Pontificia Universidad Católica del Ecuador | SEDE ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

EL DELIVERY Y SU INFLUENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS EN EL CANTÓN ATACAMES

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

EMPRENDIMIENTO

AUTORA:

EVELYN FERNANDA VALVERDE MARIN

ASESORA:

MGT. MARIA ISABEL CHILA GODOY

ESMERALDAS, 2021

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Disertación aprobada luego de haber dado cumplimiento de los requisitos exigidos por el reglamento de Grados de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede en Esmeraldas, previa la obtención del Título de Licenciatura en Comercio Exterior.

Presidente tribunal de graduación.

Mgt. Ana Intriago

Lector 1

Mgt. Christian Mora

Lector 2

Mgt. Isabel Chila

Lector 3

Mgt. Mario Armas

Director de la Escuela

Mgt. Isabel Chila

Director de Tesis

Esmeraldas, 3 de agosto de 2021

AUTORÍA DE TESIS

Yo, **Evelyn Fernanda Valverde Marín** con cédula N°0804342590, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica, personal y elaborado bajo los parámetros de las normas APA SEXTA edición.

En tal virtud, expreso que el contenido de esta investigación es exclusiva responsabilidad, legal y académica de la autora y el contenido para efecto académico cedo el patrimonio intelectual de la misma a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

Evelyn Fernanda Valverde Marín

C.I. 0804342590

DEDICATORIA

A mis padres que han sido mi mayor motor para seguir avanzando, a mi madre en especial, por sus oraciones día a día y sobre todo su apoyo incondicional, a mi padre por sus enseñanzas y consejos.

A mis hermanas, Nicole y Lady que han estado en cada momento de mi vida para brindarme su apoyo, y ayudarme a superar cada obstáculo que la vida me ha presentado.

A mis hermanos que la vida me obsequio, Aracely y Ángel, por ser constantes en sus deseos, apoyo, confianza y ser parte de este logro.

A mi esposo, Fernando por acompañarme en todo este camino, siendo un pilar fundamental en mi vida, por ser mi compañero el cual me aplaude en mis momentos de gloria y me abraza cuando decaigo.

A mis abuelos, tíos, y tías por ser parte de mi vida, llenarme de alegrías y su cariño inmenso.

A mi compañera y amiga Daniela Tenorio por enseñarme perseverancia, amor, trabajo en equipo, y por siempre confiar en mí.

A Yeka y Diego por brindarme consejos, esperanza y animo ante las adversidades que se me han presentado.

A mis amigos y demás familiares muchas gracias por estar siempre presente.

Estrego este trabajo de investigación a DIOS mi padre,

en símbolo de ofrenda.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a Dios por otorgarme fortaleza, sabiduría, salud perseverancia e inteligencia para poder culminar mis estudios y así poder cumplir uno de mis muchos sueños.

Gracias a mis padres, esposo, familia y mis amigos, por creer en mí, por ser quienes me empujaban cada día para que yo pueda avanzar un escalón más.

A mi director de escuela Mgt. Mario Armas que gracias a sus conocimientos dedicación, pasión, he podido finalizar mi licenciatura.

Agradecimientos especiales a la Mgt. Mónica Vergara como tutora, a mi asesora Isabel Chila por la orientación brindada durante la elaboración de este trabajo investigativo.

A cada uno de mis docentes por cumplir un excelente trabajo en sus funciones.

A todos los que conforman mi escuela de Comercio Exterior mil gracias por las enseñanzas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN **1**
Presentación del tema de investigación 1
Planteamiento del problema 2
Formulación Del Problema 3
JUSTIFICACIÓN 4
OBJETIVOS 5
Objetivos Generales: 5
Objetivos específicos: 5
CAPÍTULO I **6**
1. MARCO TEÓRICO 6
1.1. Bases teórico-científico 6
1.2. Antecedente 9
1.3. Marco legal 10
CAPÍTULO II **12**
2. Materiales y métodos 12
2.1. Tipo de estudio 12
2.2. Investigación exploratoria 13
2.3. Método 13
2.4. Técnica e instrumento 13
CAPÍTULO III **17**
3. RESULTADOS 18
3.1. Características de la actividad comercial del cantón Atacames durante el confinamiento a causa del covid-19 18
3.2. Características del servicio delivery que se realiza dentro del cantón Atacames 21
3.3. Percepción de los emprendimientos respecto al impacto económico generado a través del delivery durante el confinamiento a causa del covid-19 22
CAPÍTULO IV **23**
4. DISCUSIÓN **23**
CAPÍTULO V **26**
5. CONCLUSIONES **26**
CAPÍTULO VI **27**
6. RECOMENDACIONES **27**
BIBLIOGRAFÍA **28**

ANEXOS..... **31**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de emprendimientos del cantón Atacames que utilizan delivery.....26

Tabla 2: Distribución por categoría y número de establecimientos comerciales en el cantón Atacames.....29

Tabla 3: Clasificación por actividad comercial y número de emprendimientos que trabajan con el sistema de delivery……. 30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Formas de pago que los emprendimientos del cantón Atacames, que cuentan con servicio a domicilió utilizan para finalizar la compra……..... 28

Figura 2: Distribución porcentual del uso del delivery en la actualidad.....31

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la influencia que ha tenido el delivery en el comercio de bienes y servicios dentro del cantón Atacames durante el confinamiento a causa del COVID-19. La metodología empleada fue de carácter analítico sintético, de campo, exploratorio, no experimental y cualitativa; y se utilizó el método deductivo y método aleatorio simple.

La técnica que se utilizó para la recolección de información fue la encuesta, la misma que fue aplicada a los emprendimientos del cantón Atacames que ofertan sus productos por medio de una plataforma o catálogo de delivery, y aquellos empresarios que crearon empresas de delivery en época de pandemia.

Entre los resultados se determinó que los propietarios de los emprendimientos definen al delivery como satisfactorio y bueno, por razones que este sistema les permitió ofertar y vender sus productos en época de pandemia: Los emprendedores indicaron que en el cantón Atacames se da el comercio al por menor, por motivos que no cuentan con la compra directa en las diferentes fabricas del país: Los emprendedores no van a la par con las tendencias del mercado. El 75% de los entrevistados no adaptan formas de pagos modernas y prefieren tener métodos de pagos tradicionales, como es el efectivo, además, se conoció diferentes falencias del sistema de delivery, pero también permitió establecer un criterio del aumento o disminución de las ventas en los diferentes emprendimientos. Las proyecciones de las empresas dedicadas al delivery pretenden extenderse a otros cantones en el futuro, estas empresas hoy en día ofrecen varios beneficios a sus clientes tales como afiliaciones, marketing, entre otros

PALABRAS CLAVE

Delivery, Emprendimiento, Medio de pago, Covid-19, Entregas a domicilio.

ABSTRACT

The present research had as an aim to analyze the influence that the delivery service has had in the trade of goods and services in Atacames town, during the confinement because of COVID-19. The methodology used was of a synthetic analytical, field, exploratory, and qualitative; and a deductive and simple random method was also used.

The technique used in order to gather information was the survey, the same one that was applied to the entrepreneurships of Atacames town; they offer their product through a platform or delivery catalogue and those entrepreneurs that created delivery Enterprise during this pandemic period.

Among the results, it was determined that the entrepreneurships' owners define the delivery as a good and satisfactory service, because this new system allowed them to offer and sell their products during this pandemic period. The entrepreneurs indicated that the trade that occurs in Atacames town is retail, it is because they don´t have a direct business with the different factories of the Country. The entrepreneurs are not in the same level with market trends. The 75% of the interviewed do not assume modern payments ways, because they prefer traditional payments as a cash, furthermore, different flaws were noticed in the delivery service system, but it also allowed to stablish an increase and decrease criteria about sales of the different entrepreneurships. The projections of this kind of delivery´s enterprise intend to be extended to other towns in the future; these enterprises nowadays offer several benefits to their clients as membership, marketing, among others.

KEYWORDS

Delivery, entrepreneurship, payment method, Covid-19, delivery.

.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación

El servicio de reparto de bienes a domicilio, más conocido como delivery por su palabra adaptada del inglés, ha existido durante muchos años en el sector productivo y comercial, facilitando a los consumidores la obtención de productos sin movilizarse al lugar donde se producen o se venden. Este servicio se ha venido generando tanto de manera formal como informal, siempre brindando la oportunidad de llegar al consumidor y satisfacer sus necesidades.

La pandemia causada por la aparición del virus del COVID-19, convirtió al servicio de delivery en una alternativa muy adecuada dentro de la situación que este virus causó. Dado que la propagación del virus se agudizó por el contacto entre personas, los países adoptaron la medida de "quédate en casa" para evitar la propagación del virus. Adicionalmente, el temor de la población por contraer el virus saliendo de sus hogares, disminuyó el movimiento comercial y productivo del mundo.

Esta situación impulsó a los emprendimientos a buscar formas novedosas y permitidas para continuar con sus negocios y generar ingresos. Entre estas formas se destacó el fortalecimiento del servicio de delivery, el mismo que permitía a los negocios continuar sus operaciones a pesar del virus, y poder satisfacer las necesidades de la ciudadanía en general. En el Ecuador, la creciente demanda de servicios de delivery motivó a jóvenes desempleados empezar a prestar servicios de entrega a domicilio con motos u otros vehículos de los que disponían. Atacames es uno de los cantones de la provincia de Esmeraldas, que, debido a ser una localidad turística, también se unió a la implementación del servicio de delivery en sus emprendimientos. Lehtinen (1983) manifiesta que un servicio es "una actividad o una serie de actividades generadoras de la satisfacción para los consumidores, que se produce como resultado de la interacción entre los clientes y una persona" (p. 81).

A pesar de que el servicio tiene características positivas, se desconoce qué influencia ha generado este servicio en el sostenimiento de las actividades comerciales del cantón y

qué tal ha sido su beneficio para los microempresarios, emprendedores y clientes. Es por esto que, nace la necesidad de investigar cuál ha sido la influencia del delivery en la comercialización de bienes y servicios en el cantón Atacames, con el fin de conocer cómo se comporta el consumo de la población en relación con este servicio, determinar la magnitud de los beneficios o perjuicios que esta actividad ha representado para el área comercial del cantón Atacames, y finalmente saber sobre las oportunidades o amenazas que este tipo de servicio.

Parte importante del análisis incluye conocer la percepción de diferentes actores, tanto de las empresas que ofrecen el servicio de delivery, como de los negocios o emprendimientos que contratan el servicio de delivery y también de los clientes que reciben el beneficio de este servicio. Al final del estudio se podrá conocer que aportes generó la actividad de delivery y cómo ha sido su operatividad y desempeño dentro del cantón.

Los diferentes programas que se han creado para la nueva economía digital apoyan al sostenimiento de la innovación y competitividad, por ello, el *Startup* es un modelo que fue creado para crecer rápidamente lo cual va dirigida para empresas emergentes, estas empresas en su mayoría se proyectan con un producto mínimo viable, ponen este producto o servicio a disposición del cliente de manera gratuita, con el fin de lograr usuarios, en esta etapa los usuarios con comentarios permiten a los fundadores orientar y modificar el servicio para maximizar la propuesta de valor y optimizar la experiencia de usuario, cuando los emprendedores se sientan algo satisfechos frente al producto lo lanzan al mercado en una versión mejorada.

European Startup Monitor (2015), define al *Startups* Como “Empresa de menos de tres años que emplean tecnología o formas de negocio altamente innovadores o bien, cuentan con un potencial de crecimiento significativo en términos de ventas o empleo”.

Planteamiento del problema

La pandemia a causa del COVID-19 no solo provoco la demanda sanitaria a nivel mundial, sino que también provocó el cierre obligatorio de los diferentes centros comerciales y tiendas físicas, provocando así una transformación digital y comercial, contemplando diferentes necesidades en cada ciudadano, la restricción vehicular y toque de queda establecido en el cantón Atacames, originó demanda en la adquisición

de productos de primera necesidad, provocando que surgiera de manera improvisada diferentes agentes económicos que ofertaban el servició de comprar el bien o servicio requerido por el ciudadano y llevarlo hasta el destino solicitado.

Algunos negocios han implementado el servicio de delivery dentro del cantón sin estar regulados, en estos casos, esta actividad no da garantías de ser seguras y esto genera incertidumbre en la ciudadanía.

Las afectaciones económicas generadas por el Covid-19 se hicieron presentes en todo el mundo y Atacames no fue la excepción, por esta razón, se ha visto en la necesidad de implementar el sistema de delivery y con ello se han generado situaciones que requieren ser evaluadas para determinar si está implementación ha traído beneficios o no, considerando que se trata de un servicio nuevo dentro del cantón Atacames.

Esta actividad de servicio a domicilio se encontraba a la expectativa para los diferentes emprendedores que de una u otra manera buscaban vender sus productos, ya que antes de pandemia se utilizaba el método tradicional de venta y compra en las tiendas física, por ello, no existía un análisis del uso del delivery como estrategia para los emprendimientos en momento de pandemia, mucho menos la investigación de la influencia que este servicio puede brindar, como ha sido su función y si los negocios han observado incremento en sus ventas o simplemente no requieren de este servicio.

Se conoce que en la actualidad la empresa nacional Portear, creada por jóvenes esmeraldeños extendió sus servicios de delivery dentro del cantón, empresa que por lo general solía funcionar únicamente dentro de la ciudad de Esmeraldas, con un sistema de aplicación móvil, la cual se encuentra disponible en aplicaciones como Google Play Store y App Store de Apple. Pero aparte de esta empresa multinacional se ha podido identificar diferentes empresas de delivery que hoy en día abordan al cantón, como por ejemplo PideYa diseñada con fin de delivery, no cuenta con una aplicación, pero si esta enlazada con los emprendimientos de Atacames, ofertando sus servicios por medio de un catálogo, siendo este también un emprendimiento de un joven esmeraldeño.

Formulación Del Problema

¿Cuál ha sido la influencia del delivery en la comercialización de bienes y servicios en el cantón Atacames?

JUSTIFICACIÓN

La globalización acompañada de la vida moderna ha incidido notoriamente en las entregas a domicilio (delivery) como una práctica recurrente que las personas emplean al no tener tiempo para realizar actividades que anteriormente hacían de forma habitual.

Generar estudios sobre el delivery resulta importante porque a pesar de ser un tema actual, aún hace falta mucho por investigar sobre esta actividad económica que se encuentra en auge y que resulta de mucho interés para el sector comercial del cantón, la provincia y el país, ya que permitió conocer cuáles son las condiciones del mercado en la actualidad, una vez implementado el sistema de delivery tanto para la población, como para visitantes nacionales e internacionales que este cantón recibe año a año.

Es importante que este tipo de servicio cuente con una rigurosa planificación y diseño, evaluando el tiempo y los costos, con el fin de cumplir su objetivo de colocar en cierto lugar y momento un bien o un servicio que el consumidor requiera.

A efecto de este nuevo sistema, los emprendedores han empezado a contratar estos servicios como estrategia de sostenibilidad en algunos casos y en otros como una alternativa de crecimiento y diversificación, pero también se ha visto emprendimientos que han decidido hacer servicio a domicilio por su propia cuenta.

Esta investigación nos permitió tener una idea clara, de cómo se encuentra el mercado de Atacames para aquellos empresarios que decidieron implementar una empresa de delivery y para aquellos emprendedores que son parte de este sistema, y sobre todo para los que aún no son parte del mismo, pero, sin embargo, de una manera informal hacen entregas a domicilió por su propia cuenta, siendo estas posibles personas interesadas en implementar un proyecto de delivery en sus negocios.

Partiendo de estos diferentes puntos, fue indispensable primeramente conocer como los emprendimientos catalogaron el servicio a domicilio que se brindaba dentro del cantón Atacames, por consiguiente, se indago si la población tiene o no cultura de pedir un servicio o un bien por medio de un dispositivo, se especificó el uso de los medios de pago y los canales por donde este sistema pudo operar.

El delivery al ser una actividad poco común en el cantón, deja abierta la necesidad para investigar sobre el tema, pero, sobre todo, conocer la influencia que este sistema ha tenido en la comercialización de bienes y servicio en el cantón Atacames. Es importante especificar que dentro de la carrera de comercio exterior no existe una investigación previa sobre este tema.

OBJETIVOS

Objetivos Generales:

Analizar la influencia que ha tenido el Delivery en la comercialización de bienes y servicios dentro del cantón Atacames durante el confinamiento a causa del COVID-19

Objetivos específicos:

- Determinar las características de la actividad comercial del cantón Atacames durante el confinamiento a causa del COVID-19
- Identificar las características del servicio delivery que se realiza dentro del cantón Atacames.
- Conocer la percepción de los emprendedores respecto al impacto económico generado a través del delivery durante el confinamiento a causa del COVID-19

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teórico-científico

"La comercialización de un producto se puede definir como las acciones que buscan la concreción de la venta y comercio de un producto. De modo que las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución" (Domínguez, 2017).

"El comercio minorista es la actividad del negocio de vender bienes o servicios al consumidor final" (Lewison, Dale, 1997).

La distribución de los bienes se da por medio del comerciante que tiene un bien tangible o mercaderías que constituya a la distribución comercial. Martínez, (2016) afirma que "El comerciante mayorista es un intermediario que se caracteriza por vender a los minoristas, a otros mayoristas o a los fabricantes, pero no al consumidor o usuario final"

Según Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO, (2019) "El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur".

Con la trayectoria del comercio se van creando teorías que van de la mano con la tendencia del mercado, y las necesidades y característica que debería tener una empresa para llegar hacer exitosa. Por ende, una empresa que es diseñada expresamente para el servicio de delivery es capaz de evaluar diferentes momentos. Alvares, Curbelo, Varela, (2014) indica que una empresa de delivery puede identificar las insatisfacciones del consumidor entre lo que el cliente espera obtener del servicio a lo que en realidad obtiene del servicio, este tipo de identificación puede a la empresa hacerla evolucionar ya que le permite tener una visión global del funcionamiento si es incorrecta modificarla y si esta es correcta, enfocarse en crecer constantemente en su servicio. De igual forma

es necesario la identificación de la insatisfacción del servicio que adquiere el cliente, también es vital para la empresa delivery o identificar la satisfacción de los clientes ya que permitirá una mejora continua por parte de la empresa.

Según Seoane (2005), “existen cuatro generaciones que conforman la trayectoria de la historia del comercio. La primera se dio en 1993 donde solamente se creaban páginas web, aquí se encontraba información de las grandes empresas”, con el objetivo de hacerse conocer a nivel mundial, y esta era muy limitada ya que únicamente proporcionaban información, y recopilaban datos y en estas no se podía comprar. “En lo que respecta con la segunda generación, aquí ya se habilitó la compra de productos y las nuevas formas de pago como transferencias en línea y cheques. Luego, en la próxima generación ya se crean páginas web interactivas por primera vez, en las cuales se consideraba que era más seguro comprar en línea y ya las transacciones se podían realizar con tarjeta de crédito” en estas se utiliza el marketing en red. “Finalmente, en la cuarta generación se diseñan páginas web mayor interfaz y seguras siendo esta la característica que ofrecía mayor competitividad entre las empresas. En esta generación las páginas webs eran más atrayentes a los usuarios porque con este nuevo sistema podía realizar sus compras en línea con guías de pasos para la adquisición del producto, además de poder comprar con mayor seguridad”.

En concordancia con Jiménez y Martínez (2006) quien afirma que ciertamente “El contexto empresarial se halla inmerso en un profundo proceso de cambio y reestructuración, sobre todo debido a la aparición y difusión que, de manera continua, se está produciendo de nuevas aplicaciones de TICS”

El marketing es un término que tiene un rol muy importante en este tema del delivery y como este ha influenciado en los cambios de acuerdo a Muñiz (2010) “El éxito del e-marketing comienza con un proceso continuo de conversión de clientes potenciales en clientes leales, fidelizados y satisfechos que utilizan internet como canal de comunicación, ventas y/o distribución”.

Los países desarrollados o aquellos en vías de desarrollo ven al emprendimiento como una alternativa ante la crisis mundial que se vive tanto política como laboral por ello. “El emprendimiento es un proceso global presente en todos los países, que se ha desarrollado desde la existencia del hombre, el cual ha explorado y trabajado para

procurarse siempre un sustento. Esta iniciativa económica es vista como una opción a la incertidumbre laboral y a la necesidad de generación de riqueza" (Rodríguez 2014) de esta forma se ve la necesidad de crear riquezas en la población a partir de iniciativa, especialmente por parte de la juventud con temas innovadores, capaces de emprender.

No todas las personas tienen habilidades de ser emprendedores y de administrar un negocio y es por ello que Molina, López, Contreras (2014) refieren que aquellos emprendedores de las Pymes que se generaron con un fuerte crecimiento tienen claro sus competencias que deben asumir, para enfrentar los nuevos desafíos del futuro en el mercado que se va desarrollando, lo cual esto se produce que se apliquen diferentes estrategias que van para la parte interna de la empresa como es su personal, dando como resultado estrategias hacia fuera de su empresa, por ende usando la red de negocios.

En el estudio sobre la satisfacción del cliente de Ivan Thompson (2006) define que :

> En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y, por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas (p.1).

El delivery es una actividad que implica una función logística, con el fin de proporcionar un servicio de entrega a domicilio y satisfacer las necesidades existentes respecto al traslado de productos al cliente final.

Si bien se entiende que el servicio de entrega a domicilio es un proceso de la organización, es importante mencionar la historia de la logística ya que esta es la operación que hace realidad la entrega a domicilio. Castro (2007) afirma que "El inicio de logística se podría encontrar desde los primeros grupos humanos, donde individuos guardaban su comida en un cierto período de año en cuevas apropiadas y accesibles para poder disponer de ella en los inviernos".

Una vez mencionado los inicios de la logística, se puede apreciar su evolución entre los usos de los TIC's a través de distintos canales de distribución lo cual permite que los

emprendimientos crezcan de cierta forma debido a que estos cumplen un papel importante en el desarrollo de las Pymes. Rada (2009) refiere que para la mejora continua y una mayor productividad de los recursos humanos es necesario el uso de los TICS, no olvidándose que dentro de la empresa es indispensable el talento humano y por ende es tarea de los altos funcionarios interactuar el uso de los tics con los cambios constantes.

Hoy en día el delivery se ha posicionado en diferentes mercados, su tendencia ha cambiado con el pasar de los años, las tiendas están ingresando a este mercado, existen diferentes formas de obtener lo que se necesita pidiéndolo desde un sitio diferente de donde se encuentra la persona.

Basados en el artículo "El delivery es más viejo que la escarapela", escrito por Cristina Córdova (2012) tenemos: "De 1800 al siglo XXI, siempre ha habido delivery (servicio de entregas), venta callejera, entregas a domicilio y reparto de viandas (comida, especialmente carne y pescado). Hoy en motos, ayer en carros o en canastos que colgaban de un palo sobre los hombros del mozo"

1.2. Antecedente

Después de realizar un análisis exhaustivo sobre el delivery y su influencia en la comercialización de bienes y servicios, se determinó que se trata de un área poco estudiada y desarrollada en Ecuador. Prueba de ello, se refleja en la investigación, donde se encontraron escaso artículos que hacen referencia a este tema de investigación

En la investigación de Albarracin, Kenneth, Vila (2018) denominada "Servicio Delivery de comida casera para adultos mayores". Se establece como objetivo general, "Desarrollar un plan de marketing para el servicio delivery de comida casera para adultos mayores residentes en el distrito de Miraflores, que contribuya a mejorar la calidad de vida de este segmento a través de su nutrición" (p.7). Mediante el empleo de la metodología de la herramienta del Business Model Canvas lo cual esta evaluación permitirá, describir las bases sobre las que el presente proyecto crea, proporciona y capta valor ,en este modelo de negocio se desarrolló un análisis la evaluación externa, que permitirá determinar la influencia del entorno en la industria y en el modelo de negocio a través del análisis PESTE, sobre la base de los resultados del análisis PESTE que la precede, con el objetivo de determinar si el presente proyecto está o no

aprovechando las oportunidades y evitando o no las amenazas identificadas. A partir del análisis con la matriz MEFE se concluye que el presente proyecto de negocio, tiene oportunidades que podría aprovechar como es la estabilidad política del país, el crecimiento sostenido del PBI y el cambio de estilo de alimentación de la población, que busca alimentos saludables y nutritivos

Por otro lado, Velázquez Y Hernández (2015) investigó sobre "Pasos para implementar un servicio a domicilio, para las pequeñas empresas en el sector de comidas rápidas". Se estableció como objetivo general "Desarrollar un manual con el paso a paso de cómo debe hacerse la implementación del servicio a domicilio" (p.28), Mediante el empleo de la metodología Inductivo – deductivo, esta investigación concluyo con 9 pasos para la implementación de servicio a domicilio, los cuales son: Definir la línea única de domicilios, Definir las herramientas de recepción de las llamadas y de toma de pedidos, Definir la zona de cubrimiento geográfico, Definir el número de domiciliarios y el recipiente de transporte, Definir los empaques de los productos, Definir el personal de atención de la línea telefónica, Definir medios de pago, Evaluación del servicio, Acciones de mercadeo.

Por otro lado, un artículo realizado por Linero y Botero (2020) difunde " los resultados obtenidos a partir de una investigación cualitativa, que tuvo por objetivo la identificación de los hábitos de consumo en línea, en una muestra de personas entre los 24 y 34 años, de estratos socioeconómicos 3 y 4 de la ciudad de Bogotá" las cuales tuvieron como resultado, que en la compra en línea los clientes demostraron una satisfacción en el proceso, por ende no presentaron comentarios negativos, más bien argumentaron que a medida que iban explorando el sitio web sintieron confianza .

A pesar de existir algunas investigaciones similares a la investigación que estoy abordado sobre la influencia de la comercialización de bienes y servicios en el cantón Atacames, ninguna se ha enmarcado en investigar lo que se plantea en esta investigación por ende los resultados que se obtengan del estudio servirán de aporte para futuras investigaciones.

1.3. Marco legal

Constitución de la República del Ecuador (2008), art 66, numeral 15 se conoce y garantiza a las personas "El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma

individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental" (p.30)

El artículo 249 de la constitución de la república del Ecuador, (2008) dispone que. "Los cantones cuyos territorios se encuentren total o parcialmente dentro de una franja fronteriza de cuarenta kilómetros, recibirán atención preferencial para afianzar una cultura de paz y el desarrollo socioeconómico, mediante políticas integrales que precautelen la soberanía" biodiversidad natural e interculturalidad. La ley regulará y garantizará la aplicación de estos derechos" (p. 83).

Según la Ley de Turismo (2014), Art. 5, manifiesta lo siguiente: "Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: b. Servicio de alimentos y bebidas" (p.2).

De acuerdo con El Reglamento general a la ley de turismo del año (2015), Art. 43, literal b dice lo siguiente: "Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas 22 para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento" (p. 11).

De acuerdo a la Ley de Turismo (2014), Art. 10, manifiesta lo siguiente: El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

La normativa relacionada, les otorgan gran importancia a las pymes como una de las principales unidades productivas en el país, vinculadas al emprendimiento, en el artículo 311 de La Constitución del Ecuador, 2008 se señala que: El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro

El artículo 75, de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, 2018 establece la siguiente definición:

Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. - Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

CAPÍTULO II

2. Materiales y métodos

Para poder realizar este trabajo de investigación de manera favorable, y lograr los objetivos planteados, fue imprescindible que se establezcan previamente los pasos o fases a cumplir, para la consecución de estos, fue importante definir la metodología como un medio para la utilización de las herramientas investigativas adecuadas en el desarrollo de recopilación de información.

2.1. Tipo de estudio

Analítico- sintético

Esta investigación tuvo un alcance analítico-sintético, porque permitió describir la influencia del delivery en el comercio de bienes y servicios en el cantón Atacames, actitudes, situaciones que describieron el objeto de estudio, ventajas, desventajas, efectos socioculturales y económicos. Se tuvo la oportunidad de observar el comportamiento del comercio de bienes y servicios dentro del cantón con el ingreso de un sistema de delivery en los diferentes emprendimientos y opiniones de los empresarios que integran el cantón Atacames.

Investigación de campo

El presente análisis fue una investigación de campo, porque el levantamiento de información se efectuó mediante, encuestas recopilando dicha información

directamente de fuentes originales tales como los emprendimientos que optaron por ingresar al sistema de delivery, y aquellas microempresas que fueron diseñadas con el fin de ejercer la actividad de delivery.

Investigación Cualitativa

Esta investigación es de carácter cualitativo, ya que permitió registrar las diferentes narrativas de los fenómenos que se estudiaron mediante técnicas tales como entrevista semiestructurada, todo aquello con la finalidad de determinar las características del comercio del cantón Atacames y del servicio delivery que se realiza en el sector.

2.2. Investigación exploratoria

A medida que se desarrolló esta investigación, se la definió como exploratoria debido a que el presente estudio no había sido posicionado dentro del mercado objetivo, por lo cual esta investigación me permitió examinar la influencia del delivery en la comercialización de bienes y servicio en el cantón Atacames, también relacionar posibles comportamientos, beneficios o desventajas que se dieron en el lugar antes mencionado, con el fin de generar una pauta para una investigación más completa en el futuro.

2.3. Método

Se utilizó el método deductivo, el cual permitió conocer información relevante sobre el delivery y su influencia en el comercio del cantón Atacames en tiempo de pandemia por el COVID-19, con el fin de determinar, si este sistema trajo resultados favorables o no a la comercialización de bienes y servicios

2.4. Técnica e instrumento

2.4.1. Población

Población 1: Dos micro-emprendedores que crearon un sistema de delivery debidamente estructurado de entrega a domicilio como tal.

Población 2: Treinta y siete emprendedores del cantón Atacames que ofertaron sus productos por medio de un sistema de delivery

La totalidad de los emprendimientos en el cantón Atacames que se encuentran registrados en el catastro es de 1314 establecimiento con diferentes actividades, por ello analizando las plataformas y catálogos de las empresas de delivery que operan en Atacames, se determinó que únicamente 37 establecimientos optan por ofertar sus productos por medio de este sistema de delivery.

2.4.2. Muestra

Muestra 1: Se tomó a toda la población como muestra, debido a que está estructurada únicamente por dos microempresarios los cuales son:

- Preciado Parrales Fernando Patricio, junto a otros cuatros compañeros (Portear)
- Alejandro Guerra (Pide Ya)

Muestra 2: Se estableció un muestreo aleatorio el cual dio como resultado que la muestra seria 5 de 37 emprendimientos que promocionan sus productos por medio de una plataforma de delivery.

A continuación, se presenta una tabla referente a la totalidad y distribución de la población según la actividad con la que los emprendimientos participaron en las dos empresas de delivery consideradas en esta investigación: “Portear y Pide Ya”

Tabla 1

Distribución por actividad de emprendimientos del cantón Atacames que utilizan delivery.

PORTEAR Y PIDE YA	
Restaurante	La casa del camarón, los ceviches de pachuli, Stop, Jhair, Anita restaurante, Hnos. Nieves, los bolones de Michelle, chifa sabroso, chifa internacional, pollo el rey, encebollado panchito, Mr chanduche, Camarón por libra, súper encebollado Eddy, las hamburguesas del rey David, Kfc, cevichería yuber ney, Pazda, la esquina de ales, encebollados y algo mas
Licorera	Matheus y Evans licorería
Pizzería	Cioccolato y café, Pizzería Sotti, Pizzería solemio, Simón pizza, Mini pizzas, Pizzería viña azul, Waves pizzería, Pizza macondo, La pérgola
Panaderías	Mi buen pan, panadería, Chocolate cafetería y pastelería, Panadería loor
Tiendas	Minimarket Tonsupa , Tía
Lavanderías	Lavandería limpiecita
Farmacias	Desyfar Tonsupa
TOTAL= 37	

Fuente: Plataforma y catalogo digital de “Portear y Pide Ya”

2.4.3. Técnicas

Entrevistas

En el presente estudio se empleó la técnica de la entrevista en profundidad semi-estructurada, la misma que se aplicó a aquellos microempresarios que crearon empresas de delivery en Atacames en medio de la pandemia, y a los emprendimientos que optaron por vender sus bienes y servicios por medio de las diferentes plataformas de delivery o catálogos, logrando obtener información relevante sobre el tema de estudio.

La entrevista se centró en interrogantes puntuales pero flexibles, relacionados con el tema de estudio propuesto y en concordancia con el objetivo general de la investigación.

El objetivo de la primera entrevista fue poder conocer el impacto económico que el delivery género para comerciantes en tiempo de pandemia.

El objetivo de la segunda entrevista se enfocó en determinar las características del comercio del cantón Atacames, determinando así, el medio de pago que los negocios de Atacames le ofrecían a sus clientes para poder finalizar la compra, el tipo de productos que estos negocios comercializaban, y el canal o el medio que los usuarios utilizaban para realizar pedidos a domicilio, de igual forma se pudo determinar un tiempo aproximado de estas entregas; calificación del delivery y motivos por el cual los emprendimientos utilizaban repartidores para comercializar sus productos.

2.4.4. Instrumento

Se utilizó un guion de preguntas, para esto se desarrolló un derrotero de preguntas para hacerle al sujeto de estudio, las preguntas fueron abiertas, permitiendo al entrevistado dar una respuesta más libre, profunda y sobre todo completa, con el fin de matizar sus respuestas y ahondar en el tema.

2.4.5. Análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de la información no se utilizó ningún sistema específico, sólo fue necesario el uso de Word para la transcripción de las entrevistas en profundidad, las mismas que luego fueron procesadas, organizadas y sintetizadas según los requerimientos específicos del estudio.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS

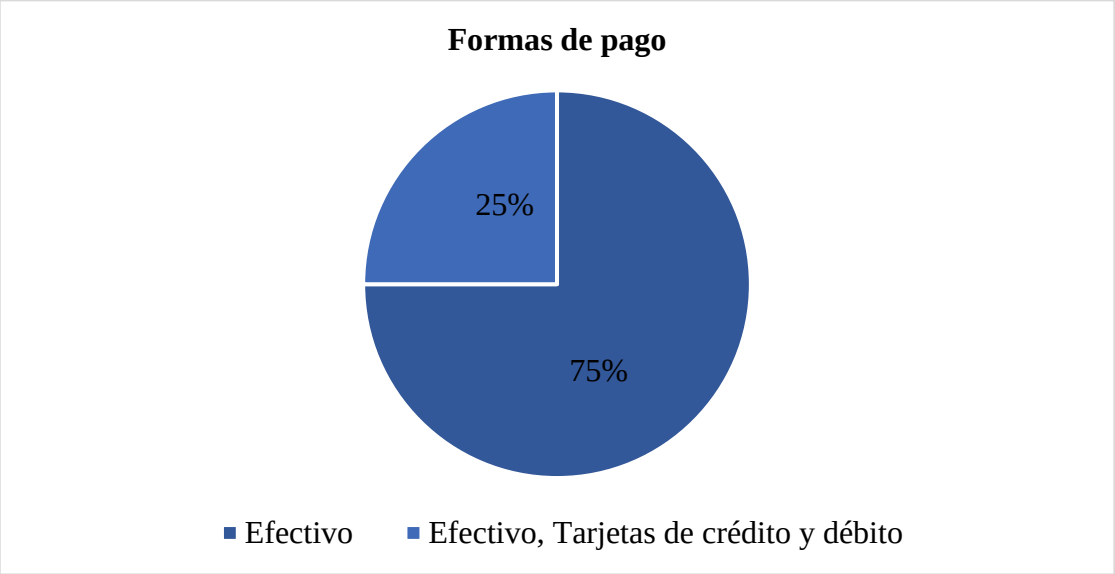
3.1. Características de la actividad comercial del cantón Atacames durante el confinamiento a causa del covid-19

Respecto a las diferentes entrevistas realizadas, se estableció que una de las principales caracterizas de la actividad comercial en el cantón, es la compra de la materia prima a los minoristas, debido a que no cuentan con la compra directa en las empresas o fábricas, sino más bien, suelen hacer compras a los distribuidores autorizados o en muchas ocasiones a intermediarios.

La actividad comercial del cantón Atacames también se caracteriza por utilizar como medio de pago el efectivo, ya que es la más conocida y manejada por la gran mayoría de la ciudadanía.

Figura 1.

Formas de pago que los emprendimientos del cantón Atacames, que cuentan con servicio a domicilió utilizan para finalizar la compra.



Fuente: Comerciantes de Atacames que venden por medio de una microempresa de delivery

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Atacames 2014-2019 se pudo obtener la siguiente información sobre el número de establecimientos:

Tabla 2

Distribución por categoría y número de establecimientos comerciales en el cantón Atacames.

ESTABLECIMIENTOS	NUMERO
Manufactura Artesanías	7
Comercio	682
Servicio	555
Otros	2
Total	1314

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Atacames 2014-2019

En el análisis realizado a la plataforma y catálogo electrónico de empresas de delivery como “Portear” y “Pide ya”, se pudo clasificar por actividad y número de establecimientos que utilizan el sistema de delivery. Este análisis muestra que 37 emprendimientos del cantón Atacames han implementado una forma adicional de vender sus productos, donde el mayor número de establecimientos se concentra en restaurantes.

Tabla 3

Clasificación por actividad comercial y número de emprendimientos que trabajan con el sistema de delivery.

ACTIVIDAD COMERCIAL	***N°. DE ESTABLECIMIENTOS***
Restaurante	21
Licorera	1
Pizzería	9

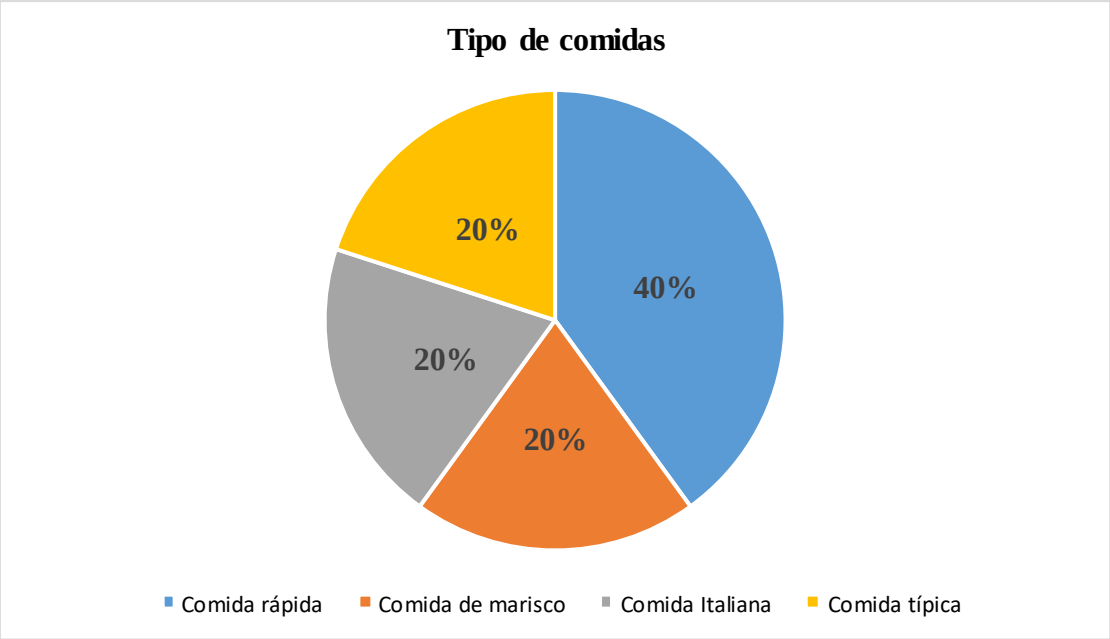
Panadería	3
Tiendas	1
Lavandería	1
Farmacia	1
Total=	**37**

Fuente: Plataforma y catalogo digital de "Portear y Pide Ya"

Una vez analizado la plataforma y catálogo de las microempresas de delivery se procedió a entrevistar a cinco establecimientos, dando como resultado que el 100% de los entrevistados tiene como actividad principal la venta de comida, resumidas en las siguientes categorías:

Figura 2

Distribución porcentual del uso del delivery en la actualidad.



Fuente: Catalogo y plataforma de las microempresas de delivery

3.2. Características del servicio delivery que se realiza dentro del cantón Atacames

El delivery dentro del cantón Atacames se caracterizó por ser una opción indispensable en tiempo de pandemia, ya que fue el canal que permitió gestionar una compra por medio de un dispositivo electrónico y que este llegue a su destino, el 100% de los entrevistados indicaron que el medio que utilizan sus clientes para realizar un pedido es catálogos electrónicos, plataformas, mensajes, y llamadas telefónicas, permitiendo la seguridad de los usuarios.

Sin embargo, el 100% de los consultados, señalan que el sistema delivery carece de optimización en el tiempo de entrega, debido a que la demanda es alta y los encargados de entregar el producto al consumidor final se demoran mucho en realizar las entregas, esta situación ha generado la molestia de muchos clientes que utilizan este servicio.

Respecto a la calificación que dan los usuarios sobre el servicio de delivery en el cantón Atacames, el 100% de los entrevistados indicó que a pesar de que el servicio no es del todo perfecto, les parece muy útil, ya que ha permitido que sus productos se vendan sin necesidad que el usuario deba desplazarse hasta el lugar.

Los empresarios de delivery entrevistados, expresaron que sus empresas se caracterizan por ofrecer a los diferentes emprendimientos motivación, ferias marketing, seguridad confianza, productividad y sobre todo afiliación, ya que tenían como estrategia proporcionarle una oportunidad única para los emprendimientos que desde un inicio de su naturaleza empezaron a trabajar con estas empresas de delivery, llegando a cobrarle el 50% de la cuota normal que se estableció para vender los productos por medios de la plataforma de “ Portear” . De la misma manera, las dos empresas entrevistadas “Portear” y “Pide ya”, manifestaron que sus empresas llegaron para seguir trabajado por el bien y comodidad de la ciudadanía, enfatizando que llegaron para quedarse y esperando seguirse extendiéndose a otros cantones, siendo una alternativa de trabajo en conjunto para los emprendimientos.

3.3. Percepción de los emprendimientos respecto al impacto económico generado a través del delivery durante el confinamiento a causa del covid-19

El delivery en el cantón Atacames es nuevo y surgió en época de pandemia, los emprendimientos entrevistados indicaron que antes no contaban con este tipo de servicio de entrega a domicilio, ya que no existía una empresa que ofertara este servicio.

Entre los hallazgos de esta investigación se determina que un grupo representativo de la población ha cambiado sus hábitos al momento de realizar sus compras, ya que ahora, prefieren pedir a domicilio por seguridad, comodidad, y facilidad, antes que hacer sus compras personalmente.

Del grupo de emprendimientos que adoptaron el servicio de delivery manifiestan que 75% de las ventas estuvieron en nivel de condiciones normales, el 25% estableció que sus ventas tuvieron un leve crecimiento a las ventas normales. No se logró conocer las utilidades de los emprendimientos ya que estos no habían medido este margen, sin embargo, la muestra de emprendedores entrevistados consideró que el delivery en el cantón sirvió como fuente de empleo, también permitió que no existan despidos masivos sobre todo en la línea de emprendimientos que ofertaban comida.

La entrevista realizada a los dos propietarios de las empresas de delivery, como lo fue "Portear y Pide Ya", arrojo que esta nueva tendencia, permitió que ellos pudieran sumar a sus equipos de talento humano dentro del cantón Atacames, a más de 5 jóvenes que contaban con motocicleta y documentos al día, resaltando que también genero oportunidades para más de 30 emprendimientos, ya que se impulsó la distribución de sus bienes y servicios.

Los emprendedores entrevistados compartieron su percepción sobre la economía en situación de pandemia, manifestando que sus gastos tales como energía eléctrica y agua no disminuyeron en sus negocios, sí no que, se mantuvieron igual, generando un problema más a su economía, explicando que a pesar de que las ventas en sus negocios no decayeron, muchos miembros de su familia no podían continuar con sus trabajos diarios, teniendo la responsabilidad de solventar sus hogares sin colaboración de todos los miembros aptos y dispuestos a trabajar.

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

A través de la encuesta realizada a cinco emprendedores del cantón Atacames y a dos microempresarios de delivery, se pudo definir que la influencia del delivery es satisfactoria ya que lo perciben como útil para poder promocionar y vender sus productos más aun en tiempo de pandemia. Por otro lado, se evidenció que a pesar de que el sistema tiene falencias, tales como el tiempo de entrega, las empresas de delivery expresan compromiso con los emprendimientos y afiliaciones.

En la revisión de la literatura no se encontró una investigación que hable exactamente sobre la influencia del delivery, pero sí sobre la satisfacción del cliente mediante compras en línea. Linero y Botero (2020) divulgan los resultados obtenidos a partir de una investigación cualitativa, que tuvo por objetivo la identificación de los hábitos de consumo en línea, en una muestra de personas entre los 24 y 34 años, de estratos socioeconómicos 3 y 4 de la ciudad de Bogotá las cuales tuvieron como resultado, que en la compra en línea los clientes demostraron estar satisfechos en el proceso, por ende no presentaron comentarios negativos, más bien argumentaron que a medida que iban explorando el sitio web sintieron confianza.

En referencia a lo citado por el autor Seoane (2005) menciona cuatro generaciones que conforman la trayectoria de la historia del comercio, comenzando con la creación de las páginas web, implementación de formas de pago, la tercera generación llego a un nivel más avanzado, ya que crearon paginas interactivas y transacciones que se podían realizar con tarjeta de crédito o débito en las cuales se consideraba que era una transacción confiable. En las encuestas realizadas en el cantón se pudo constatar que Atacames no ha ido evolucionando a la par con las exigencias del mercado, es decir, que los comerciantes y sobre todo los establecimientos de servicios no han adoptado elementos como formas de pago digitales, la mayoría de los establecimientos no cuenta como una forma de pago diferente al efectivo, en cuanto a la tarjeta de crédito o débito, los comerciantes manifiestan que no la han implementado como forma de pago debido a que una entidad financiera no se los ha propuesto o llanamente utilizan la forma de pago común como es el efectivo.

La distribución de los bienes se da por medio del comerciante que tiene un bien tangible o mercaderías que constituya a la distribución comercial. Martínez, (2016) afirma que "El comerciante mayorista es un intermediario que se caracteriza por vender a los minoristas, a otros mayoristas o a los fabricantes, pero no al consumidor o usuario final"

Asimismo, Lewison (1997) explica que "El comercio minorista es la actividad del negocio de vender bienes o servicios al consumidor final".

En relación con los 2 autores citados en párrafos anteriores, se encuentra una correlación, ya que los emprendimientos del cantón Atacames consideran que el comercio que se da en este lugar es un comercio minorista, debido que para poder ejecutar sus actividades, estos deben comprarle a intermediarios mas no directamente a fabricantes o productores primarios y sus productos no son directamente del fabricante al consumidor final, más bien, aquellos productos que ellos como emprendedores adquieren lo transforman para hacerles llegar al consumidor final.

Los resultados de la presente investigación muestran que los empresarios del cantón Atacames antes de la pandemia no contaban con un servicio de delivery debido a diferentes circunstancias como la falta de empresas que oferten este servicio o simplemente no sentían la necesidad de implementar servicio a domicilio. Sin embargo, debido a la pandemia y a las diferentes empresas de delivery que fueron surgiendo, estos emprendimientos se vieron en la obligación de apegarse a la tendencia comenzando a hacer cambios desde la administración interna, obteniendo ventas aceptables y apego a las redes ya que tenían que estar atentos a pedidos por medio de sistema de delivery. Vinculado a lo expuesto anteriormente, Molina, López, Contreras (2014) refieren que aquellos emprendedores de las Pymes que se generaron con un fuerte crecimiento tienen claro sus competencias que deben asumir, para enfrentar los nuevos desafíos del futuro en el mercado que se va desarrollando, esto produce que se apliquen diferentes estrategias que van desde la parte interna de la empresa involucrando al talento humano, los resultados de estas estrategias se pueden notar no solo en el interior de las organizaciones, sino también en el exterior.

En referencia al artículo del European Startup Monitor, (2015) sobre *Startups*, el delivery también es un sistema que emplea tecnología e influye en las ventas y crecimiento de los emprendedores en relación a los resultados de esta investigación se

establece que el sistema de delivery promovido por startups en el cantón Atacames contribuyó en época de pandemia con la generación de empleo, ya que a medida que surgían nuevas empresas de delivery en el cantón, existía la necesidad de contratar a motorizados repartidores.

Jiménez y Martínez (2006) afirman que ciertamente "El contexto empresarial se halla inmerso en un profundo proceso de cambio y reestructuración, sobre todo debido a la aparición y difusión que, de manera continua, se está produciendo de nuevas aplicaciones de TICS

A fin con lo expuesto en el párrafo anterior, los empresarios y los emprendimientos del cantón Atacames expresan que los emprendimientos se han visto abordados por las nuevas tendencias que la tecnología ofrece, ya que hoy en día, los usuarios (clientes) deciden y prefieren hacer una compra por medio de una plataforma, catálogo, teléfono, mensajes, WhatsApp, antes que, de forma física, siendo esta la principal razón para adaptarse a los nuevos cambios del mercado.

Una empresa que es diseñada expresamente para el servicio de delivery es capaz de evaluar diferentes momentos. Alvares, Curbelo, Varela, (2014) indica que una empresa de delivery puede identificar las insatisfacciones del consumidor entre lo que el cliente espera obtener del servicio a lo que en realidad obtiene del servicio, este tipo de identificación puede a la empresa hacerla evolucionar, ya que le permite tener una visión global del funcionamiento de la misma, permitiéndole desempeñarse con el origen que fue creada de tal manera que esta pueda identificar falencias a tiempo, enfocándose en crecer constantemente en su servicio. De igual forma, es necesario la identificación de la insatisfacción del servicio que adquiere el cliente, también es vital para la empresa delivery identificar el nivel de satisfacción de los clientes ya que permitirá una mejora continua por parte de la empresa.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

El desarrollo de la investigación permitió llegar a las siguientes conclusiones:

- Los emprendedores no cuentan con distribuidores directos ya que deben comprar la materia prima a intermediarios, entre las características del comercio en el cantón, también se identificó que el 75% de los establecimientos no implementan formas de pago como tarjeta de crédito-debito, el 25% utilizan métodos más simples y tradicionales como es el efectivo. En el análisis realizado a la plataforma de Portear y Pide Ya, estableció que una de las actividades principales en el comercio se concentra en la venta de comida: rápida, marisco, italiana, típica.

- El delivery en el cantón Atacames se caracteriza primeramente por haber surgido como una actividad en momento de pandemia, también como una oportunidad para crear empresas de delivery, por ende, permitió que aquellos emprendimientos del cantón Atacames puedan comercializar sus productos por medio de una plataforma y catálogo en medio del confinamiento social, sin embargo, la muestra estudiada establece que el sistema de delivery tiene una falencia en la gestión del tiempo de entrega de los productos.

- La influencia del delivery en la economía del cantón Atacames resultó ser positiva ya que les permitió vender sus productos, innovar y tener sostenibilidad de los emprendimientos por medio de este nuevo sistema, el delivery generó plazas de trabajo en el cantón Atacames durante el confinamiento, permitiendo la contratación de ciudadanos con moto disponible para la entrega a domicilio, por ende, no se vieron en la necesidad de cerrar sus negocios y poder mantener sus ventas a un nivel moderado, sin embargo, su economía se vio afectada en los gastos de arriendo, energía eléctrica y agua, ya que estos no disminuyeron.

CAPÍTULO VI

6. RECOMENDACIONES

- Adaptación de diferentes formas de pago para los emprendimientos, como lo es el pago con tarjeta de crédito y débito, con el fin de estar a la vanguardia de las diferentes sociedades, y tendencias. Recomendar a los emprendimientos a seguir con el servicio a domicilio, y a las empresas de delivery extenderse en diferentes cantones, otorgando beneficios como la afiliación.
- Se recomienda la correcta gestión externa de las empresas de delivery con el fin de acaparar las diferentes inconsistencias en el tiempo de entrega, y los diferentes canales en la toma y entrega de pedido. Se sugiere gestionar publicidad a nivel nacional con el fin de que los turistas que visitan este balneario conozcan de esta nueva forma de compra adaptada en el cantón Atacames.
- Que los diferentes emprendimientos puedan adaptar a sus cuentas diarias los gastos y egresos de sus negocios con el fin de poder conocer si este ha tenido rentabilidad o no, siento mucho más importante este seguimiento en tiempo de pandemia en donde una errada transacción de efectivo pone en riesgo la economía de cada emprendedor. Seguir adaptando a los ciudadanos atacameños al cambio de hábitos para poder ir generando cambios dentro del cantón, esperando estar a la vanguardia del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Albarracin, M., Kenneth, J., Vila A., (2018). *SERVICIO DELIVERY DE COMIDA CASERA PARA ADULTOS MAYORES.* LIMA-PERU.Recuperado de: http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1856/1/Gracia%20Albarracin_Trabajo%20de%20Investigacion_Maestria_2018.pdf

Alvares, D., Curbelo, G., & Varela, D. (2014). Procedimiento para la mejora del servicio de envíos de mensajería DHL EXPRESS, Perteneciente a la empresa de correos Cienfuegos. Cuba. Recuperado: https://www.researchgate.net/publication/285598297_Procedimiento_para_la_mejora_del_servicio_de_envios_de_mensajeria_DHL_express_perteneciente_a_la_empresa_de_correos_Cienfuegos

Castro Pinzon, L. A. (2007). Apuntes basicos sobre logistica . *VIRTUALPRO*. Recuperado de https://www.virtualpro.co/biblioteca/apuntes-basicos-sobre-logistica

Constitución del Ecuador, 2008. Recuperado de: http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf

Cordova, C. (2012). "El Delivery Es Más Viejo Que La Escarapela - Fondo de Olla." https://www.fondodeolla.com/nota/el-delivery-no-es-cosa-nueva/ (September 3, 2020).

Jiménez, A., y Martinez, M. (2006). "La Influenciade Las TIC En La Distribución Comercial: Implicaciones Estratégicas Para La Gestión Promocional Minorista." *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación* . Retrieved September 3, 2020 Recuperado de: (https://www.oei.es/historico/revistactsi/numero7/articulo08.htm).

Ley de Turismo, 2014. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf

Lehtinen, J. (1983). Compañía de servicios orientada al cliente. Espoo. Recuperado de: https://www.ceupe.com/blog/orientacion-al-cliente.html

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, 2018. Recuperado 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

Linero, J., P Botero L. F. (2020). *Hábitos de consumo en plataformas e-commerce en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá.* Bogota: Universidad & Empresa, 22(38), 211-236.Recuperado de:https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/8131/7687

Martínez, Y. (2016). Estrategias de la mezcla de Mercadotecnia. Recuperado de: http://docplayer.es/30408505-Conceptos-relacionados-con-la-plaza-distribucion.html

Molina, R., López, A., Contreras, R., (2014). El emprendimiento y el creciemiento de las pymes. *Acta Universitaria* .Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/416/41648308006.pdf

Muñiz, R. (2010). Marketing en internet y las nuevas tecnologías. En Marketing en el Siglo XXI. (5a Edición). Recuperado de https://www.marketingxxi.com/marketing-operativo-en-la-re-513.htm

Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO, (2019) Recuperado de: http://www.wfto-la.org/

Rada, M. (2009). "ESTRATEGIA EMPRESARIAL BASADA EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACÍON Y COMUNICACIONES." Recuperado de: *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia* 3(3): 27–40. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2009000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=es (September 3, 2020).

Reichheld, F. (1993). Loyalty-based management. *Harvard Business Review*, March-April, 64- 73.Recuperdo de: https://hbr.org/1993/03/loyalty-based-management

Reglamento General a la Ley de Turismo, 2015. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTOTURISMO-2015.pdf

Rodriguez, A. (2014). "Emprendimiento: Una Megatendencia a Nivel Mundial, Forbes México." Retrieved September 3, 2020 Recuperado de: (https://www.forbes.com.mx/emprendimiento-una-megatendencia-nivel-mundial/?fbclid=IwAR2U4bAcHUAwbxlb0Cts8fDic5pNXAKMgdCU-wq7Vc7xXtPOjcl6MNK1OVc).

Thompson, I. (2006). *La Satisfacción Del Cliente.* Recuperado de: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf (July 18, 2020).

Seoane Balado, E. (2005). La nueva era del comercio: El comercio electrónico. Las tic al servicio de la gestion empresarial. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=261284

Vásquez, C. Hernández, R., (2015). *PASOS PARA IMPLEMENTAR UN SERVICIO A DOMICILIO.* Medellin.Recuperado de: https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2153/TG_EAG_81.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Enciclopedia Económica, 2017. Recuperado de: https://enciclopediaeconomica.com

Martínez, R., Palma, A., Flores Serrano, L., y Collinao, M. P. (2013). El impacto económico de las políticas sociales. Recuperado de: https://core.ac.uk/download/pdf/38672367.pdf

Domínguez, S. L. (2017). Análisis Del Eslabón De La Comercialización Y Sus Oportunidades En La Cadena Porcícola En Colombia. Bogotá: Universidad De La Salle. Recuperado de:https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1133&context=administracion_agronegocios

ANEXOS

DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Variables.	Definición conceptual.	Definición operacional.	Dimensiones	Indicadores.	Técnicas	Instrumentos
Actividad Comercial	Se llama actividad comercial al proceso de comercialización (compra y venta) de bienes y servicios, el cual involucra al comerciante desde que adquiere su mercancía hasta que esta llega al consumidor final. (Enciclopedia Económica,2017)	Número y tipo de comercio en el cantón.	Características de la actividad comercial.	• El número de negocios que existen dentro del cantón. • Tipos de negocios. • Tipo de comercio • Medio de pago. • Tipo de productos que se comercializan. • Comercio antes de la pandemia.	• Revisión Documental. • Revisión Documental • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista	• Informe institucional (Patentes) • Informe institucional (Patentes) • Guion de preguntas • Guion de preguntas • Guion de preguntas
Servicio Delivery	El delivery es aquella modalidad de crear un emprendimiento, mediante el uso de los TICS con la finalidad de entregar un bien o servicio, ofreciendo comodidad de entrega hasta	Medios de pedido, calificación, cumplimiento y beneficio.	Características del servicio delivery	• Medios que los usuarios utilizan para realizar pedidos de delivery • Cumplimiento de entregas • Calificación del	• Entrevista • Entrevista	• Guion de preguntas • Guion de preguntas •

	el consumidor final, sin necesidad que este se desplacé hasta el lugar donde se comercializa dicho bien o servicio Fernanda Valverde, 2020.			sistema de delivery. • Motivos de elección de delivery	• Entrevista	• Guion de preguntas
Impacto Económico	Refiere a los beneficios y/o pérdidas económicas que la política social genera con su intervención, directa o indirecta, en los distintos agentes, producto de "los impactos sociales generados por los bienes y servicios transferidos a los hogares, cuantificados en términos del incremento en activos y del potencial productivo resultante", así como de los impactos que se producen en el mercado de bienes y servicios sustitutivos y complementarios a los productos distribuidos, o fomentados, por los programas y proyectos sociales Martínez, R., Palma, A., Flores Serrano, L., y Collinao, M. P. (2013). El impacto económico de las políticas sociales.	Analizar, los beneficios plaza de empleo, incrementos de ventas, disminución de personal. Y sostenibilidad de los locales de los diferentes emprendimientos.	Percepción del impacto económico.	• Beneficio para los emprendimiento durante la pandemia. • Cambio de costumbre de los clientes • Plaza de empleo • Incremento de ventas. • Disminución de gastos. • Disminución de personal de talento Humano. • Sostenibilidad de arriendo.	• Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista	• Guion de preguntas • Guion de preguntas • Guion de preguntas • Guion de preguntas • Guion de preguntas • Guion de preguntas • Guion de preguntas

MATRIZ TABULACIÓN ENTREVISTAS

EMPRENDEDORES DEL CANTÓN ATACAMES QUE PROMOCIONAN SUS PRODUCTOS POR MEDIO DE UNA APLICACIÓN O CATÁLOGO DE DELIVERY						
PREGUNTA	Entrevista 1 Los bolones de michelle	Entrevista 2 Pollo El rey	Entrevista 3 Las hamburguesas del rey David	Entrevista 4 La casa del camarón	Entrevista 5 Pizzería Sotti	Resumen o conclusión
1. ¿Qué tipo de comercio considera que se da en el Cantón Atacames?	Pienso que el comercio de atacames es dinámico y existe de todo, hotelería, bares, restaurante, pesca, ganadería y todos estos se manejan al por menor ya que nuestro cantón no tiene industria y todo lo que llega es por intermediarios.	Pienso que el comercio que se da en el cantón Atacames es el comercio al por menor debido a que atacames no es un cantón productor más bien es turístico	Considero que el comercio de Atacames se da al por menor debido que es un cantón pequeño, y la mayoría de nuestra materia prima es traída de otros lados y la compra se hacer con	Considero que un comercio al por menor ya que todo lo que compramos o se distribuye viene de otros lados con valores altos	Considero que el comercio en el cantón atacames es a por menor pero es debido a la falta de producción no producimos nada , claro que la pesca y la ganadería es producción pero	El comercio en el canton Atacames e al por menor debido que para poder ejecutar sus actividades diarias los emperadores le deben comprar a intermediarios

			intermediarios		no se compara con todo el consumo de atacames	
2. ¿Qué medio de pago usted le ofrece a sus clientes y por qué? En caso que un medio de pago no sea tarjeta de crédito o débito defina porque no lo ha adaptado como medio de pago.	Pago con efectivo debido a que es u cantón pequeño y rara vez un cliente quiere pagar con tarjeta	El medio de pago que ofrezco es el efectivo ya que este es el más común y fácil, no utilizo pago con tarjeta ya que no conozco como funciona ese sistema y tampoco nunca he preguntado	Ofrezco el medio de pago de efectivo, no he pensado implementar pago con tarjeta debido a que mi negocio es pequeño tal vez cuando tenga un negocio más grande lo podría pensar, por el momento ofrezco el medio de pago efectivo debido a que es el más fácil.	Medio de pago en efectivo ya que es que más se utiliza, no utilizo tarjeta ya no he sentido necesidad de aquello	Utilizamos todo tipo de pago ya sea transferencia, efectivo, o pago con tarjeta dándole facilidades al cliente.	El medio de pago más utilizado es el efectivo ya que es el más utilizados, conocido y fácil. El 75 % de los emprendimientos no utilizan como medio de pago tarjetas de crédito o débito, ya que una entidad no les ha ofrecido este tipo de servicio
3. ¿Cuál es la actividad principal o colateral de su negocio	Mi actividad principal es restaurante comida típica	Venta de comida rápido, tales como salchipapa y hamburguesas	La actividad principal es la venta de comida rápida.	Venta de comida , restaurante de mariscos	La actividad principal es un resta unte de comida italiana	Venta de comida
4. ¿Qué medio considera usted	Pienso que el celular hoy	Las plataformas de	El medio que los	Realizan pedidos	Considero que las	Catálogo,

que utilizan los clientes para realizar un pedido?	en día es uno de los medios más usado ya sea que utilicen las plataformas, catálogos, llamadas y mensajes.	delivery o por mensajes de WhatsApp	clientes utilizan es las plataformas y catálogos a los que me he afiliado.	por medio de los catálogos y plataformas y estas empresas son intermediarias y nos pasan los pedidos	plataformas y los catálogos, llamada y mensajes ya que nosotros como propietarios también hacemos entregas	plataforma, llamada, WhatsApp
5. ¿Considera usted que el tiempo de entrega de su producto por parte de las empresas de delivery, es conveniente para su negocio?	Contratando varias empresas de delivery me ha permitido organizarme bien y no tengo quejas con el tiempo, es un tiempo apropiado.	No es conveniente ya que se demoran en ir a ver la comida, y esta se enfría	Depende de la demanda, cuando recién decidimos unirnos al sistema de delivery la demanda era alta y una sola moto no se abastecía y el tiempo si era cuestionado como malo.	Pienso que cuando hay muchos pedidos los motorizados si se tardan un poco, y los clientes se quejan, pero aun así considero que el tiempo si es apropiado para mi negocio ya que la comida llega caliente	Nosotros como propietarios también nos trasladamos a entregar los pedidos y no nos demoramos tanto como lo hacen las empresas de delivery, considero que el tiempo de entrega si me afecta ya que nuestros clientes se quejan que se demoran mucho.	El tiempo de entrega es insatisfactorio ya que la demanda es alta
6. ¿Cómo usted calificaría el	Lo califico muy bueno ya	Lo calificaría como	Lo calificaría como	Lo calificó como	El servicio de	Muy bueno ya

servicio de delivery en el cantón Atacames y por qué?	que ha permitido que mi negocio se digitalice y eso es importante en el crecimiento	regular debido a que les falta perfeccionarse para poder generar un mejor uso de este servicio	bueno y prudente, llego el sistema de delivery en el momento perfecto.	muy buena, ha permitido que como cantón nos vallamos igualando a las tendencias y cambios que hoy en día existen.	delivery implementado en el cantón ha sido muy bueno y que nos ha permitido tomar este tipo de servicios como un oportunidad para vender nuestros productos	que ha permitido que sus productos se vendan se necesidad de visitar el lugar
7. ¿Antes de la pandemia su emprendimiento contaba con un servicio de delivery defina por qué?	No contaba con servicio de delivery, ya que aquí en Atacames no habían estas empresas y en ese tiempo no tenía necesidad de vender mi producto por medios electrónico , hoy en día si	No, este servicio es nuevo en mi local antes no sentía necesidad de implementar este sistema en mi negocio, debido a la pandemia me sentí en la necesidad.	No contaba con este servicio, antes de la pandemia los clientes se trasladaban a hacer sus comprar al local, implemente el servicio de delivery a raíz de la pandemia. Además el servicio antes yo no lo conocía.	No contaba con este servicio ya que no había ninguna empresa que lo oferte	No contaba con un servicio de delivery, pero nosotros internamente hacíamos servicios de delievery, y lo hacíamos nosotros mismo ya que no había empresas, hoy en día ya existen algunas.	No contaban con servicio a domicilio ya que no existía una empresa que oferte este servicio
8. Siendo el delivery un proyecto nuevo en el cantón	Si han cambiado sus habidos, ya que es más fácil alzar el celular y	Si han cambiado sus costumbre ya que sienten comodidad y	Si, considero que las personas han cambiados su	Los consumidores si han cambiado sus costumbres	Claro que han cambiado sus costumbre ya que	Los clientes si han cambiado sus habitas ya que

Atacames, ¿Usted como emprendedor considera que los consumidores (clientes) han cambiado sus hábitos y costumbre al momento de decidir la forma de adquirir un bien o servicio	hacer un pedido que salir hasta el centro y gastar en transporte ida y vuelta. Hoy en día existe quien te lleve la comida hasta la casa	confianza pedir mi producto y no tener la necesidad de salir de la casa	costumbre ya que ahora por comodidad, seguridad, y economía prefieren pedir por medio de estas aplicaciones.	debido a la comodidad que este servicio ofrece, tener un pedido a la puerta de su casa sin necesidad que usted tenga que salir de su domicilio	por miedo al contagio las personas optan por pedir a domicilio o vienen aquí al local y piden para llevar	ahora prefieren pedir a domicilio por seguridad, comodidad, y facilidad
9. ¿Durante el cuarentena y una vez que usted implemento el servicio de delivery las ventas llegaron al nivel de condiciones normales o estuvieron por debajo?	Las ventas se mantuvieron en su nivel solo el primer mes de pandemia si se vieron algo afectada pero considero que era por aislamiento.	Durante la cuarentena las ventas estuvieron normales ni más ni menos debido a que muchas personas comenzaron a emprender y se notó la Aparicio de otros emprendimientos de venta de comida rápida	Durante la cuarentena las ventas estuvieron por arriba de mis ventas normales ya que teníamos muchos pedidos a domicilio.	Las ventas estuvieron normales en los primeros meses se sintió un disminución pero considero que el motivo fue por el que el gobierno no implementaba leyes claras y no nos dejaban abrir los negocios.	Al principio no estuvieron tan bien las ventas ya que las personas recién se enteraban que a pesar de la pandemia y las restricciones existía una oportunidad para que hagas un pedido y te lo lleven hasta tu casa, una vez que ya se conoció que	Las ventas se mantuvieron en condiciones normales a pesar de la pandemia

					se podía realizar pedidos por medido de una plataforma las ventas se incrementaron	
10. ¿Considera usted que el sistema de delivery implementado en Atacames en época de pandemia ha generado plaza de empleo?	Si ha generado plazas de empleo ya que muchos jóvenes hoy en día trabajan de repartidores, y muchas personas han emprendido desde sus casa y cada emprendimiento genera la necesidad de contratar a alguien más como repartidor	Si genero plaza de empleo ya que el sistema o la idea de delivery llego al cantón a inicios de años, pero el personal de las motos son jóvenes con moto que viven en el cantón mismo.	Considero que si genero plaza de empleo ya que muchas personas comenzaron a construir empresas de delivery y por ende a contratar a personal motorizado para las entregas	Se puede decir que ya que las diferentes empresas de delivery se vieron en necesidad de contratar para poder iniciar sus actividades	Si por que se han implementado este tipo de empresas que no habían en el cantón Atacames	Si se ha generado plaza de empreo sobre todo por aquellas empresas creadas con sistema de delivery
11. ¿Al día de hoy cómo calificaría la condición actual de su negocio en cuestiones de ventas y administración y por qué?	Las califico como buenas, a pesar de la incertidumbre de que pasara mañana he podido manejar satisfactoriamente mis ventas y la administración	La califico estable ya que he podido vender lo que producto día a día, respecto a la administración la calificaría como inestable ya que no tengo un personal específicamente para	Considero que las ventas han mejorado y6 la administración la llevo yo mismo y pienso que lo hago bi8e, ya que mi negocio aún se mantiene	La califico como buena ya que a pesar de toda esta ola de crisis que se vive aún puedo mantener mi emprendiendo con mis propios recursos	Al 100% pienso que todo está perfecto	Las ventas y administración estables, ya que el delivery permitió poder vender en épocas de restricción y aislamiento

		la administración				
12. ¿Considera usted que los gastos han disminuido? Gastos tales como: energía eléctrica, contratación de personal, agua potable, suministros de aseo, siendo estos indispensables al momento de la atención del cliente presencialmente?	No, los gastos se han mantenido intactos ya que somos un medidor comercial y no tuvimos ningún tipo de descuento, y el consumo de mi local fue el mismo siempre	Los gastos no han disminuidos, se mantuvieron igual, ya que el personal con el que trabajo pasaban todo el día en el local esperando los pedidos he igual se consumían todos estos servicios.	Pienso que los gastos en gran cantidad ya que igual teníamos que utilizar las instalaciones para preparar los alimentos y enviarlos a domicilio.	Los gastos o han disminuidos ya que tenemos pedidos a domicilio pero las instalaciones también se ocupan por quienes van a comprar para servirse.	Todo sigue igual, ya que trabajábamos enviando los pedidos a domicilio	Los gasto en pandemia no disminuyeron se mantuvieron igual ya que trabajan día a día para enviar y satisfacer los envíos a domicilio.
13. ¿Usted se vio obligado a recortar personal para poder seguir con sus actividades diarias justifique su respuesta?	Me vi obligado a cambiar de personal que se comprometiera a trabajar de esta nueva modalidad, receptando pedidos, enviando el producto bien, etc.	Tuve que suspender temporalmente a la persona encargada de trabajar en la zona de atención al cliente debido a que no se podía ingresar a consumir al local	Sí, me vi obligado en recortar personal y trabajar únicamente con mi familia, cosa que antes no era así.	No, me he mantenido con el mismo personal supongo que fue porque todos éramos familia, lo que si hice fue reducir la paga.	El primer mes si me vi obligado en disminuir personal ya que todo estaba incierto ya después el equipo de trabajo se reintegró al restaurante	Los primeros meses de la pandemia fue duro ya que todo era incierto, existió disminución de personal pero a medida que iba los meses se iba

						reintegrando
14. ¿En caso de usted arrendar, como pudo mantener su local en tiempo de pandemia, para no comprometer drásticamente su economía?	No arriendo, tengo local propio pero acotando a esta pregunta pienso que tiene que ser realmente duro esta situación para quienes arriendan, debido al compromiso mensual y la inseguridad de si el gobierno dejara trabajar o pondrá nuevas restricciones.	Llegue a un acuerdo de pago , pagando el 50 % los meses que no se podía trabajar con aforo	Llegue a un acuerdo con el arrendatario pagando el 50% de los 2 meses más críticos de la pandemia luego pague el arriendo completo.	Si arriendo, me arregle con el arrendatario para pagar un 50 % en los 2 primeros meses de la pandemia, de ahí en adelante me bajo el arriendo un 25%	Arriendo	Se puo llegar a arreglos con los arrendatarios, con la disminución hasta de un 50% en los meses más críticos de la pandemia

EMPRESAS DISEÑADAS COMO DELIVERY			
PREGUNTA	Entrevistado 1 Portear	Entrevistado 2 Pide Ya	Resumen o conclusión
1. ¿Cómo nace la idea o la necesidad de crear una empresa diseñada exclusivamente como sistema de delivery?	Nace en base a una necesidad viendo que en Esmeraldas no existía un servicio a dominio por medio de una aplicación, creamos un sistema en donde las personas puedan visualizar el menú de un	En este caso la idea ya existía en otras provincias con proyección a aplicarse en Atacames, lo que un poco aceleró fue la necesidad de darle un servicio delivery a Atacames en momentos de Pandemia.	Nace como un necesidad ya que la provincia en si no contaba con este servicio, y la pandemia acelero esta necesidad

	restaurante por medio de una aplicación y en base hace eso pagar el valor adicional del servicio		
2. Como empresario ¿Cómo considera usted que el delivery ha influenciado en la comercialización de bienes dentro del cantón Atacames?	La influencia ha sido satisfactoria ya que ha permitido cambiar la mentalidad de las personas al momento de realizar un pedido lo cual lo hacemos der manera rápida y segura.	Pues sí, sí ha influenciado y ha ayudado, ha incentivado e incrementado la comercialización de productos y servicios en el Cantón.	Si ha influenciado positivamente este sistema de delivery en el cantón permitiendo incentivar y cambiar la mentalidad de las personas al momento de comprar
3. ¿Considera usted que la implementación del sistema de delivery influye para que negocios (emprendimientos) que se han visto afectados por la pandemia no cierren sus negocios?	Sí, considero que portear en medio de esta pandemia sirvió como un aliado estratégico para que los negocios puedan vender sus productos y evitar el cierre de sus negocios	Claro que influye, ya que este tipo de servicios le da un plus a cada negocio y también la facilidad y confianza de que los clientes lo puedan hacer desde casa u oficina, evitando o disminuyendo el riesgo de contagio.	Si, influyo ya que permitió que los negocios vendas sus productos por medio de la tecnología dándole un plus a sus negocios.
4. ¿Cómo denomina usted este cambio de hábitos y costumbres al momento de realizar una compra?	Lo denominaría como un cambio de cultura, lo cual se ha logrado por medio de estrategias.	Pues en este caso en Atacames si ha sido un poco difícil la introducción de este tipo de servicio, ya que somos la primera empresa que se introdujo en el mercado y mucha gente no conocía este tipo de servicios, en otros casos pensaban que el costo delivery era gratuito, en fin, se introdujo la cultura delivery al mercado del Cantón, explicando a nuestros clientes la logística y la disminución del riesgo en adquirir productos de manera presencial, esto también sin dejar de lado las políticas gubernamentales que existían en su	Se lo denomina como un cambio de cultura lo cual se consiguió con estrategias y acercándonos a los clientes la logística

		momento.	
5. ¿Qué le ofrece su empresa a los emprendedores de Atacames?	Le ofrecemos motivación y ferias de emprendimiento con el fin que sus negocios se hagan conocer un poco más, también les ofrecemos fidelización a nuestros socios estratégicos.	Pide ya a diferencia de otras empresas delivery, ofrece varias opciones de marketing, seguridad, confianza y productividad comercial que ayudan e incentivan la venta de los productos ante sus consumidores finales.	Ofrece motivación, ferias marketing, seguridad confianza, afiliación y productividad
6. ¿Usted considera que El delivery en el cantón de Atacames llegó para quedarse o simplemente es un sistema que sostiene la necesidad que se vive hoy en día?	Portear es una marca que ha decidido quedarse en el cantón Atacames y expandirnos a otros cantones.	Ha sido muy duro ser los pioneros de este servicio en el Cantón, por ende ha sido fuerte la introducción en el mercado, pero el trabajo ha sido el mejor y pues ahora ya los atacameños o las personas que residen en el Cantón, están acostumbrados a nuestro servicio y aún más con la posibilidad de recibir sus productos en casa, sin exponerse y sin exponer a sus familiares, ahora también una vez que se calmen las cosas con el tema de la pandemia el servicio seguirá siendo una muy buena alternativa para los afiliados comerciales y clientes, ya que existen un sin número de beneficios por tratarse de una compra que la realizan por estos medios, por lo tanto delivery hay para mucho más tiempo.	El sistema de derlivery llegó para quedarse, con la finalidad de seguirse extendiendo a otros cantones, siendo una alternativa para los emprendimientos por ello tenemos delivery para largo