el 20% considera que les es indiferente debido a que existe mucho comercio y el traslado no ha sido tan lejos.

## 2.- ¿Han variado los precios de los productos con la reubicación?

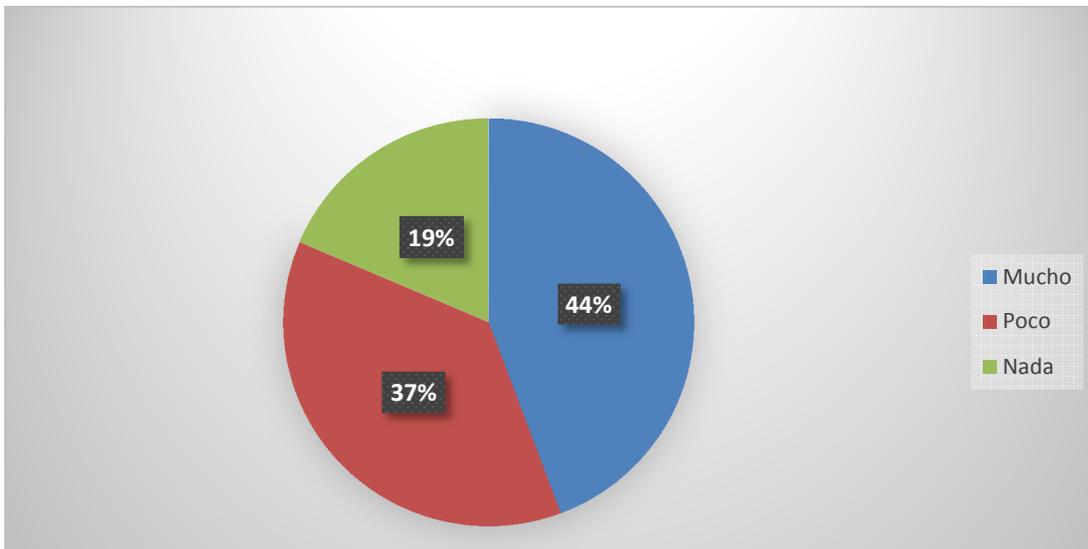
**Tabla 13**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Mucho	31	44%
Poco	26	37%
Nada	13	19%
Total:	70	100%

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijje*

**Gráfico N.13**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijje*

**Análisis e interpretación de resultados:** De acuerdo al resultado del gráfico 13, se puede observar que el 44% de los usuarios, compradores a los cuales se les aplicó la encuesta consideran que la reubicación del antiguo mercado de Tarqui ha influido en el valor de los productos, mientras que el 37% considera que es poco y el restante 19% que no han variado. Este resultado permite apreciar un nivel de inconformidad en cuanto a costos por parte de los usuarios del Nuevo Tarqui.

**3.- ¿Considera usted que existe mayor comodidad en este nuevo sector para comprar productos?**

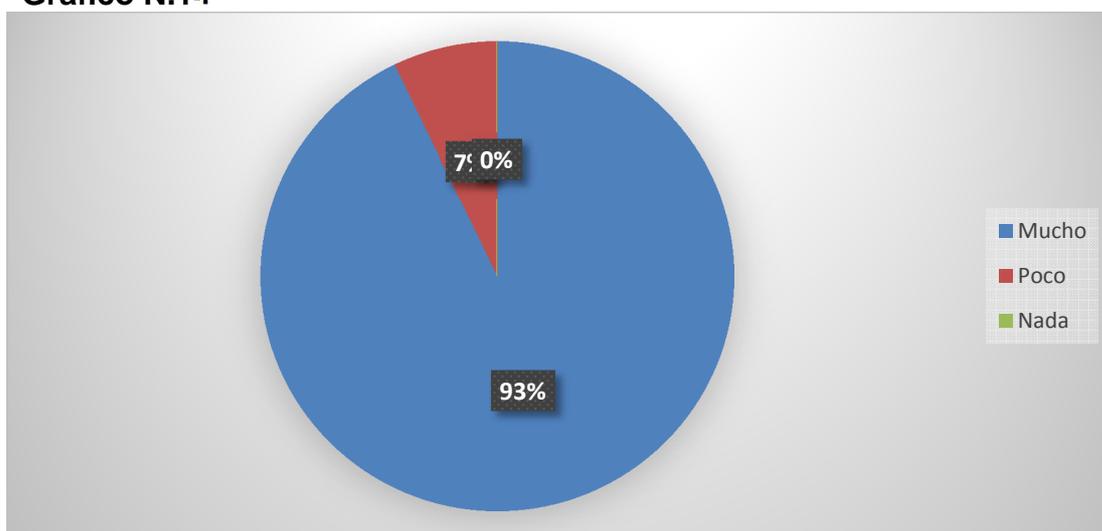
**Tabla 14**

<b>Respuestas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentajes</b>
Mucho	65	93%
Poco	5	7%
Nada	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.14**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e interpretación de resultados:** Referente a los resultados del gráfico 14, el 93% de los usuarios encuestados responden que mayor comodidad en este nuevo sector para comprar, mientras que el 7% manifiesta que es poco. Es importante considerar la ubicación de los comerciantes para determinar la afluencia de compradores, pues existen locales que son poco frecuentados debido a que las personas no conocen su ubicación.

#### 4.- ¿Considera usted que existe mayor comodidad en este nuevo sector para transitar?

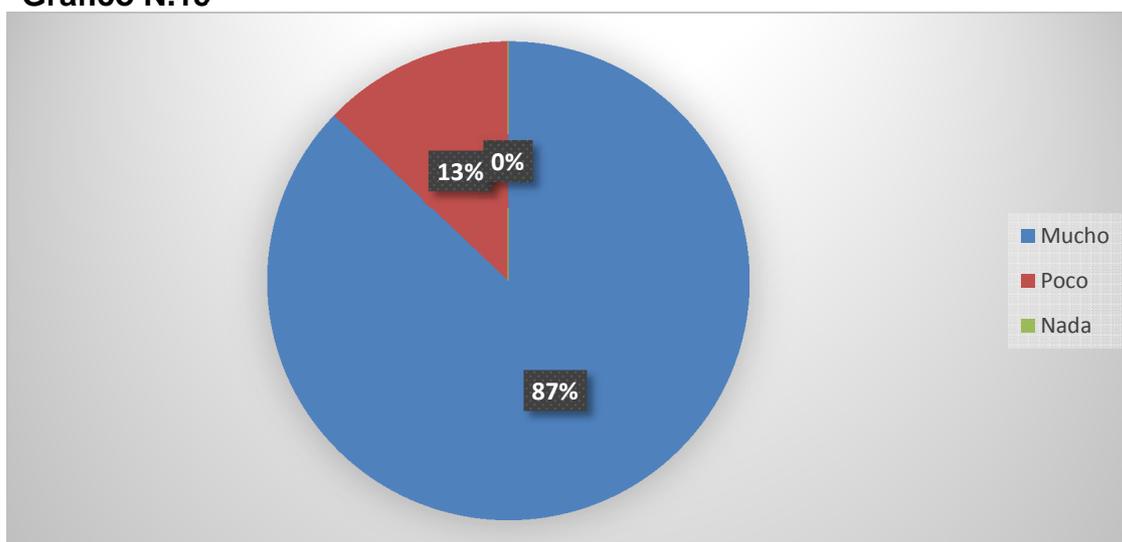
**Tabla 15**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Mucho	61	87%
Poco	9	13%
Nada	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.15**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e interpretación de resultados:** El 87% de los usuarios a los cuales se les aplicó el formulario de encuesta, responden que consideran que existe mayor comodidad en este nuevo sector para transitar en la zona comercial Nuevo Tarqui, mientras que el 13% responde que es poco. Los usuarios encuentran mejor el tránsito no solo peatonal sino vehicular en comparación con el antiguo mercado de Tarqui.

**5.- ¿Asiste regularmente al nuevo mercado de Tarqui en comparación al antiguo mercado?**

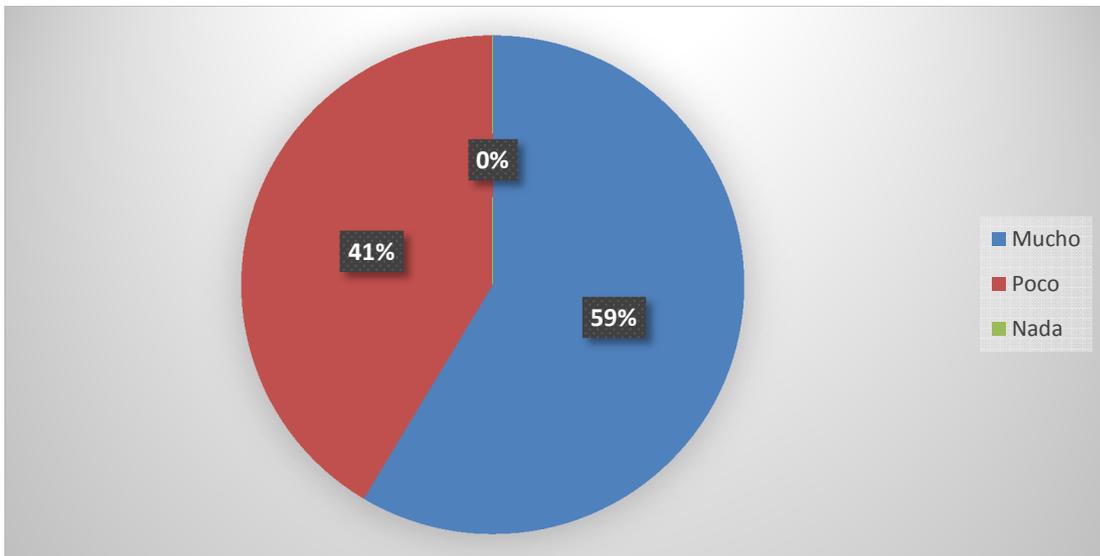
**Tabla 16**

<b>Respuestas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentajes</b>
Mucho	41	59%
Poco	29	41%
Nada	0	0%
<b>Total:</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Gráfico N.16**



*Fuente: Comerciantes reubicados en el Nuevo Tarqui*

*Autor: Ing. Jefferson Triviño Quijije*

**Análisis e Interpretación de resultados:** Con los datos que arroja el gráfico 16, se puede evidenciar que el 59% de los usuarios encuestados consideran que asiste con la misma regularidad al nuevo mercado de Tarqui en comparación al antiguo mercado, mientras que el 41% responde que poco.

## Áreas por actividad comercial en antiguo Tarqui

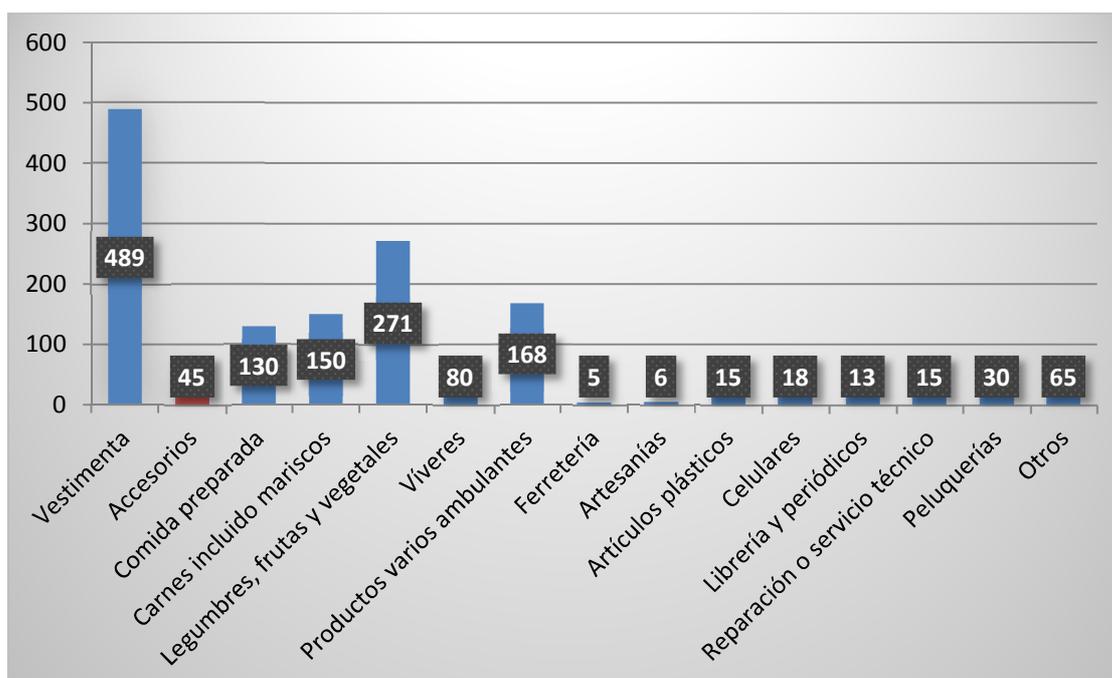
**Tabla 17**

<b>Respuestas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentajes</b>
Vestimenta	489	33%
Accesorios	45	3%
Comida preparada	130	9%
Carnes incluido mariscos	150	10%
Legumbres, frutas y vegetales	271	18%
Viveres	80	5%
Productos varios ambulantes	168	11%
Ferretería	5	0,2%
Artesanías	6	0,4%
Artículos plásticos	15	1%
Celulares	18	1,2%
Librerías y periódicos	13	0,8%
Reparación o servicio técnico	15	1%
Peluquerías	30	2%
Otros	65	4,3%
<b>Total:</b>	<b>1500</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Recuperado del Censo realizado por el municipio que descansan en los archivos del departamento de Subdirección y Desarrollo de Emprendimiento del Municipio, 2016.*

*Autor: GAD-Manta*

**Gráfico N.17**



*Fuente: Recuperado del Censo realizado por el municipio que descansan en los archivos del departamento de Subdirección y Desarrollo de Emprendimiento del Municipio, 2016. Autor: GAD-Manta*

**Análisis e Interpretación de resultados:** Con los datos que arroja el gráfico y tabla 17, se puede evidenciar que según Censo realizado por el municipio que descansan en los archivos del departamento de Subdirección y Desarrollo de Emprendimiento del Municipio en el año 2016, existían aproximadamente 1500 comerciantes (formales e informales) en diferentes actividades, estableciéndose en el mismo censo que las actividades comerciales mayoritarias eran: vestimenta, comidas preparadas, carnes y mariscos, legumbres frutas y vegetales, productos varios ambulantes entre otros. Es decir, era una gama de actividades diversas que permitían a los usuarios tener a la mano todos estos servicios en un solo lugar pero en contraposición existía el desorden y la insalubridad, además de la inseguridad.

### Áreas por actividad comercial en el Nuevo Tarqui

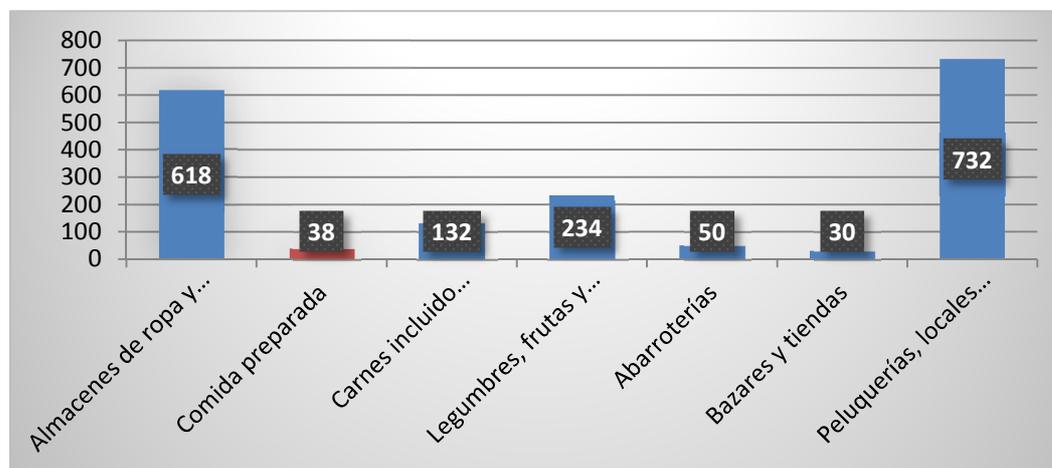
**Tabla 18**

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Almacenes de ropa y zapatos	618	33%
Comida preparada	38	2%
Carnes incluido mariscos	132	7%
Legumbres, frutas y vegetales	234	13%
Abarroterías	50	3%
Bazares y tiendas	30	2%
Peluquerías, locales electrónicos y otros	732	40%
<b>Total:</b>	<b>1834</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Recuperado del Censo realizado por el municipio que descansan en los archivos del departamento de Subdirección y Desarrollo de Emprendimiento del Municipio, 2018.*

*Autor: GAD-Manta*

**Gráfico N.18**



*Fuente: Recuperado del Censo realizado por el municipio que descansan en los archivos del departamento de*

**Análisis e Interpretación de resultados:** Con los datos que arroja el gráfico y tabla 18, se puede evidenciar que, en la distribución de locales por actividad comercial, se organizaron en 1834 locales a los almacenes de ropa y zapatos, comidas preparadas, carnes y mariscos, legumbres frutas y vegetales, abarroterías, bazares y tiendas además de otras actividades comerciales como peluquerías, electrónicos, artesanías, servicio técnico y otros. En comparación con el censo anterior, algunas actividades se redujeron y otras se incrementaron, como es el caso de comedores, carnes y mariscos, legumbres y frutas (que se disminuyó) debido a que muchos de estos sectores realizaban su actividad de manera irregular.

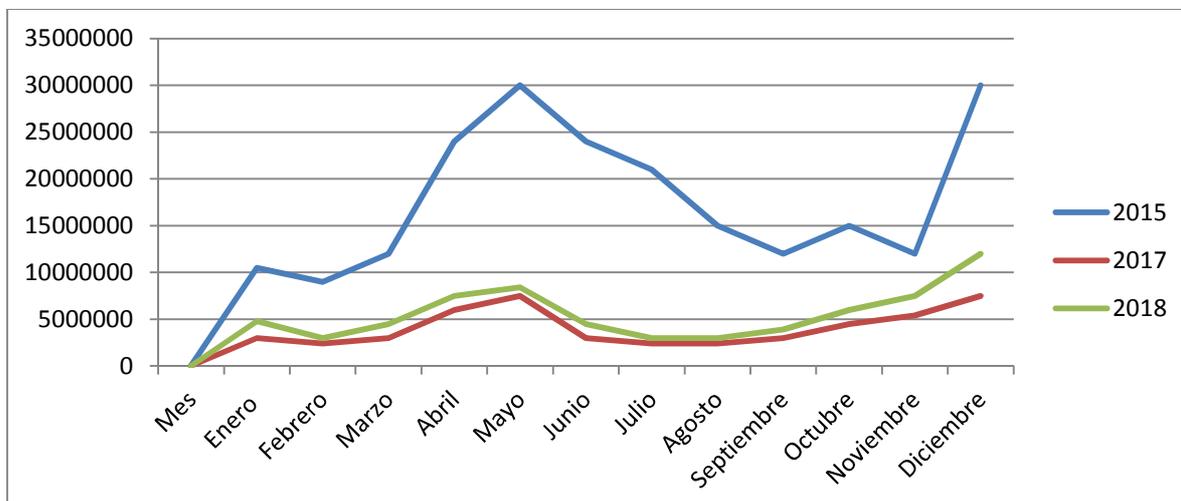
### Movimiento económico en los años 2015, 2017, 2018

**Tabla 19**

Mes	2015	2017	2018
Enero	\$10.500.000,00	\$3.000.000,00	\$4.800.000,00
Febrero	\$9.000.000,00	\$2.400.000,00	\$3.000.000,00
Marzo	\$12.000.000,00	\$3.000.000,00	\$4.500.000,00
Abril	\$24.000.000,00	\$6.000.000,00	\$7.500.000,00
Mayo	\$30.000.000,00	\$7.500.000,00	\$8.400.000,00
Junio	\$24.000.000,00	\$3.000.000,00	\$4.500.000,00
Julio	\$21.000.000,00	\$2.400.000,00	\$3.000.000,00
Agosto	\$15.000.000,00	\$2.400.000,00	\$3.000.000,00
Septiembre	\$12.000.000,00	\$3.000.000,00	\$3.900.000,00
Octubre	\$15.000.000,00	\$4.500.000,00	\$6.000.000,00
Noviembre	\$12.000.000,00	\$5.400.000,00	\$7.500.000,00
Diciembre	\$30.000.000,00	\$7.500.000,00	\$12.000.000,00

Fuente: Diario El Comercio

**Gráfico 19**



*Fuente: Diario El Comercio*

**Análisis e interpretación de resultados.** - Según el diario El Comercio (2016) el comercio de esta zona movía \$300.000 y \$400.000 diarios y llegaba a \$1`000.000 diarios al inicio de clases. Se establece el movimiento económico mensual que tenía el antiguo Tarqui, el mismo que, una vez reubicados en el Nuevo Tarqui, se vieron reducidos en un 71,5% durante el año 2017, teniendo un relativo incremento durante el año 2018 lo cual permite apreciar un limitado desarrollo socioeconómico de los comerciantes.

### **3.3. Discusión**

Una vez analizado de manera cuantitativa los resultados de la encuesta aplicada tanto a los comerciantes reubicados en la zona comercial Nuevo Tarqui, así como a los usuarios del mismo, se puede establecer que, en relación al objetivo No 1 que menciona realizar un diagnóstico de los efectos que ocasionó la reubicación en el sector Nuevo Tarqui en la economía de los comerciantes, estos manifiestan que la reubicación, obligada por el terremoto del 16 de Abril 2016, ha sido negativa para su negocio (pregunta 1: 80%) y le han significado además reducción en sus ventas (pregunta 2: 80%) provocando además poca y nula satisfacción (pregunta 7: 54% 33%) debido también a la caída de sus ingresos (pregunta 8 y 9) de manera sustancial.

De igual manera se pudo constatar que los comerciantes tuvieron apoyo en mayor proporción de la banca privada y en menor proporción de la banca pública (pregunta 4). En este aspecto surgen los créditos informales (chulquero) que puso en riesgo a muchos comerciantes debido a sus altos porcentajes pero que eran proporcionados sin los trámites engorrosos de la banca, a los que recurrieron debido a la premura de recursos. De acuerdo con el censo realizado por el GAD-Manta antes del terremoto, existían aproximadamente 1500 comerciantes en diferentes actividades comerciales (Tabla 18). En el sector comercial Nuevo Tarqui se instalaron 1834 comerciantes disminuyendo algunas de las actividades e incrementando otras. Disminuyeron comedores, carnes y mariscos, legumbres y frutas y se incrementaron las actividades de ropa y zapatos (Tabla 17) A pesar de estas opiniones, en el Nuevo Tarqui cuentan con mejor situación sanitaria que la que tenían en el antiguo Tarqui.

.

En lo que respecta al objetivo No 2, Establecer la relación entre las condiciones económicas y las ventas, se define que las ventas han disminuido (pregunta 2: 80%) debido a que la afluencia de compradores es menor en relación con las condiciones antes del terremoto del 16 de abril del 2016, aunque los comerciantes consideran que es necesario atraer a los usuarios, pero afirman que no cuentan con el apoyo municipal (pregunta 5, 6)

En cuanto al objetivo 3, Identificar criterios acerca de los beneficios del Centro Comercial Nuevo Tarqui de los usuarios, se puede establecer que los usuarios tienen la percepción de que la reubicación ha sido positiva (pregunta 1, encuesta a usuarios, 80%) a pesar de que la misma ha influenciado en los precios de productos que se han visto incrementados (pregunta 2, encuesta a usuarios, 80%) manifestando además que en el Nuevo Tarqui existe mayor comodidad para comprar y para transitar, lo que no ocurría en el antiguo Tarqui.

Es importante tener en cuenta que “En muchos casos, estos trabajos en comercios son desempeñados por una creciente fuerza laboral femenina, adolescente, de la tercera edad y de personas que requieren oportunidades con un nivel de entrada inicial más flexible”. (Peña, 2017)

## Conclusiones

Luego de obtener los resultados, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Existe un impacto socioeconómico en los comerciantes reubicados por efecto del terremoto del 16A debido a que ha sido negativa para su negocio debido también a la caída de sus ingresos de manera sustancial y le han significado además reducción en sus ventas provocando además poca y nula satisfacción. A pesar de estas opiniones, en el Nuevo Tarqui cuentan con una mejor organización con la que tenían en el antiguo Tarqui.
- Las ventas disminuyeron un 71% en el período 2017 y 54,3% en el 2018 debido a que la afluencia de compradores es menor en relación antes del terremoto del 16A limitando con ello su desarrollo socioeconómico, aunque los comerciantes consideran que es necesario atraer a los usuarios a pesar de que no cuentan con el apoyo municipal.
- Los usuarios tienen la percepción de que la reubicación ha sido positiva a pesar de que la misma ha influenciado en los precios de productos manifestando además que existe mayor comodidad para comprar y para transitar.

## Recomendaciones

Con las conclusiones a las que se ha llegado, se pueden establecer las siguientes recomendaciones:

- 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 se constató que su extrema negatividad por tener los mismos ingresos como los tenían antes los ha llevado a ver sólo su situación negativa sin tener en cuenta los aspectos positivos que tienen a la mano.
- Se recomienda establecer un sistema de regulación de los precios de los productos, que se vendan en el centro de comercialización, de acuerdo con los precios establecidos a Nivel Nacional con lo cual se promueve que no exista competencia desleal entre los comerciantes, con la intención de acaparar más clientes mejorando las ventas y logrando con ello el desarrollo socioeconómico deseado, recordando la ley de la oferta y la demanda.
- Implementar estrategias de ventas mediante el aumento de publicidad, programas a realizar dentro de la zona y más atractivos para la salida de sus respectivas mercaderías debido a que se quedan estancados y no se aprecia variedad, logrando por medio de estos incentivos reactivar esta gran zona con tanto potencial fomentando la visita a este centro de comercialización, debido a que Manta, por ser destino turístico, apoyará a ambos sectores de la economía de la ciudad.

## Bibliografía

- Abad, V. (2017). *Imperfecciones del mercado informal en el cantón Babahoyo*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1930/1/TUBECO003-2015.pdf>
- Alvarado, G. (2016). *El comercio Internacional*. Obtenido de <https://www.gandhi.com.mx/comercio-internacional-9>
- Asamblea Nacional. (sf). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Astudillo, S. (2018). *Enfermedades catastróficas, huérfana o raras en el Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8765/1/UDLA-EC-TPE-2018-05.pdf>
- Berry, A. (2017). *Reflexiones sobre la utilizad de la Economía en la sociedad moderna*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/229559271.pdf>
- Cabrales, J. (2015). *Factores asociados a ansiedad y desesperanza en pacientes con enfermedad renal crónica*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17906/1/T-UCE-0007-CPS-097.pdf>
- Cañarte, K., & Santana, k. (2018). *Los efectos socioeconómicos de la reubicación de los comerciantes del centro comercial municipal de Porotviejo*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/1538/1/ULEAM-ECO-0025.pdf>
- Cárdenas, M. (2018). *Efectos de la reubicación de los comerciantes minoristas de la Unión de Asociaciones "Floresmilo Mendoza Catagua" de Tarqui y su incidencia económica*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/40/1/ULEAM-ADM-0008.pdf>
- Casanova, C. (2017). *El crédito elemento clave en el crecimiento productivo de las Pymes en la zona cero de Manta*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21616/1/TT%20CASANOVA%20Z%20C%20E.pdf>
- Cedeño, K., & Rodríguez, D. (2019). *Análisis del impacto del plan de reconstrucción y reactivación post terremoto en el desarrollo económico de la provincia de Manabí*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13917/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-291.pdf>
- Chanda, R. (2019). *Por un concepto de servicios inclusivo: el papel de las políticas nacionales complementarias*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/04\\_wtr19\\_3\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/04_wtr19_3_s.pdf)
- Elizalde, M. (2017). *Las medidas comerciales multilaterales para la protección del medio ambiente y el sistema multilateral de comercio*. Obtenido de <http://ru.juridicas.unam.mx/xmlui/handle/123456789/11462>
- Fischer, Dornbusch, & Schamalensee. (2016). *Concepto de Economía*. Obtenido de <http://economiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>
- GAD-Manta. (sf). *Legislación local*. Obtenido de <https://manta.gob.ec/>
- García, A. (2019). *Estrategias post catástrofe para la rehabilitación de la Zona 0, Tarqui, Manta, Manabí*. Obtenido de <file:///C:/Users/User/Downloads/T-UCE-0001-ARQ-220.pdf>
- Goicovich, F. (2016). *Un escenario para dos actores: comercio formal e informal*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/296694796\\_Un\\_escenario\\_para\\_dos\\_actores\\_comercio\\_formal\\_e\\_informal\\_la\\_doble\\_articulacion\\_de\\_la\\_justicia\\_Santiago\\_de\\_Chile\\_1796-1797](https://www.researchgate.net/publication/296694796_Un_escenario_para_dos_actores_comercio_formal_e_informal_la_doble_articulacion_de_la_justicia_Santiago_de_Chile_1796-1797)
- Hernandez, A. (2016). *Manual de introducción a la Economía*. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2018-II/MANUALES/INTRODUCCION%20A%20LA%20ECONOMIA.pdf>
- Ibarra, CH. (2011). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 15 de 12 de 2015, de Metodología de la investigación:

- <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- IGEPN. (2016). *Informe de sismos-2016*. Obtenido de <https://www.igepn.edu.ec/>
- INEC. (2015). *Censo 2010*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Juárez, G. R. (2015). El abordaje familiar en el contexto de la discapacidad. Algunas consideraciones para establecer relaciones entre el personal de salud y la familia del paciente. *Mediagraphic*.
- Leyva, E. (2017). *La importancia de la economía en los negocios*. Obtenido de <https://contexto.udlap.mx/la-importancia-de-la-economia-en-los-negocios/>
- Loor, A., & Stacey, D. (2018). *Elaboración de un plan de recuperación económica para el sector comercial afectado por el terremoto de la ciudad de Manta*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6248/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-272.pdf>
- López, & Gentile. (2017). *Indicadores socioeconómicos*. Mexico: Reverte.
- Mankie, G. (2016). *Concepto de Economía*. Obtenido de <http://economiaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>
- Mendoza, S. (2018). *La importancia del comercio internacional en Latinoamérica*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/14/comercio-latinoamerica.html>
- Mera, E. (2017). *Diagnóstico del impacto socioeconómico de comerciantes reubicados*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2021/1/ULEAM-ECO-0032.pdf>
- Navas, W. (2016). *Trastornos de ansiedad: revisión dirigida para atención primaria*. Obtenido de <https://www.binasss.sa.cr/revistas/rmcc/604/art11.pdf>
- Olivera, J. (2018). *Fundamentos de economía*. Obtenido de [https://play.google.com/store/books/details/Fundamentos\\_de\\_Econom%C3%ADa?id=aSfODAAAQBAJ&hl=es\\_NI](https://play.google.com/store/books/details/Fundamentos_de_Econom%C3%ADa?id=aSfODAAAQBAJ&hl=es_NI)
- Parrado, F. (2016). *Ansiedad (aspectos conceptuales) y trastornos de ansiedad en niños y adolescentes*. Obtenido de [http://www.paidopsiquiatria.cat/archivos/Trastornos\\_Ansiedad\\_0\\_07-09\\_M2.pdf](http://www.paidopsiquiatria.cat/archivos/Trastornos_Ansiedad_0_07-09_M2.pdf)
- Peña, D. (2017). *La economía y efectos socioeconómicos*. Mexico: UNAM.
- Ramírez, G. (2016). *Indicadores socioeconómicos: qué medir, para qué medir, para quién medir*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=25895#:~:text=La%20gran%20mayor%C3%ADa%20de%20los,e%20inversi%C3%B3n%2C%20consumo%2C%20productividad.>
- Reconstruyo. (2017). *Nuevo Tarqui*. Obtenido de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/nuevo-tarqui-avanza-a-paso-firme/>
- Registro Oficial. (sf). *Código Orgánico de Organización Territorial -COOTAD*. Obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP\\_Anexos/Lit\\_A/lit\\_a2/2\\_codigo\\_organico\\_de\\_organizacion\\_territorial\\_autonomia\\_y\\_descentralizacion\\_29\\_12\\_17.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_Anexos/Lit_A/lit_a2/2_codigo_organico_de_organizacion_territorial_autonomia_y_descentralizacion_29_12_17.pdf)
- Samuelson, & Nordhaus. (2016). *Concepto de Economía*. Obtenido de <http://economiaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>
- SEPS. (sf). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a#:~:text=%2D%20Para%20efectos%20de%20la%20presente,biens%20y%20servicios%2C%20>
- Taylor, A., & Feenstra, R. (2017). *Comercio Intenracional*. Obtenido de

<https://www.marcialpons.es/media/pdf/comerciointernacional.pdf>  
Vargas, P., & Sánchez, K. (2017). *El comercio informal y sus efectos en el desarrollo de actividades formales de emprendimiento en la parroquia Virgen de Fátima*.  
Obtenido de  
<http://201.159.222.36/bitstream/123456789/832/3/EL%20COMERCIO%20INFORMAL%20Y%20SUS%20EFECTOS%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DE%20ACTIVIDADES%20FORMALES%20DE%20EMPRENDIMIENTO%20EN%20LA%20PARROQUIA%20VIRGEN%20DE%20F%C3%81TIMA-KM-26.pdf>

**ANEXOS**  
**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**ENCUESTA REALIZADAS A LOS COMERCIANTES DEL SECTOR NUEVO  
TARQUI.**

**1. ¿De qué manera ha influido en su vida cotidiana, la reubicación de su negocio del mercado de Tarqui?**

- Positiva
- Negativa
- Indiferente

**2. ¿Qué resultados, en función de las ventas en el período 2017 y 2018, ha generado para usted como comerciante, la reubicación de su local?**

- Mayores ventas
- Menores ventas
- Igual nivel de venta

**3. La afluencia de compradores en el período 2017 y 2018 en su negocio fue:**

- Igual antes del 16A
- Menor a antes del 16A
- Mayor a antes del 16A

**4. De las siguientes alternativas especifique de quien ha recibido créditos**

- Banca pública
- Banca privada
- Créditos informales

**5. ¿Considera usted que el GAD Municipal les está acompañando en esta transición?**

- Mucho
- Poco
- Nada

**6. Bajo su criterio ¿Considera que se han tomado las suficientes medidas de apoyo para los comerciantes de este sector tan vulnerable?**

Mucho

Poco

Nada

**7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción ante esta nueva ubicación?**

Muy satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

**8. ¿Cuál era el promedio de ingresos diarios en Tarqui?**

Entre 3\$ y 50\$

Entre 50\$ y 150\$

Más de 150\$

**9. ¿Cuál era nivel de ingreso en el período 2017 y 2018?**

Entre 3\$ y 50\$

Entre 50\$ y 150\$

Más de 150\$

**10. ¿Tenían acceso a servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, recolección de desechos sólidos) de forma regular en el antiguo Mercado de Tarqui?**

Siempre

A veces

Nunca

**11. ¿Tienen acceso a servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, recolección de desechos sólidos) de forma regular en Nuevo Tarqui?**

Siempre

A veces

Nunca

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

**1. ¿La reubicación del mercado de Tarqui posterior al 16 A de qué manera afectó a los consumidores?**

Positiva

Negativa

Indiferente

**2. ¿En función de consumo, cree usted que han variado los precios de los productos con la reubicación?**

Mucho

Poco

Nada

**3. ¿Existe mayor comodidad en este nuevo sector para efectuar compras?**

Mucho

Poco

Nada

**4. ¿Considera usted que existe mayor comodidad en este nuevo sector para transitar?**

Mucho

Poco

Nada

**5. ¿Asiste con la misma regularidad al nuevo mercado de Tarqui en comparación al antiguo mercado?**

Mucho

Poco

Nada