

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y  
COMERCIO**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título de investigación:**

Plazas comerciales y sus efectos económicos en el desarrollo local en Ecuador

**Autor:**

Ginger Silvia Intriago Pazmiño

**Tutor:**

Ing. Evelyn Dyann Cano Lara

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2025

 <b>Uleam</b> <small>UNIVERSIDAD LAICA  ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A).</b>	<b>CÓDIGO: PAT-04-  F-004</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE  ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD  DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	<b>REVISIÓN: 1</b> Página 1 de 1

### **CERTIFICACIÓN**

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Administración de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante GINGER SILVIA INTRIAGO PAZMIÑO, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de empresas, período académico 2025-1, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es “PLAZAS COMERCIALES Y SUS EFECTOS ECONÓMICOS EN EL DESARROLLO LOCAL EN ECUADOR”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 22 de julio de 2025.

Lo certifico,



Ing. Evelyn Cano Lara, PhD.  
**Docente Tutor(a)**

**Área: Administración de empresas**



# GINGER INTRIAGO ARTÍCULO

2%  
Textos sospechosos



< 1% **Similitudes**  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas  
2% **Idiomas no reconocidos**

Nombre del documento: GINGER INTRIAGO ARTÍCULO.docx  
ID del documento: f7cc3e0cdea50a06162a98b99659a73a38028e00  
Tamaño del documento original: 877,31 kB

Depositante: Evelyn Cano Lara  
Fecha de depósito: 22/7/2025  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 22/7/2025

Número de palabras: 7517  
Número de caracteres: 49.610

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Documento de otro usuario</b> #47c3eb Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
2	<b>lbbnrd.org</b>   Identificando oportunidades de inversión con impacto positivo en la ... <a href="https://lbbnrd.org/identificando-oportunidades-de-inversion-con-impacto-positivo-en-la-com...">https://lbbnrd.org/identificando-oportunidades-de-inversion-con-impacto-positivo-en-la-com...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
3	<b>Documento de otro usuario</b> #3a0d01 Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

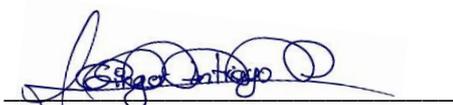
## Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.instagram.com/laquadraec?igsh=Y3U0dm1ndmk0dmVn>
- <https://laquadra.com.ec/locales-manta/>
- <https://www.instagram.com/badaraccoplaza?igsh=MXN2bG5xa21xcXjycw>
- <https://www.facebook.com/share/15cn6yxchd/>
- <https://www.instagram.com/plaza.vidamar1?igsh=MXjibnA3ZjZicXdlZQ>

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, GINGER SILVIA INTRIAGO PAZMIÑO, con cédula de identidad N°0929164275, declaro que el presente trabajo de titulación: **“PLAZAS COMERCIALES Y SUS EFECTOS ECONÓMICOS EN EL DESARROLLO LOCAL EN ECUADOR”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



**Ginger Silvia Intriago Pazmiño**  
**C.I.: 0929164275**  
**E-mail: e0929164275@live.ulead.edu.ec**  
**Telf: 0999907430**

## APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: **“PLAZA COMERCIALES Y SUS EFECTOS ECONÓMICOS EN EL DESARROLLO LOCAL EN ECUADOR”**, elaborado por la egresada **INTRIAGO PAZMIÑO GINGER SILVIA**, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

**Por constancias firman:**



---

Presidenta del tribunal  
Ing. Zambrano María



---

Miembro del tribunal  
Ecn. Heredia Génesis



---

Miembro del tribunal  
Ing. Morante José

## DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y refugio en los momentos más difíciles. Por cada amanecer que me dio esperanza y por cada lágrima que se convirtió en aprendizaje. Todo lo que soy y todo lo que logro se lo debo a su amor infinito, que nunca me abandona.

A mi madre, Silvia Pazmiño, una mujer valiente que, a pesar de haber sido madre muy joven, nos ha criado con amor, esfuerzo y dedicación, enseñándonos a ser personas de bien y a luchar por nuestros sueños. Tus palabras y tu ejemplo me impulsan cada día a no rendirme y a creer siempre en mí.

A mi padre, Loberty Intriago, un hombre que se ha ganado la vida honradamente, trabajando de sol a sol, y que me enseñó que todo se puede lograr con paciencia, esfuerzo y dedicación. Gracias por tu sacrificio y tu ejemplo; este logro también es tuyo, porque hoy estoy cumpliendo una meta más gracias a ti.

A mis hermanos, Ariel, Roger y Scarlett, por su apoyo incondicional, sus palabras de aliento y su compañía en cada paso. Este logro también se los dedico a ustedes, como reflejo de que los sueños se cumplen con disciplina, esfuerzo y corazón.

A Luis Llamuca, mi confidente y compañero dentro de la universidad, gracias por caminar a mi lado durante este proceso académico, por compartir desafíos, risas y aprendizajes. Lo que empezó como una amistad se convirtió en un apoyo invaluable, y espero que todos nuestros logros futuros sigan creciendo juntos, de la mano, como hasta ahora.

A Kevin Bravo y Andrea Anchundia, amistades sinceras que se han ganado un lugar imborrable en mi corazón. Y a todo mi curso Octavo A, con quienes compartí risas, desafíos y aprendizajes. Estos recuerdos quedarán grabados en mi memoria, y gracias por su apoyo y compañía; nunca los olvidaré.

Finalmente, y, sobre todo, me lo dedico a mí misma. Por cada madrugada de estudio, cada lágrima silenciosa y cada momento en que pensé que no podía más. Por no rendirme, por seguir adelante y dar siempre lo mejor de mí, porque esta carrera me apasiona y deseo ejercerla con orgullo. Hoy, con el corazón lleno de gratitud y fuerza, puedo decir: lo logré.

## **RECONOCIMIENTO**

Quiero expresar mi más sincero reconocimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por ser el espacio donde he podido crecer académica y personalmente, y por ofrecerme las herramientas necesarias para enfrentar con éxito este proceso.

Agradezco profundamente a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes, con su compromiso, dedicación y pasión por la enseñanza, han enriquecido mi formación profesional y me han inspirado a superarme cada día.

De manera especial, reconozco a mi tutora, Ing. Evelyn Cano, por su paciencia, apoyo constante y valiosos consejos durante la realización de este trabajo. Su guía ha sido fundamental para alcanzar la calidad y el compromiso que este proyecto requiere.

Este reconocimiento está dedicado a todos ellos, quienes han sido parte esencial de este logro y han dejado una huella imborrable en mi vida académica y personal, motivándome siempre a seguir aprendiendo y creciendo.

## **RESUMEN**

El presente estudio analiza como las plazas comerciales, influyen en el desarrollo económico local de la ciudad de Manta en Ecuador. El objetivo del artículo es estudiar cómo la plaza comercial contribuye a la generación de empleo y la inversión de las comunidades que las rodean. Se utilizó una metodología con un enfoque cualitativo y cuantitativo mediante encuestas a los propietarios de negocios de las plazas comerciales, encuestas a los comerciantes aledaños y entrevistas a funcionarios del GAD Manta, para obtener una visión general del estudio. Los resultados muestran que el 75,80% de los negocios en plazas comerciales reportan un incremento en las ventas y un 65,40% perciben un aumento en la afluencia de clientes, evidenciando que las plazas fomentan la actividad comercial y la competitividad. Además, cerca del 48,90% de los negocios aledaños han generado nuevos empleos, y el 93,60% de estos reportan aumentos en ventas. Mientras que las percepciones de los comerciantes y funcionarios muestran que las plazas comerciales ayudan a la modernización urbana, diversificación económica e impulso del turismo; aunque también se enfrentan a desafíos como: la competencia con pequeños negocios e inseguridad. Se concluye que las plazas comerciales favorecen el crecimiento económico, el empleo y la inversión local, pero su potencial puede transformarse en realidad mediante regulaciones y estrategias de integración entre los actores económicos, garantizando que el desarrollo urbano de Manta sea sostenible y equitativo.

### **PALABRAS CLAVE:**

Plazas comerciales

Desarrollo local

Impacto económico

Empleo

Inversión

## **ABSTRACT**

This study analyzes how shopping malls influence local economic development in the city of Manta, Ecuador. The objective of the article is to study how shopping malls contribute to job creation and investment in the surrounding communities. A qualitative and quantitative methodology was used, involving surveys of shopping mall business owners, surveys of nearby merchants, and interviews with officials from the Manta Local Government, to obtain an overview of the study. The results show that 75.80% of businesses in shopping malls report an increase in sales and 65.40% perceive an increase in customer traffic, demonstrating that malls promote commercial activity and competitiveness. In addition, nearly 48.90% of surrounding businesses have generated new jobs, and 93.60% of these report increases in sales. Meanwhile, the perceptions of merchants and officials show that shopping malls contribute to urban modernization, economic diversification, and tourism promotion, although they also face challenges such as competition with small businesses and insecurity. It is concluded that shopping malls favor economic growth, employment, and local investment, but their potential can be realized through regulations and integration strategies among economic actors, ensuring that Manta's urban development is sustainable and equitable.

### **KEYWORDS:**

Commercial plazas

Local development

Economic impact

Employment

Investment

## INTRODUCCIÓN

La actividad comercial ha sido históricamente uno de los pilares del desarrollo de las ciudades. La mayoría de los asentamientos urbanos han surgido a partir de las demandas e intereses comerciales, las transacciones, el comercio y el trueque de diversos artículos de consumo. El comercio ha sido y es una de las actividades que ha dado mayor sentido al espacio público urbano, ya que ha llegado a considerarse como una actividad completamente pública, a pesar de ser un acto entre privados, que dota a los sitios de determinados significados, así como de prácticas (Catalán, 2020).

Por lo tanto, la economía del mundo ha tenido una connotación primordial en este crecimiento del país. De acuerdo con Cárdenas (2018), todos los que deben intervenir por iniciativa propia, para crear la estructura establecida en un espacio, donde acude la demanda por aquellos bienes y servicios se conoce como un comercio formal, por cuanto está sujeta a controles y normas emitidas por un organismo superior.

En el presente contexto, en Ecuador se encuentran ciudades que han dado paso a su transformación en cuanto a economía se refiere; tal es el caso de la ciudad de Cuenca situada al sur, su desarrollo no fue más allá de la materialización de algunas manzanas en torno a la plaza central; no obstante, a partir de mediados del siglo XX, dio inicio a un proceso acelerado de urbanización (Rodas et al., 2023).

Por otra parte, con este crecimiento económico se origina la actividad de la economía de la región, siendo en este caso el comercio, mediante la acción de algunos locales comerciales, como en Plaza Guayarte. Los elementos económicos escogidos para medir el impacto económico fueron el empleo y la generación de riqueza (Villalobos, 2019). El empleo juega un importante papel en la estrategia de desarrollo para un país dado que también es un factor determinante para su crecimiento. Además, es una fuente principal de ingresos de las familias, lo que es fundamental en el nivel de calidad de vida de los ecuatorianos y es un factor decisivo de estabilidad social.

Manta es una ciudad reconocida a nivel nacional, regional y mundial, pues tiene una actividad portuaria, comercial e industrial muy dinámica; además de ser destino de turistas locales y extranjeros con un promedio del 15% de los paseantes que entran al país, teniendo capacidad para albergar hasta 5.000 visitantes aproximadamente. Sin embargo, los indicadores de trabajo y empleo son alarmantes por la inestabilidad del país, las cifras presentan un desempleo de 4,2%, con tendencia creciente, y un empleo adecuado que ronda el 36%; el subempleo también con propensión creciente se encuentra aproximadamente en el 19,3%. Mientras que los sectores con mayor participación que favorecen la generación de empleo son: la agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura, además del sector comercial con un 19,6% (Loor et al., 2020).

Por otra parte, las plazas comerciales de la ciudad de Manta, juegan tanto desde el punto de vista social como económico, un papel muy predominante, ya que hoy en día son las que determinan el modo de vida de las personas, debido a

que no sólo se ofrece un espacio comercial, sino que actualmente también se oferta un espacio compartido por la gente que es utilizado a lo largo de todo el año. En este sentido, poseen un potencial dada su relación con el espacio público, en donde las personas los frecuentan desde primera hora por la mañana hasta la tarde-noche, siendo un indicador acerca de cómo hacer que los espacios públicos sean usados durante la mayor parte del día, por lo cual es necesario conocer sus dinámicas para poder presentar espacios de interacción centrados en el usuario, que suele abarcar todos los grupos de edades.

A medida que las necesidades de la sociedad han variado, también los centros comerciales, han ido evolucionado, en este sentido, existe una nueva tipología, la Plaza Comercial, en sí, constituida sobre todo por establecimientos orientados al ocio y al tiempo libre que conviven con la actividad comercial (Quiroz, 2022). Actualmente, el desarrollo y el crecimiento de la ciudad de Manta ha evolucionado en el cambio de industrias tanto a nivel nacional como internacional, en la economía y en el comercio, encontrándose en una fase de dar un nuevo paso de la mano de la edificación de infraestructuras como las plazas comerciales, el comercio y la actual dinámica económica de la Ciudad.

Es importante mencionar que en la ciudad de Manta, se encuentran una variedad de plazas comerciales que tienen infraestructura y administración pública y privada como lo son: Plaza la Quadra, plaza Aventura, Plaza del sol Manta, plaza Kai Ecuador, plaza 2000, Valhalla Plaza, Badaracco Plaza, plaza Beach, plaza la Costa, la Plazoleta, Palmetto Plaza, Vida Mar Plaza, plaza Forum, Plaza Forum Bussiness Center, Plaza San Marco, Centenario Plaza, Puerto Plaza, Queralt Plaza, Plaza Once, Plaza Jocay, Plaza ruta e15, Plaza Manta Centro, Plaza Manicentro, Plaza Other Level, Plaza Tarqui, Plaza Central, Plaza Oliva Miranda, Plaza Pasaje del café, Plaza Bellas Palmas.

El aumento del número de plazas en Ecuador a nivel nacional, en la búsqueda de la "ciudad de 15 minutos", ha significado un cambio importante en el comportamiento del consumidor y en la vida urbana del país. De este modo, la intensa urbanización de las localidades en los límites de ciudades más importantes del país ha propiciado la aparición de nuevos espacios de residencia y comerciales que a su vez garantizan la oferta de una serie de servicios básicos y de confort para muchas personas en estos espacios analizados.

Por otra parte, el deseo de contar con locales que garanticen la oferta de parqueaderos, han llevado a las plazas comerciales a convertirse en el establecimiento de los vínculos interpersonales y sociales en nueva realidad económica, pues este fenómeno no solo tiene implicaciones en un sector inmobiliario que avanza a pasos agigantados y prevé que se contemplen ingresos en otras actividades, sino también en cómo el establecimiento de este tipo de plazas comerciales contribuyen al desarrollo local; es decir, las plazas comerciales constituyen una forma de estimular la economía de las zonas donde se instalen, de generar puestos de trabajo y, a su vez, incidir en la mejora de la calidad de vida de las personas (primicias.ec, 2024).

La importancia de este estudio del efecto que las plazas comerciales ejercen en el desarrollo local no solo radica en que este tipo de espacios tiene una tendencia creciente en el Ecuador en los últimos años, sino por el propio hecho de entender que las plazas comerciales constituyen una forma alternativa de consumir y de ofrecer bienes y servicios, pues uno de los principales objetivos de las plazas comerciales consiste en captar inversiones, sean nacionales o extranjeras, que pueden suponer la existencia de puestos de trabajo en sus tiendas o en los servicios que ellas ofrecen, más el empleo indirecto de aquel que persigue la existencia de un trabajo.

El presente artículo, pretende establecer las relaciones entre el crecimiento de las plazas comerciales y la aparición de empleo y de inversión en las comunidades locales. En numerosas ocasiones, esas grandes edificaciones comerciales pueden ser vistas como una amenaza para los pequeños comerciantes, ya que se ven amenazados o perjudicados, sin embargo, también pueden traer consigo oportunidades de empleo o desarrollo de la economía de la zona. Esto requiere de un análisis en profundidad de la cuestión que generará el impacto de la plaza comercial como posible generador de empleo frente a la plaza comercial como competidor.

En este contexto, se plantea; ¿Cómo influyen las plazas comerciales en la generación de empleo y en la inversión local en las comunidades aledañas? Esta pregunta busca explorar tanto los efectos positivos como negativos de la presencia de plazas comerciales, evaluando su rol en la economía local. Para ello se revisarán diversos aspectos como; analizar cómo están relacionadas las plazas comerciales, con la generación de trabajo de otras pequeñas empresas situadas en la zona (bares, restaurantes, empresas de servicios y suministros, etc.); evaluar la creación de empleo directo e indirecto, que han generado las plazas comerciales en las localidades aledañas e investigar el efecto de las plazas comerciales en la inversión local (privada).

## **MARCO TEÓRICO**

### **Plaza Comercial**

La actividad mercantil ha sido, desde la antigua edad, una de las bases fundamentales en la constitución y en el desarrollo de todas las ciudades. La mayoría de los asentamientos urbanos nacieron por las necesidades e intereses comerciales, las transacciones, los intercambios y los verdaderos bienes de consumo. En este sentido, el comercio ha sido y es una actividad que otorga mucho sentido a los espacios públicos de la ciudad, pudiendo considerar, incluso, una actividad estrictamente pública a pesar de estar vinculada a un acto privado.

Esto se debe a que el comercio, entiende a los espacios como lugares dotados de determinados significados que, de alguna forma, aportan a la identidad y a la vitalidad de la ciudad (Rodas et al., 2023). Los cambios de necesidades sociales a lo largo del tiempo, el concepto y la estructura de los centros comerciales también han ido evolucionando. Hoy en día ya encontramos una nueva tipología conocida como Plaza Comercial, este tipo combina locales en la parte comercial de los establecimientos dedicados al ocio y al tiempo libre.

Los espacios comerciales tienen una importancia significativa en las ciudades, ya que, por ser lugares concurridos y completos en infraestructura, permiten que las personas puedan pasar todo el día allí. Estos espacios ofrecen una variedad de actividades diarias, desde realizar pagos de servicios hasta espacios de recreación y esparcimiento. Por ello, las plazas comerciales deben seguir transformándose en respuesta a la evolución social, adaptando tanto su programa de actividades como las características espaciales que requieren (Quiroz, 2022).

En este contexto, las plazas comerciales se definen como una agrupación espacial planificada de establecimientos comerciales detallistas. Estos pueden ser tradicionales y modernos; mientras que los tradicionales se relacionan con lugares donde se efectúan las transacciones de compraventa, las plazas comerciales modernas han sido diseñados de manera planificada para albergar tiendas destinadas a ventas al por menor (Crisóstomo y Ortiz, 2019). Al indicar que las plazas comerciales son entornos de comercio moderno, que cada vez ofrecen experiencias más recreativas y satisfactorias, con una constante evolución de su gestión competitiva, basada en la presencia de diversos factores capaces de afectar la intención de visita, muestra así, que se debe buscar todas las posibilidades de atraer a los clientes, incluso utilizando la tecnología (López y Ortigón, 2023). Entre tanto, la diversidad de los espacios comerciales en su evolución y diversificación lleva a considerar las caracterizaciones que poseen.

Respecto a las características que poseen las plazas comerciales, la Cámara de Comercio de España (2023), aporta algunas como:

- Se trata de un entorno urbano bien definido, con una selección atractiva y diversificada de tiendas, servicios y otras actividades asociadas.
- Cuenta con el respaldo de un acuerdo de colaboración público-privada, o existe un deseo real de establecer un acuerdo entre los numerosos actores implicados.
- Se ubica en un entorno urbano atractivo, accesible y confortable.

### **Desarrollo Económico Local**

En Latinoamérica, el desarrollo económico local es un tema analizado desde distintas perspectivas, donde inicia desde el análisis contextual crítico, con tendencia al acercamiento real de patrones de desarrollo trazados por los países, tal es el caso de los países latinoamericanos donde se generaron grandes desigualdades en la distribución del bienestar de pueblos con mayor dependencia económica, donde el enfoque de proyecciones y repercusiones del ámbito socioeconómico, son compuestos según posiciones auténticas y acciones de gobierno propias de cada país (Castillo y González, 2019; Proaño et al., 2019). Es imprescindible tener en cuenta, que el desarrollo de la economía ha tenido periodos de auge en muchos países latinoamericanos, como las contribuciones del estructuralismo, las críticas radicales que los teóricos de la dependencia hicieron a la sustitución de importaciones y sobre todo al reciente neo estructuralismo, que constituye ejemplos de un pensamiento económico autóctono (Rojas y Correa, 2020).

El desarrollo económico local implica el comportamiento de muchos agentes, como el sector público, privado y el gobierno, y no se limita a los actores locales, ya que los diversos entornos se ven influidos por variables y actores internacionales. En este sentido, los factores económicos en el desarrollo local en Ecuador, a través de las plazas comerciales pueden ser múltiples y bien diversos, ya que la plaza comercial puede llegar a ser un detonador de actividad económica, ocupación y apropiación del comercio en las localidades. Esto quiere decir, que las plazas comerciales pueden llevar a la recirculación de recursos, así como a potenciar la economía del sector privado (Chacha et al., 2019).

No obstante, existen efectos adversos que denotan la desigualdad entre el desarrollo económico local. Esta concentración del comercio en grandes superficies, por el contrario, causa un desplazamiento de los establecimientos comerciales tradicionales o informales que tumban la economía local y los caminos para la acción de los actores económicos más débiles. Es por ello que, a partir de una adecuada planificación y regulación, y de una economía ecológica en las plazas comerciales, se pueden maximizar sus efectos positivos, incluso en términos de infraestructura moderna, equipamientos adecuados y creación de microempresas en un marco de sustentabilidad. Por lo tanto, estos efectos se vinculan a la acción de diferentes actores como el sector público y el sector privado dentro del Plan Nacional de Desarrollo, dando cumplimiento así a la función de los objetivos de desarrollo sostenible (Chacha et al., 2019).

Esto significa, que las plazas comerciales no son únicamente espacios de interacción del intercambio comercial de productos y servicios, sino que también podrían servir como un instrumento del cual se puede hacer uso para alcanzar un desarrollo más inclusivo y sustentable, en la medida de que podrían lograr reducir desigualdades y aumentar indicadores sociales en los cantones del Ecuador (Chacha et al., 2019).

Con base a lo anterior, para que se produzca un crecimiento económico local, deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- Satisfacer las necesidades fundamentales de la población.
- Mejorar el empleo y las relaciones laborales
- Algunos ejemplos son la maquinaria, las herramientas y los equipos informáticos.
- Mejorar la distribución de ingresos
- Sustentabilidad ambiental
- Índice de desarrollo humano (IDH)
- Oferta de servicios con capacitaciones empresariales y tecnología (Chacha et al., 2019).

Por otra parte, el desarrollo local es un concepto que tiene varios significados, ya que se pueden analizar las etapas de este desarrollo desde muchas dimensiones. Una vez que se ha capacitado a un territorio o a la comunidad local, el propósito es llegar a su desarrollo. Para trabajar de forma multidimensional el

proceso de desarrollo local, hay que estudiar primero cuáles son las dimensiones que permiten configurarlo teniendo en cuenta las dinámicas que se producen. Para analizar cómo los territorios llegan a su crecimiento y sostenibilidad se tendrán que estudiar sus dimensiones físicas, tecnológicas, políticas, ecológicas, institucionales y socioculturales, ya que estas dimensiones (tabla 1), se interrelacionan influyéndolas unas a las otras en pro del desarrollo que se busca.

**Tabla 1**

*Dimensiones del Desarrollo local*

<b>Dimensión</b>	<b>Descripción</b>
Físico-geográfica	El desarrollo requiere examinar una región físico-geográfica en relación con la forma en que los seres humanos se desplazan por sus territorios en conexión con su sentido del tiempo y el espacio durante ese viaje.
Tecno-económica	Describe los desequilibrios y discrepancias impulsados por el mercado. Considera que existen polos y centros de crecimiento que facilitan el desarrollo y que están respaldados por una industria que lo planifica e impulsa.
Político-ideológica	Se indaga si prevalece el aspecto político-ideológico, tal y como se indica en la conexión centro-periferia y la noción de extensión del dominio desde el centro. Este componente se complementa con la perspectiva del conflicto de intereses, que ayuda a reconocer las estructuras de poder y a reflexionar sobre las prácticas democráticas y participativas.
Ecológico-ambiental	Encuentra una conexión entre las dos dimensiones. En lo que respecta a las cuestiones medioambientales, tiene en cuenta el desarrollo ecológico, la planificación medioambiental del uso del suelo y las normas de sostenibilidad. Este componente del desarrollo considera modelos bioéticos y biopolíticos, teniendo en cuenta el desarrollo urbano sostenible, las ciudades en crecimiento y el cuidado de nuestro hábitat común.
Fiscal-financiera e institucional administrativa	En este enfoque, la planificación está vinculada a la participación del estado del bienestar nacional en la economía. La planificación implica un horizonte temporal a largo plazo, mientras que la planificación se refiere a la era del gobierno, es decir, al concepto de descentralización desde una perspectiva política, administrativa y presupuestaria.
Sociocultural	La dimensión incluye requisitos para el área cultural histórica y la región étnica. El elemento sociocultural incluye el manejo de las identidades locales y regionales, así como el multiculturalismo. En este sentido, incorpora las perspectivas antropológicas y etnográficas, así como el concepto de ciudadanía cosmopolita intercultural en el contexto de la interacción global/local.

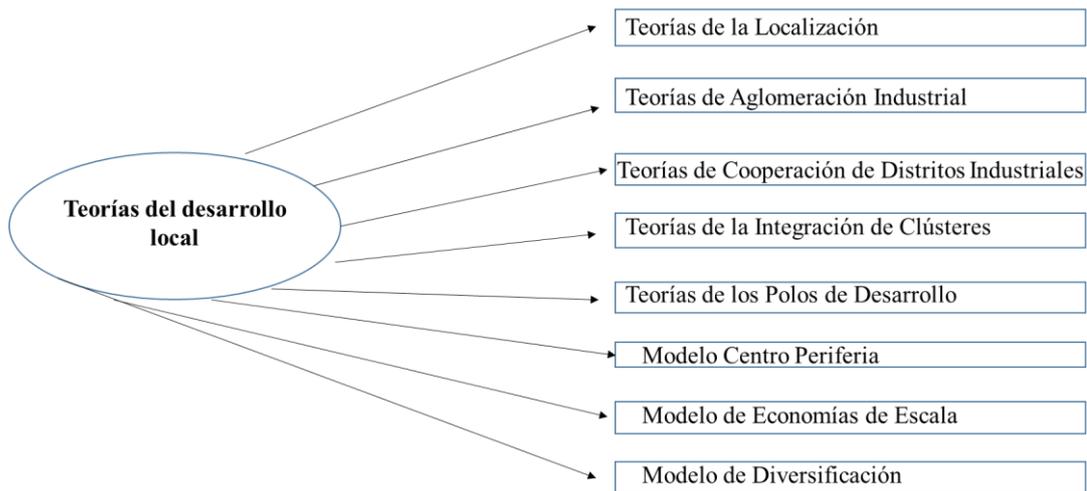
*Nota:* Adaptado de Díaz y Rodríguez (2020).

En este sentido, el desarrollo local requiere una mirada amplia que aborde este problema desde múltiples dimensiones y teorías que se presentan en el desarrollo local de las comunidades. Desde los aspectos geográficos y económicos hasta los políticos, ecológicos y culturales, cada dimensión y teoría permite distintas visiones que hacen posible la comprensión y el desarrollo local. Cada una de ellas es una pequeña palanca que permite gobernar el desarrollo local, el cual deberá partir de la naturaleza concreta de cada territorio, es decir, de su

idiosincrasia y las particularidades sociales y culturales de cada comunidad. Entre tanto, hay que poder articular la mirada de cada una de las dimensiones con los modelos teóricos del desarrollo local para llegar a un desarrollo sostenible, equilibrado e inclusivo.

### Figura 1

*Modelos teóricos que explican el crecimiento y desarrollo económico a nivel local*



*Nota:* Tomado de Zirufu y Pelegrín (2023).

Las teorías de localización desde una perspectiva económica espacial se clasifican en tres grandes líneas. Una primera línea, considera la distancia a los puntos de referencia como decisivos en el desarrollo de las funciones urbanas; una segunda línea, trata la localización en relación con el origen de las materias primas, repercutiendo en los costos de transporte; una tercera línea entiende la ciudad como centro que ofrece bienes y servicios cuya radio de influencia puede variar según su tamaño urbano o la magnitud del área que puede llegar a influir (Zirufu y Pelegrín , 2023).

En este contexto, las teorías de aglomeración industrial, que derivan de las teorías de localización, ponen énfasis en los beneficios que aportan las empresas en un territorio determinado, pero no consideran que haga que esa localización tenga lugar ni cuál puede llegar a ser la función del Estado. Por su parte, las teorías de cooperación de los distritos industriales vinculan la localización con la productividad y la innovación, proponiendo para ello diversas estrategias comunes que permitan el incremento de la competitividad mediante la difusión del conocimiento en un contexto industrial colaborativo (Zirufu y Pelegrín , 2023).

Mientras, que las teorías de integración de clústeres hacen énfasis en las relaciones entre empresas afines, ya sean esas relaciones de tipo horizontal o de tipo vertical; aquellas disfrutarán de la cadena de valor y de los encadenamientos productivos cuando se llegue a proporcionar una ventaja competitiva en un tipo de aglomeración urbana (Zirufu y Pelegrín , 2023). En este sentido, el modelo de polos de desarrollo enfatiza la relevancia de la interacción empresarial fundamentada en la ciencia y la innovación, a través de la cual la inversión

tecnológica permite la adaptación y el poder competitivo de los polos tanto a nivel local como en todo el mundo.

En cambio, el modelo centro periferia, ideado y amparado por la CEPAL, justifica la diferencia existente entre regiones, argumentando que las zonas periféricas deben afrontar elevados niveles de pobreza e inequidad social como consecuencia de su menor desarrollo y escaso contacto con los polos de crecimiento. Mientras que los modelos de economías de escala y diversificación sectorial complementan esta visión: el primero se centra en cómo el tamaño empresarial reduce costos y aumenta la producción, favoreciendo la ubicación en zonas con menores costos (Guaricela, 2023). Y el segundo, destaca que mayor diversidad económica en un territorio genera relaciones más sólidas y beneficiosas entre los agentes económicos locales (Zirufó y Pelegrín, 2023).

Con base en las conceptualizaciones previamente establecidas, es fundamental determinar las distintas dimensiones (tabla 2), que guardan relación con las técnicas seleccionadas de recogida de información, para dar respuesta tal y como se requiere, a las variables de estudio: Plazas Comerciales y Desarrollo Económico Local, por lo que cada dimensión da lugar a una visión en su totalidad del comercio en cuanto a su impacto, y funcionamiento en el desarrollo económico.

**Tabla 2**

*Dimensiones de las variables de estudio*

<b>Dimensión</b>	<b>Descripción</b>	<b>Autor</b>
Impacto en ventas	Está directamente relacionada con el éxito de los negocios, dado que aumenta sus ingresos, los cuales se traduce en un incremento de la capacidad de consumo y ahorro a la economía local.	(Camacho, 2024)
Empleo y las perspectivas laborales	Sirve como indicador del progreso económico, ya que la creación de puestos de trabajo estables reduce el desempleo y el subempleo, mejorando el bienestar de los residentes.	(Camacho, 2024)
Estrategia comercial	Emerge como una de las piezas clave para optimizar las ventajas, pues la implementación de objetivos, la definición de una propuesta de valor diferenciada y de los clientes para conocer su comportamiento, son acciones que permiten optimizar la competitividad y la sostenibilidad de la empresa.	(Morocho, 2024)
Percepción del impacto en el comercio local	Muestra que el comercio puede ser un motor de desarrollo económico porque promueve la innovación, fomenta el empleo y genera competitividad y dinamismo económico, lo que demuestra la importancia de las plazas comerciales no solo como espacios de	(Camacho, 2024)

	consumo, sino también como políticas transformadoras para la ciudad y su entorno económico.	
Impacto en el negocio	Permite que las decisiones y acciones tengan consecuencias en una empresa tomando en cuenta el empleo, la economía y el desarrollo urbanístico; dicho impacto es importante especialmente en ciudades secundarias, donde las plazas comerciales se constituyen como un motor económico y como espacio de encuentro y ocio por parte de sus pobladores.	(cincodias.elpaís, 2022)
Cliente	Hace hincapié en la necesidad de saber que las personas o entidades que compran bienes y servicios son claves para que la propia empresa pueda tener éxito.	(economipedia, 2019)
Percepción sobre la competencia	Es un factor importante a la hora de determinar el posicionamiento en el mercado. Las empresas pueden modificar su estrategia y seguir siendo competitivas en un mercado cambiante teniendo en cuenta factores como el precio, la calidad y las oportunidades en comparación con sus rivales.	(Carrasco et al., 2021)

Nota: Las plazas comerciales causan un impacto considerable en la economía local porque incrementan el empleo, producen un aumento en las ventas y estimulan la competencia.

## MÉTODO

Para este estudio, se tomó en cuenta las plazas comerciales privadas de Manta, para lo cual se realizó una selección de estas (tabla 3) considerando distintos aspectos de interés que permiten proceder a su identificación y análisis. Para ello, se recogió información que está relacionada con la ubicación, la existencia de negocios aledaños, las vías de acceso.

**Tabla 3**

*Plazas comerciales del estudio*

Plaza	Ubicación	Locales en Plaza	Negocios alrededores	Características adicionales	Información adicional
	Av. Barbasquillo, Manta.	Más de 7 locales	Más de 6 negocios de servicios y productos	Ubicación estratégica, concurrida. Tiempo ejerciendo sus actividades desde 2018.	<a href="https://www.instagram.com/laquadraec?igsh=Y3U0dm1ndmk0dmVn">https://www.instagram.com/laquadraec?igsh=Y3U0dm1ndmk0dmVn</a> <a href="https://laquadra.com.ec/locales-manta/">https://laquadra.com.ec/locales-manta/</a>

Badaracco Plaza	Manta, Ecuador	Más de 7 locales	Más de 6 negocios de servicios y productos	Ubicación estratégica, concurrida.  Tiempo ejerciendo sus actividades desde Enero 2024.	<a href="https://www.instagram.com/badaraccoplaza?igsh=MXN2bG5xa21xcXJycw">https://www.instagram.com/badaraccoplaza?igsh=MXN2bG5xa21xcXJycw</a> <a href="https://www.facebook.com/share/15cn6yxcHd/">https://www.facebook.com/share/15cn6yxcHd/</a>	
	Vida Mar Plaza	Vía San Mateo, Manta	Más de 7 locales	Más de 6 negocios de servicios y productos	Ubicación estratégica, concurrida.  Tiempo ejerciendo sus actividades: 4- 5 años.	<a href="https://www.instagram.com/plaza.vidamar1?igsh=MXJibnA3ZjZicXdIzQ">https://www.instagram.com/plaza.vidamar1?igsh=MXJibnA3ZjZicXdIzQ</a> <a href="https://www.facebook.com/share/1J8t5si9z5/">https://www.facebook.com/share/1J8t5si9z5/</a>
	Centenario Plaza	Manta, Ecuador	Más de 7 locales	Más de 6 negocios de servicios y productos	Ubicación estratégica, concurrida.  Tiempo ejerciendo sus actividades: Primeros meses del 2021.	<a href="https://www.instagram.com/centenario_plaza_manta?igsh=MXBveWp6cmdtMmljbg">https://www.instagram.com/centenario_plaza_manta?igsh=MXBveWp6cmdtMmljbg</a> <a href="https://www.facebook.com/share/15amPLoPrh/">https://www.facebook.com/share/15amPLoPrh/</a>
						

*Nota:* Esta tabla presenta un perfil comparativo de cada plaza, resaltando sus principales características, facilitando evaluaciones y decisiones relacionadas con su potencial y funcionalidad.

Como se puede apreciar, se determina así un total de 4 plazas comerciales que cumplen con ciertas características como: negocios con más de 4 años en actividad, numerosos negocios dentro de la plaza, ubicación estratégica, zona concurrida, seguridad, con más de seis negocios aledaños y con variedad de productos y servicios, que permiten que sean elegibles para este análisis. También se contó con la participación de cuatro funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta (GAD Manta), quienes aportaron una visión con respecto, a las acciones del Estado en apoyo a las plazas comerciales en la región, evidenciando con ello el compromiso del gobierno ecuatoriano con las plazas comerciales, así como el interés en promoverlas para su correcto desarrollo.

Se utiliza un enfoque mixto que combina tanto el enfoque cualitativo, como cuantitativo, para lograr una comprensión más amplia y profunda del fenómeno que se estudia. La investigación es de carácter no experimental y por

ello recoge datos observacionales sin manipular variables (Hernández et al., 2010). Las características del enfoque mixto favorecen la triangulación de los datos obtenidos, enriqueciéndolos y aportando una visión más completa sobre el impacto de las plazas comerciales en la generación de empleo y la inversión local.

Para cumplir con los objetivos propuestos, se han utilizado los siguientes instrumentos de recolección de datos basados en las dimensiones descritas en la tabla 2: Encuestas a propietarios de pequeñas empresas aledañas a las plazas comerciales, para entender cómo su negocio se ve influenciado por la existencia de las plazas. Encuestas a los propietarios de los locales de la plaza, para recoger la percepción de estos en cuanto al impacto de las plazas comerciales en la comunidad. Por otra parte, se aplicó la entrevista a funcionarios del GAD Manta, para conocer qué percepciones tienen sobre la repercusión de las plazas comerciales e inversión a nivel local.

El análisis cuantitativo se llevó a cabo a través de un análisis de estadística descriptiva de las encuestas, y para el análisis cualitativo las entrevistas fueron analizadas desde una perspectiva temática para evidenciar patrones y tendencias en las respuestas de los participantes.

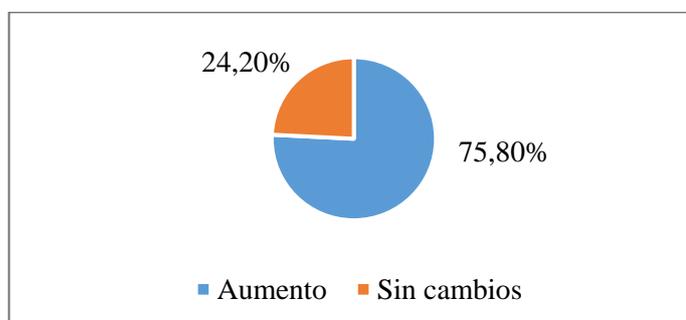
## ANÁLISIS Y RESULTADOS

### Análisis cuantitativo de encuesta a negocios en Plazas Comerciales

Los resultados de las encuestas administradas a los negocios que funcionan en las plazas comerciales, llevan a determinar que la percepción en general es positiva respecto al impacto de las plazas en los comerciantes. Los datos muestran el incremento importante en las ventas, la afluencia de clientes hacia los comercios y un grado elevado de satisfacción por parte de los comerciantes. La información también identifica aspectos clave que permitirían mejorar la competitividad de la plaza comercial y mejorar sus instalaciones, con el fin de aumentar los beneficios derivados de este tipo de espacios comerciales. A continuación, se presenta un análisis detallado de los hallazgos correspondientes al análisis cuantitativo de las encuestas aplicadas a negocios en las plazas comerciales:

#### Figura 2

##### *Impacto en ventas*

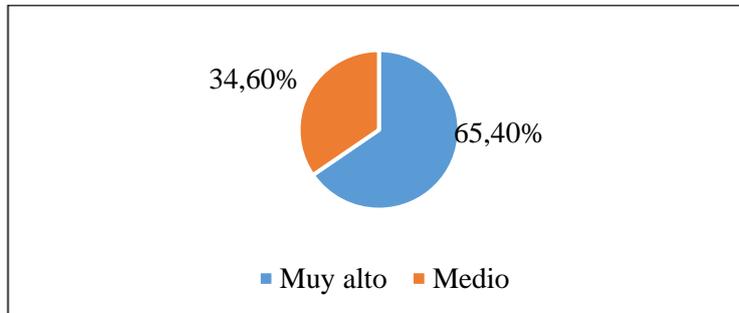


*Nota:* El 75,80% de los negocios ubicados dentro de las plazas comerciales, muestran un incremento en las ventas desde su permanencia en el espacio dado, lo

que indicaría que el hecho de desarrollar una actividad de negocio en el espacio de las plazas comerciales, favorece a la generación de ingresos para los mismos, gracias a la afluencia de clientes y a una visibilidad mayor del negocio.

**Figura 3**

*Clientela*



*Nota:* El flujo de clientes percibido por los informantes es elevado alcanzando un promedio general del 65,40 %, lo que llevaría a pensar que esos espacios son más efectivos a la hora de atraer un volumen alto de clientes. A ello, podrían atribuirse las propiedades relativas a la ubicación, dimensión, seguridad y al tipo de promoción o marketing que se llevan a cabo.

**Figura 4**

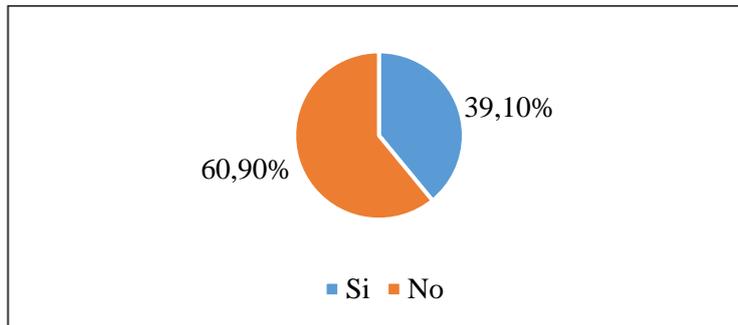
*Estrategias comerciales implementadas*



*Nota:* El uso de estrategias (redes sociales, ferias, promociones, descuentos) está bastante desarrollado y resulta efectivo, ya que alcanza la media del 72,10%. En estos negocios, la presencia activa en las redes sociales y eventos promocionales es considerada como una práctica clave, ya que facilita el incremento del flujo de clientes, aumenta la visibilidad del negocio y las ventas.

**Figura 5**

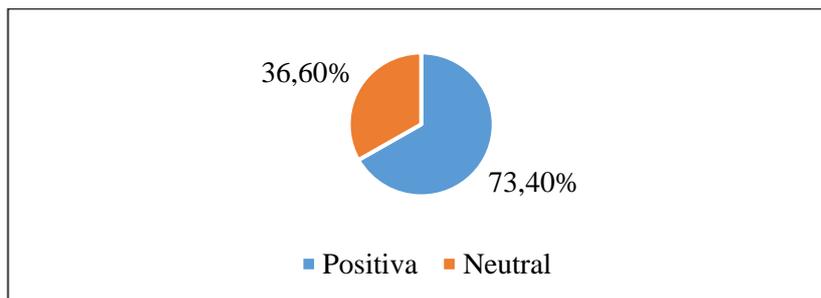
*Percepción sobre competencia*



*Nota:* El 39,10% de los informantes de los negocios perciben la competencia aledaña como socialmente baja, lo que indicaría que las plazas comerciales no se enfrentan a una competencia interna fuerte y que, por tanto, el mercado local todavía ofrece oportunidades para la instalación de nuevos negocios o la ampliación de los mismos.

**Figura 6**

*Satisfacción general*



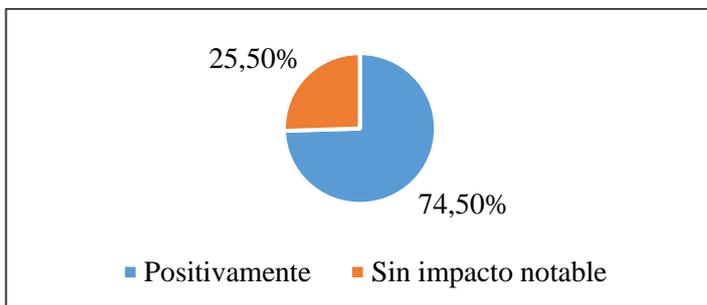
*Nota:* El 73,40% de los informantes en las plazas comerciales muestra la satisfacción de los sectores comerciales, lo que significa que los negocios manifiestan tener una buena experiencia, seguridad y ventajas asociadas al estar integrados en dichas plazas comerciales.

### **Análisis cuantitativo de los resultados de las encuestas a negocios aledaños en las Plazas Comerciales**

Las encuestas realizadas a 50 negocios situados en diversas plazas comerciales, ofrecen un impacto en la actividad económica que es regularmente positivo, ya que se observa un incremento en las ventas, en el tráfico de clientes y la posibilidad de generar oportunidades laborales. En otras palabras, estas evidencias reflejan el impacto igualitario de las plazas comerciales alrededor de los negocios situados en ella, pero contiene áreas de oportunidad para potenciar sus beneficios. A continuación, se presenta un análisis detallado de los hallazgos correspondientes al análisis cuantitativo de las encuestas aplicadas a negocios aledaños a las plazas comerciales:

**Figura 7**

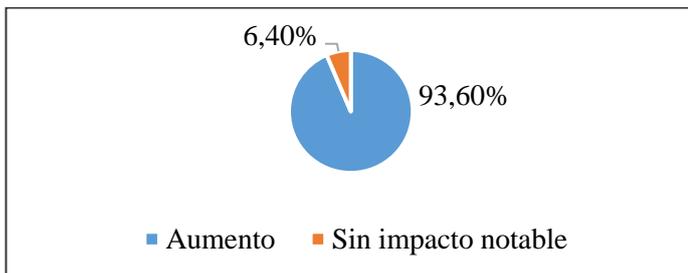
*Impacto en el negocio*



*Nota:* El 74,50% de los negocios objeto de estudio han observado un impacto positivo en su actividad general, principalmente mediante un aumento en las ventas, una mejor visibilidad y una presencia más fuerte en la plaza comercial.

**Figura 8**

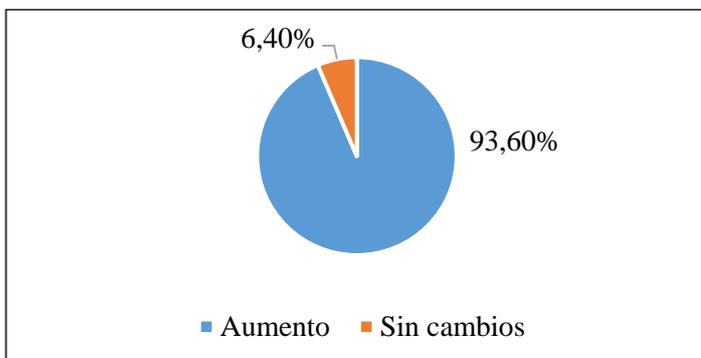
*Impacto en ventas*



*Nota:* Un alto porcentaje (93,60%) de negocios reporta incrementos en ventas, lo que se puede traducir en que las estrategias son eficaces.

**Figura 9**

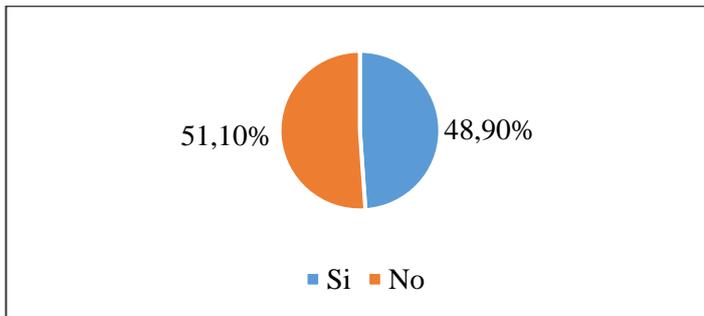
*Cambio en la clientela*



Nota: El incremento notable del 93,60% en el tráfico de clientes, señala que los negocios han alcanzado unos niveles de afluencia bastante altos, en buena medida por la implementación de estrategias de marketing más eficientes y por estar más presentes en medios digitales.

**Figura 10**

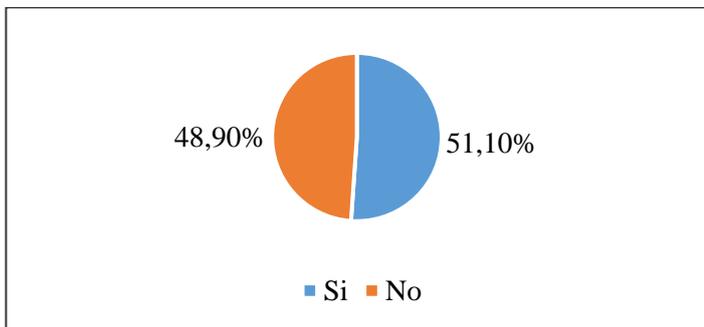
*Empleo y oportunidades laborales*



Nota: Cerca del 48,90% de los negocios confirma que han creado nuevos puestos de trabajo, lo que sugiere una creciente transición de la recuperación económica de sus negocios y una expansión de los mismos.

**Figura 11**

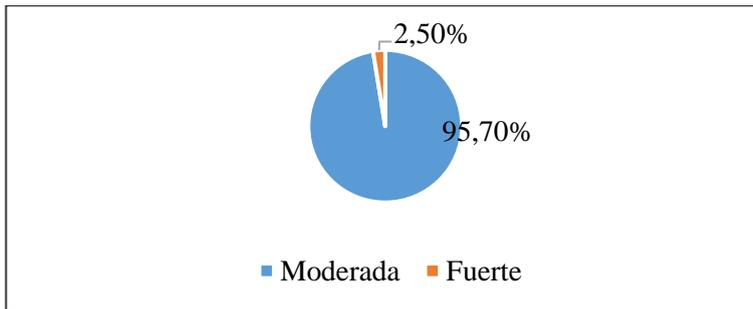
*Estrategias comerciales*



Nota: Un 51,10% de los negocios afirma que han apostado por nuevas estrategias, tales como la adopción de las tecnologías digitales, las campañas de marketing innovadoras y mejoras en la atención al cliente.

**Figura 12**

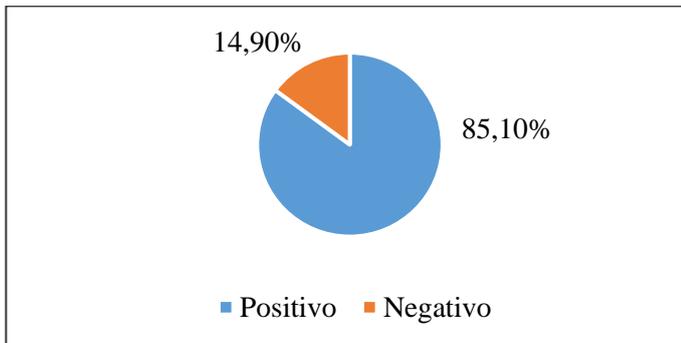
### Percepción sobre competencia



*Nota:* El 95,70% de los negocios perciben el nivel de competencia cómo moderado, lo que refleja un entorno en el cual la competencia no se considera demasiado agresiva ni demasiado débil.

**Figura 13**

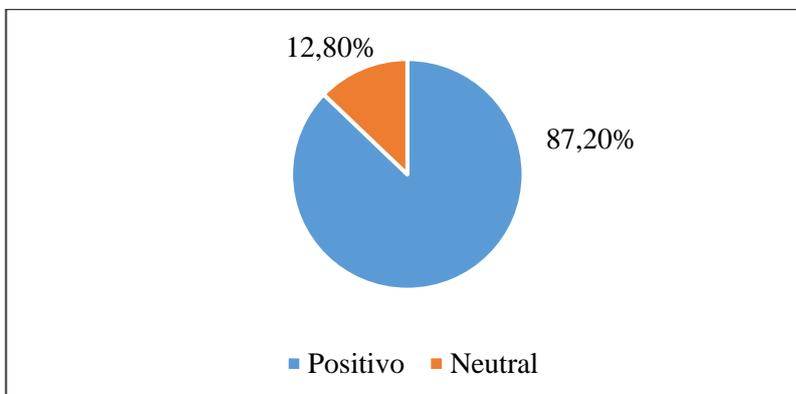
### Impacto en el comercio local



*Nota:* El 85,10% de los informantes considera que se ha mejorado el comercio del entorno, ya que han mejorado las condiciones del comercio, gracias a que ha aumentado la demanda, se ha visto una mejora en la economía y a ciertas iniciativas de apoyo a los negocios.

**Figura 14**

### Satisfacción general



*Nota:* El 87,20% de los negocios están satisfechos con los beneficios obtenidos, lo que significa que perciben de forma muy positiva el resultado de sus esfuerzos, que se relaciona también con el aumento de sus ventas y con la mejora de la relación con sus clientes.

### **Análisis cualitativo de las entrevistas a funcionarios del GAD Manta**

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a los funcionarios públicos que laboran para el municipio de Manta, también brindaron una visión acerca de la percepción, inversión e impacto sobre el trabajo y el vínculo con los negocios aledaños a las plazas comerciales. En efecto, en sus relatos se puede observar desde los beneficios hasta los problemas de las plazas comerciales, es decir, reflejan su objeto de análisis; su importancia en el desarrollo de la ciudad en términos urbanos y económicos. A continuación, se presentan los principales hallazgos por cada dimensión analizada.

#### **Percepción sobre las Plazas Comerciales**

Los entrevistados opinan que las plazas comerciales, han tenido una repercusión positiva en la economía local, promoviendo la diversificada, el turismo y la modernización urbana de Manta. Por su parte, producen beneficios económicos, sociales y turísticos, pero tienen inconvenientes como la competencia con los pequeños negocios y la concentración del consumo. Contribuyen también a hacer de la ciudad un atractivo destino turístico, creando circulación económica y mejorando el espacio urbano; aunque emergen inquietudes en cuanto a la seguridad. Los entrevistados coinciden en reconocer los beneficios de estos espacios para el desarrollo local, aun cuando existen efectos negativos asociados.

#### **Inversión y Desarrollo Local**

La inversión en plazas comerciales ha sido principalmente privada, de acuerdo con lo relatado por los entrevistados, aunque el Estado ha aportado indirectamente, especialmente en infraestructura vial, contribuyendo a la recuperación y modernización del territorio tras eventos adversos como el terremoto. Estos coinciden en que la gestión municipal, debe fomentar inversiones y dar un impulso a las zonas estratégicas. Asimismo, la inversión privada ha sido fundamental en el crecimiento de las plazas y, por ende, en la activación de la economía local, generando puestos de trabajo y enriqueciendo el valor de los inmuebles. Por otra parte, consideran que las inversiones públicas, han sido determinantes en el proceso de recuperación, mientras las privadas si bien son heterogéneas, han jugado un papel relevante para el crecimiento del espacio territorial y el desarrollo económico en general.

#### **Impacto en el Empleo**

Los entrevistados indican que la llegada de las plazas comerciales, ha tenido efectos muy favorables en el empleo, dado que ha hecho posible la creación de un importante número de oportunidades tanto directas como indirectas en la población de la comunidad. Subrayan, también, que las plazas han generado la apertura de nuevos negocios, hechos que favorecen la formalización y los beneficios en la economía local. Igualmente, mencionan que la construcción, rehabilitación u operación de las plazas ha requerido fuerza de trabajo local, lo

que contribuye a la disminución del desempleo y a diversificar las opciones laborales para la población.

### **Relación con los Negocios Aledaños**

Los entrevistados enfatizan la relación positiva entre los negocios colindantes y las plazas, ya que esto favorece a todos los actores, debido a que la vinculación puede lograr la asociatividad más que la competencia desleal, que se puede respaldar mediante permisos y regulaciones. Proponen la organización de las plazas con la instalación de ferias e incrementar los eventos para, por un lado, tratar de generar esta vinculación e integrar a los pequeños comercios, que están en funcionamiento e intentar articular la plaza con espacios públicos. La estrategia incluye establecer apoyos entre negocios e intentar que los propios comercios se integren en circuitos turísticos y comerciales, para generar un entorno integrador.

Con base a lo anteriormente señalado, se enumeran a continuación los aspectos más resaltantes en los que coincidieron los funcionarios durante la entrevista realizada:

1. Consecuencias positivas en la economía local, favoreciendo la diversificación de la economía e impulsando la creación de empleo (tanto directo como indirecto).
2. Aportación a la modernización y expansión de la ciudad de Manta, propiciando su transformación en una ciudad turística.
3. La gestión municipal debe respaldar las inversiones, energizar espacios determinados y gestionar las actividades comerciales evitando prácticas de competencia desleal y a su vez promover la organización del sector.
4. La contribución a la creación y rehabilitación de plazas comerciales, favorece a la economía de la ciudad, ya que promueve la formalización de los negocios y el bienestar de los ciudadanos.
5. El orden, regulación y permisos son fundamentales en las plazas comerciales.
6. La relación entre la inversión pública y privada, genera efectos multiplicadores.
7. Aunque existen desafíos, como la competencia para pequeños negocios y problemas en seguridad, los beneficios generales en términos de desarrollo, empleo y calidad de vida son reconocidos y promovidos.

### **DISCUSIÓN**

El artículo de investigación ha permitido realizar un análisis completo del impacto que tienen las plazas comerciales en la dinámica económica, social y urbana de Manta, a partir de los resultados tanto cuantitativos como cualitativos que se obtuvieron de encuestas, entrevistas y del análisis de percepciones generales. Se alcanza a ver que los resultados muestran una percepción favorable de las plazas, es decir, son importantes por cuanto catalizan un crecimiento y modernización del comercio local, y a la vez son generadoras de empleo y de dinamización del turismo.

En primer lugar, los datos cuantitativos muestran que una buena parte de los negocios de las plazas, reportan incrementos en las ventas del 75,80%, así como también el aumento del flujo de clientes alrededor del 65,40%. Lo que evidencia que las plazas efectivamente generan incrementos tanto en la visibilidad como en el flujo de visitantes hacia los lugares, favoreciendo a la recuperación de la inversión en los negocios. El alto uso de estrategias comerciales (promociones, redes sociales, ferias) por parte de los negocios, demuestra el esfuerzo por apropiarse de las ventajas que ofrecen estos espacios, que se traduce en mayor competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

Por otra parte, respecto a la percepción de la competencia que tienen los negocios del entorno y los propios comerciantes de las plazas, ésta es más bien baja en un 39%, lo cual muestra un entorno de convivencia y complementariedad, más que de competencia desleal. Este aspecto resulta relevante para entender que la presencia de las plazas comerciales no ha causado efectos desfavorables sobre los negocios tradicionales, sino por el contrario, en muchos casos, las plazas comerciales se han convertido en las que han reforzado los negocios tradicionales.

Desde la perspectiva cualitativa, acorde con lo que han manifestado los funcionarios públicos, han visto las plazas comerciales como generadores de los efectos deseados y efectos favorables para la ciudad, enfatizando su papel en la diversificación económica, en que fomenta el turismo y en la generación de empleo, lo que se traduce también en una velocidad en la economía local. No obstante, también reconocen que existen efectos adversos para los pequeños negocios tradicionales y la concentración de los consumos en los espacios que ocupan estas plazas comerciales. Así, también se hace presente la importancia de las regulaciones claras, del apoyo institucional y de estrategias de integración de los pequeños comerciantes a los circuitos turísticos y comerciales, como vías para maximizar efectos positivos y reducir los negativos.

A su vez, se ha considerado que invertir en estos espacios, tanto la inversión pública como la inversión privada, puede ser uno de los elementos claves en la recuperación del crecimiento urbano. Este elemento se ha visto acompañado por la participación del Estado en la provisión de infraestructura, regulación, y la inversión privada en modernización y crecimiento; beneficios estos que han contribuido a mejorar la imagen urbana y a la expansión de la ciudad.

Por tanto, vale la pena recalcar que las plazas comerciales en Manta son motores del crecimiento, aunque el impacto positivo que despliegan puede ser reforzado a través de una gestión más estable y de una estrategia inclusiva, que contemple a todos sus actores económicos. La coordinación entre las autoridades y los comerciantes, ya sean estos grandes o pequeños o actores sociales, debe ser necesaria para crear un contexto equilibrado con el fin de que todos los beneficios económicos generados durante el proceso de expansión urbanística puedan ser distribuidos de forma justa y sostenible entre sus actores sociales.

## **CONCLUSIÓN**

Las plazas comerciales en la ciudad de Manta y en otras ciudades del Ecuador, tienen un efecto favorable para la economía de estas regiones, pues

ayudan a generar puestos de trabajo e inducir inversión en las poblaciones más cercanas. Sin embargo, al mismo tiempo también pueden generar problemas importantes entre los pequeños negocios y las empresas tradicionales, de tal forma que su efecto estará en función de la forma que se administren y regulen las plazas comerciales.

Por otra parte, se observó que las plazas comerciales impulsan la presencia de los pequeños negocios a su alrededor, generando de esta manera puestos de trabajo directos e indirectos. Los comerciantes que están dentro y fuera de las plazas comerciales perciben que estas atraen más clientes y, por tanto, aumentan sus ventas, a la vez que se generan más puestos de trabajo en el área.

De igual forma, se determinó que las plazas comerciales han contribuido dentro de las comunidades aledañas con la apertura de nuevos negocios, así como en la inversión privada en la construcción y el comercio, reactivando así la economía de sus comunidades, con la finalidad de generar crecimiento urbano más moderno y dinámico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Camacho. (2024). El Emprendimiento y su impacto en el desarrollo económico de la Comunidad de Jicamarca. (C. Karolay, Ed.) Trujillo- Venezuela: Tesis Universidad Valle del Momboy.

Cámara de Comercio de España. (1 de abril de 2023). *Dinamización de las ventas en Zonas Comerciales. ¿Qué características definen a un Centro Comercial Urbano?*

doi:<https://apoyoalcomercio.camara.es/programas/dinamizacion-de-centros-comerciales-urbanos/que-caracteristicas-definen-un-centro#:~:text=Se%20trata%20de%20un%20espacio,por%20parte%20de%20los%20negocios>.

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. ULEAN. Obtenido de

<https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/40/1/ULEAM-ADM-0008.pdf>

Carrasco et al. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances. (Y. L. Carrasco Vega, Ed.) *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557-564. Obtenido de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000500557&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500557&lng=es&tlng=es)

Castillo y González. (2019). Alternativas para el desarrollo socioeconómico local. (A. y. Castillo, Ed.) *Revista Granmense de Desarrollo Local*, 3(2), 1-14. Obtenido de

<https://revistas.udg.co.cu/index.php/redel/article/view/763/1379>

- Catalán, R. (2020). ¿Gentrificación comercial en contexto de superdiversidad?: La transformación del comercio local en el centro y pericentro de Santiago de Chile. *Revista de Urbanismo*, 42, 52-71. Obtenido de <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2020.54281>
- Chacha et al. (2019). Desarrollo económico local en Ecuador: Relación entre producto interno bruto y sectores económicos. (S. A. Chacha, Ed.) *Revista de ciencias sociales*, 25(Extra 1), 82-98.
- cincodias.elpaís. (20 de septiembre de 2022). *Las nuevas 'plazas del pueblo': los centros comerciales*. (A. Brunet, Editor) Obtenido de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/09/19/opinion/1663597300\\_952897.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/09/19/opinion/1663597300_952897.html)
- Crisóstomo y Ortiz. (2019). Factores de atracción en jóvenes de 18 a 35 años en centros comerciales modernos en el año 2018. El caso de estudio del Jockey Plaza. (W. & Crisóstomo, Ed.) Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Díaz y Rodríguez. (2020). El desarrollo local en el presente: Un estado del arte sobre la producción del conocimiento durante la década 2010 - 2020. (J. C. Díaz Córdoba, Ed.) Obtenido de <https://n9.cl/9okml>
- economipedia. (01 de noviembre de 2019). *Cliente: Qué es y cuál es su importancia*. *Economipedia.com*. (M. Quiroa, Editor) Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Guaricela, E. (2023). Análisis de los procesos de desarrollo local de los proyectos de desarrollo humano en comunidades vulnerables de la Universidad Politécnica Salesiana en los últimos 10 años. Tesis de grado, Universidad Salesiana. Repositorio Universidad Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24072/1/UPS-CT010288.pdf>
- Hernández- Sampieri et al. (2010). *Metodología de la investigación*. (R. H. Sampieri, C. F. Collado, & M. d. Lucio, Edits.) México: McGraw-hill / interamericana editores, s.a. de c.v. Quinta edición.
- Loor et al. (27 de Abril-Junio de 2020). Los atractivos turísticos de Manta y su incidencia en el desarrollo económico de las parroquias urbanas y rurales. (W. H. Temístocles Deodato Loor Chávez, Ed.) *FIPCAEC*, Vol. 5, Año 5(18), 41-77. doi:DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i18.200>
- López y Ortegón. (marzo - octubre de 2023 de 2023). Evolución de estrategias de atracción en centros comerciales tras la covid-19: el papel de los servicios centrados en presencia de tecnología frente a la intención de visita. (G. & López, Ed.) *Revista de Marketing y Publicidad*, 7, 7-25. doi:doi:<https://doi.org/10.51302/marketing.2023.7201>

- Morocho. (2024). Estrategias comerciales de los pequeños negocios de ropa formal del centro de Guayaquil. (V. D. Robalino, Ed.) Guayaquil-Ecuador: Tesis de Universidad Politecnica Salesiana.
- primicias.ec. (7 de julio de 2024). *Crece el número de plazas comerciales en ciudades de Ecuador debido a cuatro factores*. (G. Coba, Ed.) Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/plazas-comerciales-ecuador-inseguridad-poblacion-parqueaderos/>
- Proaño et al. (2019). Desarrollo económico local en Ecuador: relación entre producto interno bruto y sectores económicos. (S. A. Proaño, Ed.) *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 25(1), 82-98. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28065583005/movil/index.html>
- Quiroz. (enero de 2022). Del Mall a la Plaza Comercial Aplicado en Solanda. (M. E. Agreda, Ed.) Universidad Internacional del Ecuador.
- Rodas et al. (22 de octubre de 2023). Género y cultura popular en la intervención de plazas comerciales patrimoniales. (J. C. María Paula Rodas García, Ed.) *DAYA. Diseño, Arte y Arquitectura*. (Número 15, Junio 2023 - diciembre 2023), pp. 51 - 74.
- Rodas et al. (15 de Junio 2023 - Diciembre 2023 de 2023). Género y cultura popular en la intervención de plazas comerciales patrimoniales. (M. P. García, J. C. Dumas, & N. C. Jara, Edits.) *Número 15, Junio 2023 - Diciembre 2023*, pp. 51 – 74 (Número 15), 51 – 74.
- Rojas y Correa. (2020). Estrategias de Desarrollo Económico Local para el Municipio de Urrao, Antioquia. (I. D. Rojas, Ed.) *Revista IDGIP*, 1(3), 21-40. Obtenido de <https://revistas.escuelaing.edu.co/idgip/article/view/147>
- Villalobos. (Septiembre de 2019). Impacto Económico de Plaza Guayarte en la Ciudad de Guayaquil. (V. I. Eduardo, Ed.) Guayaquil, Ecuador: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG.
- Zirufó y Pelegrín . ((enero-abril) de 2023). Enfoques para caracterizar modelos de desarrollo local que promueven el desarrollo económico, social y ambiental de regiones y comunidades. (B. V. Briones, & N. P. Entenza, Edits.) *Revista Mikarimin. Publicación cuatrimestral.*, Vol. IX, Año 2023(1), 191-209.

## Anexos

### Normas para autores de la Revista 593 Digital Publisher CEIT

#### Presentación, estructura y envío de los manuscritos

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Times New Roman 12, interlineado simple a (1), justificado completo y sin tabuladores ni espacios en blanco entre párrafos, espaciado después de párrafo 12pt.

Los trabajos deben presentarse en documento de Microsoft Word (.doc o .docx), siendo necesario que el archivo esté anonimizado en Propiedades de Archivo, de forma que no aparezca la identificación de autor/es.

Las plantillas las puede descargar directamente pulsando sobre "Descargar" en el siguiente cuadro:

#### Archivos

Plantilla para reemplazar	<a href="#">Descargar</a>
Carta de derechos	<a href="#">Descargar</a>
Datos de autores	<a href="#">Descargar</a>

Los manuscritos deben ser enviados única y exclusivamente a través del OJS (Open Journal System), en el cual todos los autores deben darse de alta previamente. No se aceptan originales enviados a través de correo electrónico u otra interfaz.

#### Estructura del manuscrito

Para aquellos trabajos que se traten de investigaciones de carácter empírico, los manuscritos seguirán la estructura IMRD (Introducción, Método, Resultados, Discusión), cuando son de carácter teórico la estructura IDC (Introducción, Desarrollo, Conclusiones), siendo opcionales los epígrafes de Notas y Apoyos. Aquellos trabajos que por el contrario se traten de informes, estudios, propuestas, revisiones, ponencias, estados del arte podrán ser más flexibles en sus epígrafes, especialmente en Material y métodos, Análisis y resultados y Discusión y conclusiones. En todas las tipologías de trabajos son obligatorias las referencias bibliográficas que deben coincidir en número con las utilizadas en el documento.

**Título (español) / Title (inglés):** Conciso pero informativo, en castellano en primera línea y en inglés en segunda. Se aceptan como máximo 15 palabras. El título no solo es responsabilidad de los autores, pudiéndose proponer cambios por parte del Consejo Editorial.

#### Resumen (español) / Abstract (inglés):

**Resumen (español) / Abstract (inglés):** Tendrá como extensión máxima 300 palabras, primero en español y después en inglés. Un resumen debe ser un texto breve y claro sobre el contenido de tu artículo. Debe permitir a los lectores entender el contenido de un artículo rápidamente y, así como el título, debe estar escrito de tal modo que personas puedan encontrarlo cuando busquen desde las bases de datos el asunto de tu texto. TIP: resumen/abstract: la primera línea del primer párrafo del resumen debe quedar sin sangría.

El resumen es una de las partes más importantes de tu artículo. La mayoría de los lectores tienen su primer contacto con un artículo al leer el resumen. Y si están buscando alguna información entre varios textos, por lo general van a realizar una comparación con otros resúmenes. Los lectores, muy a menudo, van a tomar su decisión sobre que artículo leer completamente al leer el resumen. En el caso del abstract no se recomienda el empleo de traductores automáticos.

**Descriptor (español) / Keywords (inglés):** Se deben exponer 5 descriptor por cada versión idiomática relacionados directamente con el tema del trabajo. Será valorado positivamente el uso de las palabras claves expuestas en el Thesaurus de la UNESCO.

**Extensión total del documento:** para manuscritos teóricos y empíricos se considerará una extensión máxima de 8.000 palabras.

**Formato:** Redactar con Times New Roman tamaño 12, interlineado sencillo (1), espaciado después 12pt.

**Introducción y estado de la cuestión:** Debe incluir el planteamiento del problema, el contexto de la problemática, la justificación, fundamentos y propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la literatura más significativa y actual del tema a escala nacional e internacional.

**Material y métodos:** Debe ser redactado de forma que el lector pueda comprender con facilidad el desarrollo de la investigación. En su caso, describirá la metodología, la muestra y la forma de muestreo, así como se hará referencia al tipo de análisis estadístico empleado. Si se trata de una metodología original, es necesario exponer las razones que han conducido a su empleo y describir sus posibles limitaciones.

**Análisis y resultados:** Se procurará resaltar las observaciones más importantes, describiéndose, sin hacer juicios de valor, el material y métodos empleados. Aparecerán en una secuencia lógica en el texto y las tablas y figuras imprescindibles evitando la duplicidad de datos.

**Discusión y conclusiones:** Resumirá los hallazgos más importantes, relacionando las propias observaciones con estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones, sin redundar datos ya comentados en otros apartados. Asimismo, el apartado de discusión y conclusiones debe incluir las deducciones y líneas para futuras investigaciones.

**Apoyos y agradecimientos (opcionales):** El Council Science Editors recomienda a el/los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados en la Carta de Presentación y posteriormente en el manuscrito final.

Las notas (opcionales) irán, solo en caso necesario, al final del artículo (antes de las referencias). Deben anotarse manualmente, ya que el sistema de notas al pie o al final de Word no es reconocido por los sistemas de maquetación. Los números de notas se colocan en superíndice, tanto en el texto como en la nota final. No se permiten notas que recojan citas bibliográficas simples (sin comentarios), pues éstas deben ir en las referencias.

**Referencias:** Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. Bajo ningún caso deben incluirse referencias no citadas en el texto. Su número debe ser suficiente para contextualizar el marco teórico con criterios de actualidad e importancia. Se presentarán alfabéticamente por el primer apellido del autor.

Se sugiere consultar la norma APA 7ma. : <https://normas-apa.org/>

**Normas para las referencias:** 593 Digital Publisher se sujeta a la Norma APA para las citas de autores, tablas y figuras.

## Encuesta a propietarios de pequeños negocios aledaños a plazas comerciales

### Instrucciones:

Por favor, complete la siguiente encuesta. Su opinión es muy importante para entender el impacto de las plazas comerciales en los negocios aledaños.

### Datos generales:

1. Nombre de la plaza comercial más cercana: \_\_\_\_\_
2. Nombre del establecimiento: \_\_\_\_\_
3. Tipo de negocio: \_\_\_\_\_
4. Tiempo de operación en la zona: \_\_\_\_\_

### Preguntas:

#### 1. Impacto en el negocio:

- ¿Cómo ha influido la existencia de las plazas comerciales en su negocio?
  - Positivamente
  - Negativamente
  - Sin impacto notable
- ¿Ha notado un cambio en el flujo de clientes?
  - Sí
  - No
- Si respondió que sí, ¿cómo describiría ese cambio?
  - Aumento en el flujo de clientes
  - Disminución en el flujo de clientes
  - Otro (especificar): \_\_\_\_\_

#### 2. Impacto en ventas:

- ¿Ha observado un cambio en sus ventas?
  - Aumento
  - Disminución
  - Sin cambios
- Si ha notado un cambio, ¿puede estimar el porcentaje aproximado?
  - Menos del 10%

- Entre 10% y 30%
- Más del 30%

**3. Clientela:**

- ¿Cómo describiría el flujo de clientes en su negocio?
  - Muy alto
  - Alto
  - Medio
  - Bajo
- ¿Cree que la plaza comercial ha atraído más clientes a su negocio?
  - Sí
  - No
  - No estoy seguro

**4. Empleo y oportunidades laborales:**

- ¿Ha tenido que ajustar su personal debido a la competencia de las plazas comerciales?
  - Sí
  - No
- ¿Cree que las plazas comerciales han generado nuevas oportunidades laborales en la zona?
  - Sí
  - No
  - No estoy seguro

**5. Estrategias comerciales:**

- ¿Ha implementado nuevas estrategias comerciales?
    - Sí
    - No
  - Si respondió que sí, ¿puede mencionar alguna estrategia específica?
-

**6. Percepción sobre la competencia:**

- ¿Cómo calificaría la competencia que representan los pequeños negocios aledaños a la plaza comercial?

- Muy alta
- Alta
- Moderada
- Baja

**7. Percepción sobre el impacto en el comercio local:**

- ¿Cree que las plazas comerciales han mejorado o empeorado el comercio local?

- Mejorado
- Empeorado
- Sin cambio

- ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**8. Satisfacción general:**

- En general, ¿cómo evalúa el impacto de las plazas comerciales en su negocio?

- Muy positivo
- Positivo
- Neutral
- Negativo
- Muy negativo

**9. Sugerencias y mejoras:**

- ¿Qué cambios o mejoras le gustaría ver en las plazas comerciales para beneficiar a los negocios aledaños?

\_\_\_\_\_

*Gracias por su atención!*

## Encuesta a plazas comerciales privadas

### Instrucciones:

Por favor, complete la siguiente encuesta. Su opinión es muy importante para entender el impacto de las plazas comerciales en la comunidad.

### Datos generales:

1. Nombre de la plaza comercial: \_\_\_\_\_
2. Nombre del establecimiento \_\_\_\_\_
3. Tipo de negocio \_\_\_\_\_
4. Tiempo de operación \_\_\_\_\_

### Preguntas:

#### 1. Impacto en ventas:

- ¿Ha notado un cambio en las ventas desde su permanencia en la plaza comercial?
- Aumento
- Disminución
- Sin cambios
- Si ha notado un cambio, ¿puede especificar el porcentaje aproximado?

#### 2. Clientela:

- ¿Cómo describiría el flujo de clientes en su negocio?
- Muy alto
- Alto
- Medio
- Bajo
- ¿Cree que la plaza comercial ha atraído más clientes a su negocio?
- Sí
- No
- No estoy seguro

#### 3. Estrategias comerciales:

- ¿Ha implementado nuevas estrategias comerciales desde su permanencia en la plaza?
- Sí
- No
- Si respondió afirmativamente, ¿puede mencionar alguna estrategia específica?

**4. Percepción sobre la competencia:**

- ¿Cómo calificaría la competencia que representan los pequeños negocios aledaños a la plaza comercial para su negocio?

- Muy alta
- Alta
- Moderada
- Baja

**5. Satisfacción general:**

- En general, ¿cómo evalúa el impacto de las plazas comerciales en su negocio?

- Muy positivo
- Positivo
- Neutral
- Negativo
- Muy negativo

**6. Comentarios adicionales:**

- ¿Hay algo más que le gustaría añadir sobre su experiencia con la plaza comercial?

*Gracias por su atención!*

## Entrevista a funcionarios del GAD de Manta

### **Introducción:**

- Agradecimiento por su tiempo y disposición para la entrevista.
- Explicación breve del objetivo de la entrevista.

### **Preguntas:**

#### **1. Información general:**

- Nombre del funcionario: \_\_\_\_\_
- Cargo: \_\_\_\_\_
- Institución: \_\_\_\_\_

#### **2. Percepción sobre las Plazas Comerciales:**

- Desde su perspectiva, ¿cuál ha sido el impacto general de las plazas comerciales en la economía local?
- ¿Qué beneficios han observado en la comunidad desde la apertura de estas plazas?

#### **3. Inversión y desarrollo local:**

- ¿Qué tipo de inversión ha realizado el estado en relación con las plazas comerciales?
- ¿Cree que la inversión en plazas comerciales ha generado un retorno positivo para la economía local? ¿Por qué?

#### **4. Impacto en el empleo:**

- ¿Ha habido un aumento en las oportunidades de empleo en la zona desde la apertura de las plazas comerciales?
- ¿Cómo evalúa el impacto en el empleo de los negocios aledaños, en comparación con las plazas comerciales?

#### **5. Relación con los negocios aledaños:**

- ¿Qué medidas se están tomando para asegurar que los negocios aledaños, se beneficien de la existencia de las plazas comerciales?
- ¿Existen programas de apoyo para los pequeños negocios, que han sido afectados por la competencia?

#### **6. Sugerencias y mejoras:**

- ¿Qué recomendaciones haría para mejorar la relación entre las plazas comerciales y los pequeños negocios aledaños?
- ¿Hay algo más que le gustaría agregar sobre su percepción de las plazas comerciales?

*Gracias por su atención!*