



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE MANABÍ

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

NEGOCIOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO LOCAL. UNA NUEVA
VISIÓN DESDE LA PERSPECTIVA PARROQUIAL. CASO PICOAZÁ.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA
LA COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE Y LOCAL

SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MERCADEO Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

PREVIO AL TÍTULO DE

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

LUIS ALBERTO CANTOS GIRÓN

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

MGTR. MARÍA GABRIELA LOOR MARCILLO

AGOSTO 2020

PORTOVIEJO - MANABÍ – ECUADOR

Mgtr. María Gabriela Loor Marcillo

TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular: en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Mgtr. María Gabriela Loor Marcillo

TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

C.I. 1315436608

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente trabajo de Integración Curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

f. _____

Mgr. Verónica Piedad Bravo Santana

PRIMER LECTOR

C.I. 1310342330

f. _____

Mgr. Oscar Iván Cerón Tatac

SEGUNDO LECTOR

C.I. 1310821911

f. _____

Mgr. Álvaro Danny Mendoza Cedeño

TERCER LECTOR

C.I. 1310166648

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de sustento que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Portoviejo, agosto 2020

Luis Alberto Cantos Girón
C.I. 130865104-9
Cda. Los Mangos Av. Manabí y calle Tiburcio Macías
luisghen@hotmail.com
+593 0988853463

DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información el autor de este trabajo.

Luis Alberto Cantos Girón
C.I. 1308651049

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, por apoyarme cuando más los necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

Luis Alberto Cantos Girón

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mis estudios.

Gracias a mi familia por su apoyo en todo momento, por ser el pilar fundamental en mi vida y darme siempre fuerzas para seguir luchando frente a las adversidades, por todo el amor que me brindan cada día y por todas las enseñanzas que nos han dado que lo importante no es los títulos que se tengan sino la calidad de persona que somos.

Agradezco la confianza de mis docentes, por sus conocimientos impartidos, de manera especial a mi tutora, por ser mi guía en este arduo proceso, gracias a sus conocimientos se terminó de pulir mi investigación.

De manera exaltante agradezco a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por el aprendizaje a través de profesores y directores, especial agradecimiento a mis compañeros por ser autores de momentos llenos de risas, locuras y por haber compartido tanto en esta etapa.

Agradezco también a los propietarios de los negocios autónomos de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo, los mismos me proporcionaron información relevante para el desarrollo de la investigación.

Luis Alberto Cantos Girón

RESUMEN

NEGOCIOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO LOCAL

Los negocios que se asientan en una ciudad, parroquia o comunidad, nacen con el propósito de convertirse en negocios estratégicos para la localidad, a través de la identificación de recursos y el aprovechamiento de oportunidades locales, la participación de un negocio autónomo permite mejorar ingresos, generar oportunidades de empleo, mejorar la calidad de vida en el territorio ubicado, y pasa a formar parte del ajuste estructural. La siguiente investigación presenta una nueva visión bajo la investigación de los negocios estratégicos desde la perspectiva parroquial, los negocios existentes y su aporte a la comunidad local, y corroborar si son negocios estratégicos. Caso Picoazá.

Para cumplir con los objetivos de la investigación, el trabajo inició con la elaboración un marco teórico organizador, que recoja todos los argumentos teóricos y prácticos sobre el comercio autónomo y su relevancia sobre el desarrollo comercial de una ciudad, en base a esto se plantearon con ayuda de los resultados obtenidos de las técnicas aplicadas para recolectar los datos de los propietarios de cada negocio y en su efecto al presidente de la junta parroquial, el nivel de aporte de los negocios a la localidad. La metodología es 100% descriptiva con técnicas cualitativas y cuantitativas que fueron aplicadas en el campo de estudio: negocios de Picoazá. Gracias a la accesibilidad de los negocios locales se logró realizar un diagnóstico de los negocios autónomos de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo y se identificaron como estratégicos o no, dados estos resultados se clasificaron por tipo de actividad de los diferentes negocios asentados en la parroquia Picoazá, donde se obtuvo los resultados concluyentes de la investigación, siendo así, la presente investigación fue exitosa porque se verificó el aporte de los negocios autónomos al desarrollo comercial de la parroquia Picoazá y a su vez a la ciudad de Portoviejo.

Palabras clave: Desarrollo participativo, parroquia, oportunidades de empleo, oferta y demanda, mercado, enseñanza comercial.

Abstract

STRATEGIC BUSINESS FOR LOCAL DEVELOPMENT

This mixed research study applied measurable and quantifiable goals to state if there is a real economic contribution to the community from local businesses in the parish of *Picoazá*, in Portoviejo Canton, to identify if they truly support local economy and if they may be regarded as strategic businesses. Therefore, this study was carried out over a nine-month period in 2020 and began by developing an organizing theoretical framework that identified words and concepts that underlie this research, through descriptive and exploratory methods. Some techniques were used to collect data such as pre-made surveys that were carried out among 156 business owners, and an interview with the President of the Parish Council to identify the contribution of local businesses to this place. The results of the surveys identify businesses based on preference target multiple segments such as clothing, food and variety stores, using as the analytical-classifying factor both income level and employment opportunities that are generated in this community, and in view of that the improvement of people's quality of life in this parish. As per the results of the interview, they corroborate the idea that autonomous strategic businesses are all those ones that earn income of more than 500 USD per month and contribute with 53.21% to the local economy. To sum up, this research study is successful because it confirms the economic and social contribution of these businesses to the commercial development of *Picoazá* and Portoviejo.

Keywords: parish, local development, supply and demand, autonomous business, community

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	.ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	.iii
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	.iv
DECLARACION DE DERECHOS DE AUTOR.....	.v
DEDICATORIA.....	.vi
AGRADECIMIENTO.....	.vii
RESUMEN.....	.viii
ABSTRACT.....	.ix
INDICE DE CONTENIDOS.....	.x
INDICE DE TABLAS.....	.xi
INDICE DE GRÁFICOS.....	.xi
INTRODUCCION.....	.1
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	.21
Objetivo general.....	.21
Objetivos específicos.....	.21
MATERIALES Y MÉTODOS.....	.21
Metodología de Investigación.....	.22
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	.24
Resultados de entrevista.....	.24
Resultados de encuesta.....	.26
Matriz de identificación.....	.35
FODA.....	.37
Aporte de los negociación autónomos a la localidad.....	.38
DISCUSIÓN.....	.40
CONCLUSIONES.....	.42
LITERATURA CITADA.....	.44
ANEXOS.....	.47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Actividad económica de la población de la provincia de Manabí.....	2
Gráfico 2 Actividad comercial	25
Gráfico 3 Generación de ahorro	26
Gráfico 4 Promedio de ventas	27
Gráfico 5 Tiempo del negocio	28
Gráfico 6 Antigüedad de actividad.....	29
Gráfico 7 Registro contable.....	30
Gráfico 8 Régimen tributario.....	31
Gráfico 9 Apoyo de entidades públicas.....	32
Gráfico 10 Planificación comercial	33
Gráfico 11 FODA.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuotas RISE 2017 – 2019	12
Tabla 2 ¿Cuál es la actividad comercial de su negocio?	25
Tabla 3 ¿La actividad comercial del negocio permite la generación de ahorro y sostenimiento económico de su familia?.....	26
Tabla 4 ¿El promedio mensual de ventas de su actividad comercial es?.....	27
Tabla 5 ¿Qué tiempo tiene el negocio en esta ubicación?.....	28
Tabla 6 ¿Cuál es la antigüedad de la actividad comercial del negocio?.....	29
Tabla 7 ¿Lleva un registro contable de la actividad comercial del negocio?.....	30
Tabla 8 ¿Bajo qué régimen tributario se encuentra inscrito en el Servicio de Rentas Internas (SRI)?.....	31
Tabla 9 ¿Ha recibido su negocio apoyo de entidades públicas?.....	32
Tabla 10 ¿Existe una planificación comercial para el negocio?.....	33
Tabla 11 Identificación y clasificación por tipo de actividad de los diferentes negocios asentados en la parroquia Picoazá	34
Tabla 12 Aporte de los negocios autónomos al desarrollo local de la parroquia	37

NEGOCIOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO LOCAL. UNA NUEVA VISIÓN DESDE LA PERSPECTIVA PARROQUIAL. CASO PICOAZÁ.

INTRODUCCIÓN

La constante necesidad de emprender, es el principal motivo para que nazca la presencia de oportunidades para apoyar una idea de negocio. En el Ecuador, existe un numeroso grupo de emprendedores que busca posicionarse en el mercado, realizando actividades enfocadas al crecimiento del negocio y convertirlo en un negocio estratégico.

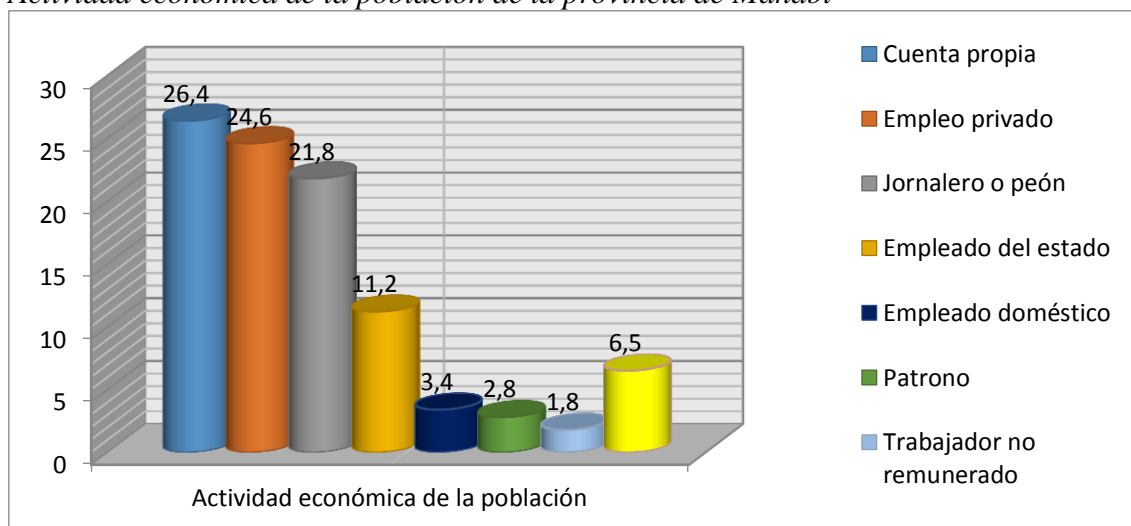
Cuando se hace referencia a los negocios estratégicos se refiere intrínsecamente a los comerciantes que realizan actividades económicas de manera formal e informal, como lo detalla Vallejo (2019) “El comercio es el nombre de aquella actividad socio económica consistente en el intercambio de artículos para su venta o transformación en el mercado denominado oferta y demanda de bienes y también de servicios ya sea para su uso o comercialización” pues bien al referirnos como comercio formal el autor continua “es aquel comercio que a su vez está regido por las normas de comercio del país en el que se efectúa, por lo mismo está sujeto a los estatutos legales vigentes, el comercio formal requiere reglas claras y justas para desarrollar su actividad comercial” mientras que los negocios informales son aquellos comercios que no se rigen por las reglas o la Ley así concluye el autor como “actividad económica oculta solo por razones de evasión tributaria, fiscal y de control administrativo”,

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC (2020), el comercio formal en Ecuador ha tenido un comportamiento equilibrado con altos y bajos, sin embargo, en los últimos años este ha mostrado una tendencia a disminuir, mientras que el comercio informal ha tenido una propensión a crecer, convirtiéndose en el motor para el desarrollo de una economía social poco favorable para el Ecuador por su informalidad y evasión de impuestos.

Las provincias están conformadas en el día a día a través de comercio y la subsistencia humanitaria, el trabajo nace por la necesidad de hallar mejores días y seguir dentro del círculo de la sociedad, en la provincia de Manabí, se hace presente la actividad comercial en dos estructuras económicas principales que son el empleo por cuenta propia 26% y el empleo bajo una relación de dependencia 24% INEC (2020).

Gráfico 1

Actividad económica de la población de la provincia de Manabí



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC (2020)

Se hace énfasis en la exclusión laboral actual que se vive en el Ecuador tanto legal, formal y económico, considerado un factor necesario para que las personas busquen un empleo informal, más aún con el constante ingreso de migrantes al país dando como resultado un aumento de precarización al Ecuador en sus provincias principales: Pichincha, Guayas y Manabí.

A nivel de ciudades, Portoviejo, es un cantón en desarrollo a partir del terremoto del año 2016 donde fue afectado el comercio en un 49%, con ello vino un decrecimiento en la economía y los comerciantes para surgir tuvieron que emigrar a parroquias cercanas para subsistir y salir adelante, la opción más acertada para muchos comerciantes fue la parroquia de Picoazá Solano (2020).

La parroquia Picoazá es una de las parroquias con mayor movimiento económico, esto se debe a la variedad de locales que allí desenvuelven sus actividades comerciales. El presente trabajo de investigación tuvo por objeto estudiar los negocios estratégicos de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo ya sean estos por cuenta propia o de empleo privado, e indagar su aporte en el desarrollo de este sector; situación que se presenta por las siguientes razones:

- La parroquia Picoazá se encuentra a unos diez minutos de la capital manabita, es considerado uno de los mayores centros comerciales autónomos de la provincia.

- En los últimos 20 años ha presentado un desarrollo comercial significativo, principalmente después de un terremoto en el año 2016; donde gran parte de los comerciantes de la zona céntrica de la ciudad de Portoviejo, tuvieron que migrar a esta parroquia para continuar con sus actividades comerciales Cedeño (2017).

Es importante para el propósito de la investigación identificar los actores que integran el comercio autónomo de la parroquia Picoazá, de acuerdo con la Empresa Pública el Servicio de Rentas Internas, son 551 comerciantes activos que se encuentran trabajando en las principales calles de acceso y alrededor del parque central de la parroquia Picoazá SRI (2020).

Dados los resultados obtenidos en Portocomercio de la parroquia Picoazá, se podría decir que la mitad de los comerciantes poseen local comercial o por lo menos arriendan uno; la diferencia entre ellos está, en que trabajan en locales improvisados y carpas ubicadas en las calles o inmediaciones del parque central, ubicados temporalmente por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Portoviejo.

Todos estos comerciantes están debidamente registrados y poseen Registro Único del Contribuyente (RUC) o pertenecen al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), en cualquiera de los casos tienen la obligación de entregar comprobantes de venta por la comercialización de los bienes que ofertan SRI (2020).

De acuerdo con Vintimilla (2018) un comerciante es una persona que desarrolla su actividad de manera formal. Rigiéndose a las disposiciones legales, tributarias y ordenanzas que regulan el comercio autónomo en la ciudad de Portoviejo. Gracias a la inauguración del mercado municipal de esta parroquia se prohibió la circulación de comerciantes ambulantes que se dedicaban a la venta de comidas en triciclos, caso que se observaba con gran residencia, en la actualidad existen comerciantes informales o quienes realizan actividades económicas de manera informal, estos son generalmente los propietarios de los locales que son arrendados por los comerciantes

Para Brand (2019) la generación de empleo aporta a las finanzas y a la economía de un país, ya sea trabajo físico o intelectual, convirtiéndose en un significado para el

desarrollo elemental del individuo generando su propia economía e incrementando el PIB¹ de una ciudad, provincia y país.

Ecuador en el año 2020 se encuentra con un PIB Per Cápita Nominal de USD 109.667 millones. Al analizar el PIB en términos provinciales, Manabí contribuye con un 7% de PIB Nacional y se encuentra dentro de las 5 provincias en contribuir de mayor manera al PIB en el sector primario que cubre la agricultura, caza y pesca, éste último genera más del 50% del PIB primario de Manabí Brand (2019).

La provincia de Manabí cuenta con 53 juntas parroquiales, al hablar de la parroquia de Picoazá, deja claro un panorama con comercio altamente activo gracias a la actividad económica constante que se desenvuelve en el sector con sus locales comerciales, sin embargo también están aquellas personas que deciden iniciar una actividad económica dentro de su hogar, sin haber obtenido previamente un registro que los faculte para desarrollar dicha actividad económica, puesto que su ausencia de registro no representa ningún incremento a la economía provincial Cedeño (2017).

El trabajo de campo de la presente investigación se desarrolló bajo la premisa de elaborar un diagnóstico de los negocios autónomos, identificar el nivel de informalidad en el comercio, las actividades económicas a las que se dedican y su aporte al desarrollo comercial, las oportunidades de empleo que forman estos negocios y la rentabilidad que generan tanto para sus propietarios como también de manera local, del mismo modo identificar las falencias que tienen para el desarrollo de sus actividades comerciales.

Como es de conocimiento público gran parte de los comerciantes ubicados en la parroquia Picoazá, provienen del centro de la ciudad de Portoviejo, de la denominada (zona cero), reubicados temporalmente a causa del terremoto suscitado el 16 de abril de 2016 en la provincia de Manabí.

Desde el mes de mayo de 2016, algunos comerciantes fueron asentados en las calles y parque central de la parroquia urbana Picoazá, del cantón Portoviejo, a raíz de esta situación se acarrearón diversos problemas, entre ellos, la obstaculización de paso vehicular y peatonal, ya que el área asignada para los negocios ocupaba tanto la calle

¹ Producto Interno Bruto: Indicador que mide la generación de ingresos promedio de una población.

como la acera de la zona central, creando desorden en el sector, dicha aglomeración, atrae, la dificultad de obtener un mercado justo y formal Solano (2020).

Cabe recalcar que, hasta la presente fecha el número de comerciantes se ha reducido a un 60% debido al crecimiento económico, esta situación se ha debido a la falta de demanda en la parroquia, precisamente porque otros sectores comerciales están emergiendo en la ciudad.

Bajo esta perspectiva surgió el interés, de medir el aporte de los negocios estratégico que son parte de la parroquia Picoazá y de qué manera desarrollan la localidad, en vista de que se observa un desorden comercial más no un desarrollo y evolución del mismo. El proceso investigativo tiene su desenvolvimiento desde Enero a Junio del 2020.

La investigación se desarrolla en torno a la siguiente incógnita ¿Los negocios de la parroquia Picoazá fomentan el desarrollo de la localidad?

Introducción al comercio

Scian (2012) denomina al comercio como “la actividad socioeconómica en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación, entendiéndose como el cambio o transacción de algo a transacción de otra cosa de igual valor” (pág. 12.)

Por actividad comercial o industriales, de acuerdo con Blanco (2020) se refiere al intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercado o comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.

El comercio es tan antiguo como la sociedad, así lo menciona Aspiazú (2019) desde las primeras fases de la humanidad, el hombre para satisfacer sus necesidades vitales debió agotar todos sus esfuerzos y alcanzar unos cuantos alimentos, además para protegerse de la intemperie y mantener en distancia a los animales salvajes, tuvo que buscar refugio en las cavernas. Cuando la humanidad alcanzó una mejor organización social, crecieron las necesidades y la comercialización de los bienes encontró nuevos instrumentos perfeccionados para el intercambio (pág. 34).

Como se dificultó el continuo intercambio de bienes o trueque, buscaron una medida común para realizar el comercio, el autor sigue aportando que, así en la India apareció una especie de letra de cambio como papeles portadores de valor, en Cartago aparecieron unos pedazos de cuero que constituían signos monetarios de la época con representación de valores, en el pueblo incásico eran granos de sal los que facilitaban el comercio.

El autor Lexis (2020) concuerda y aporta que cada pueblo se buscó un sistema monetario propio para medir con facilidad las transacciones comerciales. Finalmente se perfeccionó el sistema monetario como medida de cambio y portador de valor y posteriormente el dinero se convirtió en acumulador de riqueza.

Actividad comercial

Según Ramírez, (2020) se denomina así “a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, ya sea para su uso, para su venta o transformación, en términos expresados por la ley, la actividad comercial está vinculada con la comercialización, entendida esta como el proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes y servicios desde el productor o vendedor al consumidor”.

También aporta que las actividades comerciales poseen una importante incidencia en el nivel y estructura del empleo, en los salarios y las diferencias salariales y en las instituciones y políticas del mercado de trabajo ya sea una u otra actividad, fomenta el empleo, al mismo tiempo, las políticas laborales y sociales influyen en los resultados de los acuerdos comerciales en lo que respecta al crecimiento de la producción y comercialización ya que parte de la finalidad del comercio es la distribución de los ingresos (pág 219).

Es importante dejar claro la relación sumamente compleja que existe entre la actividad comercial, el crecimiento, el empleo, la calidad del empleo, los salarios, la pobreza, la desigualdad y las políticas de ajuste; el comercio se expande porque las personas y las empresas de todo el mundo exportan cada vez más bienes y servicios, presumiblemente porque les resulta ventajoso. Adam Smith, mencionó que la propensión de la naturaleza humana para permutar,

trocar e intercambiar una cosa por otra, conlleva a una división de trabajo ventajosa para todos (pág. 219).

Comercio minorista

García (2016) determina que este sector se caracteriza por la diversidad de sus formas (tiendas, comercio electrónico y mercados abiertos), del tamaño y formato de los puntos de venta (desde las pequeñas tiendas a los hipermercados), de los productos comercializados (alimentos, artículos no alimentarios, medicamentos con receta y de venta libre, etc.) de su estructura legal (tiendas independientes, franquicias, grupos integrados) y de su ubicación (zonas urbanas o rurales, centro de las ciudades, periferia, etc.).

El autor sostiene que, además, mantiene vínculos estrechos con numerosos mercados ascendentes y descendentes. Por todo ello, la configuración de este sector afecta tanto a la competitividad económica (la eficiencia incide en los niveles de precios) como a la cohesión social y geográfica.

Es por esta razón que el comercio minorista es uno de los más comunes en la sociedad ecuatoriana, porque, en definitiva, se puede añadir que las características principales de su uso comercial son:

- a. atraer clientes por la ubicación y diseño del establecimiento;
- b. tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas;
- c. hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensas, radio, televisión.

Además, los comerciantes al por menor pueden también proporcionar servicios integrados a la venta de los bienes, como empaquetado, envasado y entrega a domicilio, así lo aporta Borja (2015).

Según el Fondo Social Europeo (2013), “se puede entender por comercio minorista, cualquier tipo de venta, con ánimo de lucro, de toda clase de bienes, dirigida a un destinatario final, particular o comerciante, independientemente de que se realice o no en un establecimiento comercial”.

Dentro del sector de la parroquia de Picoazá, se está produciendo cierta especialización, que va a marcar la estrategia de los minoristas en cada uno de sus establecimientos, donde el consumidor dispone cada vez de mayor información, por lo que selecciona directamente muchos de los productos que consume, fomentando el desarrollo local en comercio.

Comercio tradicional

Fernández (2018) conceptualiza que “el comercio tradicional es un comercio de independencia, éste no se halla asociado con ningún tipo de establecimiento, ni tamaño ni número de empleados, su simpleza es por lo que se denomina tradicional siendo su forma jurídica una persona física y natural, adicional,

- Se caracteriza por tres elementos: mostrador, vendedor y almacén.
- Entre el comprador y la mercancía que se desea adquirir existe un mostrador; así, la mercancía no está al alcance del comprador.
- Hay un vendedor que muestra los productos, los pone a disposición del comprador y explica (vende o argumenta) las características o puntos fuertes de la mercancía.
- Además, existe un almacén, separado del espacio dedicado a la venta.
- Este tipo de comercio se refleja en las pequeñas tiendas, carnicerías, charcuterías, estancos, farmacias, fruterías, mercerías, papelerías, quioscos, zapaterías, entre otras (pág. 15).

Comercio de libre servicio

Se basa en proporcionar al consumidor libertad para moverse por el espacio de la tienda y para confeccionar su propia “cesta de la compra”, así lo manifiesta Solano (2020) con la singularidad de que el cliente tiene la disponibilidad de ir eligiendo entre una amplia gama o surtido de productos perfectamente empaquetados, etiquetados e identificados.

Los establecimientos que adoptan esta forma de venta permiten que el cliente entre en contacto directo con la mercancía; es decir, sin la intervención directa del vendedor. En este apartado, estarían incluidos la mayoría de los establecimientos de la parroquia

Picoazá por esta característica en particular, también englobaría a las tiendas de todo a 0,50 ctvs., \$1.00 y así hasta los 10 dólares.

La informalidad de negocios locales

El concepto es asociado comúnmente con “aquello que no tiene forma” o con “lo que es externo a sistema formales”, visto desde un punto de vista comercial, presenta problemáticas de carácter social, económico, político y cultural, que determinan procesos de diverso orden y escalas, local, nacional y global así lo considera Alter Chen, (2012) determina que “en definitiva, se puede mencionar que el comercio informal, lo constituyen las agrupaciones de los comerciantes que ejercen el comercio de productos generalizados en la vía pública o terrenos (sitio fijo) ya sea propiedad o no del Gobierno y que carecen de las más indispensables infraestructuras para su funcionamiento adecuado” (pág 20).

Desde esta perspectiva, Portes (2018), se refiere a los orígenes del concepto a partir de “una investigación de la Organización Internacional del Trabajo sobre los trabajadores urbanos de Ghana, identificando y aplicando el concepto de informalidad a individuos involucrados en el autoempleo”

Por lo tanto, el reconocimiento de “sectores informales” se asocia con la existencia de ramas del sector económico que escapan a regulaciones estatales y generan formas alternativas de inserción social. En este sentido, el fenómeno de la informalidad de Picoazá, se entiende en diversos textos como una forma de adaptación de pequeños grupos que emigraron de la capital por emergencia en el año 2016 siendo parte de las grandes dinámicas del mercado globalizado.

Galindo (2015) sugiere las siguientes características del comercio informal:

- Bajo nivel de organización.
- Operan a pequeña escala y de manera específica.
- Con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital como factores de producción.

Para el INEC (2016), el sector informal “es considerado como un grupo de unidades de producción que, según las definiciones y clasificaciones del Sistema de Cuentas

Nacionales de las Naciones Unidas, forman parte del sector de los hogares y que no están constituidas en sociedad.”

Características demográficas de los negocios informales

Nivel educativo: La mayor parte de las personas que pertenecen al sector informal posee un grado de escolaridad bastante bajo, el cual no supera la educación básica o secundaria, lo que se convierte en una desventaja para éstos, ya que disminuyen las probabilidades de emplearse en el sector formal, según García (2016) “los trabajadores informales transmiten a sus hijos lo que ellos conocen, sus habilidades y de este modo sus hijos desde muy jóvenes ya pueden trabajar junto a ellos”.

Sexo: La tasa de informalidad femenina es mayor que la masculina. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019) sostiene que “la razón de este fenómeno es que las mujeres no sólo tienen responsabilidad de trabajar para complementar los ingresos del hogar, sino que también allí tienen otras obligaciones, por lo que necesitan horarios flexibles que les permita hacer diferentes cosas a la vez”.

Desempleo: Debido a la falta de empleo, el sector informal se muestra como una tabla de salvación para aquellas personas que no tienen la fortuna de pertenecer al sector formal. Vale la pena destacar que el comportamiento promedio de la variación de la tasa de desempleo ya revelaba, desde 2015, una clara tendencia al alza, pues mientras que en el 2014 llegó a un 4,85%, a finales del 2015 estuvo en el 3,84% sin embargo, ha ido aumentando hasta que, en la actualidad se encuentra en 14,7%. datos obtenidos de INEC, (2020).

Pobreza y desplazamiento: El efecto producido por el desplazamiento hacia las ciudades de las familias que vivían en sitios rurales, ha hecho que la tasa de desempleo crezca cada vez más., así lo manifiesta el INEC (2020) que “debido a la incapacidad del sector formal para absorber el exceso de mano de obra, a ellos no les queda más camino que buscar empleo en el sector informal”.

Los trabajadores autónomos en Ecuador

En la mayoría de los países de todo el mundo se presenta el comercio autónomo, también conocido como informal, Irogoyen (2017) aporta que “es el producto de la falta

de empleo, desigualdad salarial y la pobreza”. Su análisis parte de que “los países latinoamericanos tienen un porcentaje elevado de trabajo informal, como por ejemplo Perú, Panamá, Bolivia, Ecuador, entre otros, los mismos que no cuentan con una industria muy desarrollada, no existe la exigencia de mano de obra que active el mercado laboral”, en el Ecuador la autonomía por el trabajo (mal llamada informalidad) empezó aproximadamente en los años 80, concluye el autor que “desde época donde se dio el proceso de desindustrialización, que estuvo acompañado por el derrumbe del mercado interno, desde entonces la informalidad se consideró como el negocio de los que tienen mayor índice de pobreza (pág. 23)

Es de esta manera que surgen los trabajadores informales que se fueron adaptando a estas formas de empleo, que en la actualidad no debe ser vista como una salida a la desocupación, sino más bien como lo que es realmente una forma de ocupación laboral.

El RISE una alternativa de formalidad para los comerciantes autónomos

En relación al RISE, el SRI (2020) lo incorporo en agosto del 2008 como una opción para los negocios informales, definiéndolo como “un régimen de inscripción voluntaria que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país. A continuación, los beneficios principales de la obtención del RISE:

1. No se necesita hacer declaraciones.
2. Evita los costos por la compra de formularios.
3. Evita costos por la contratación de terceras personas, como tramitadores.
4. Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta.
5. No tiene obligación de llevar contabilidad y por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina.
6. Si el trabajador es afiliado en el IESS, se otorga un descuento del 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

7. El tipo de comprobante que deben entregar los contribuyentes RISE son las Notas de Venta o Tiquete de Máquina registradora, autorizada por el SRI.
8. Para los requisitos de llenado solo deberá registrarse la fecha de la transacción y el monto total de la venta, no desglosando el IVA.
9. Estos comprobantes de venta sustentarán costos y gastos siempre que identifiquen al consumidor y se detalle el bien y/o servicio transferido.
10. Las cuotas a pagar por parte de los contribuyentes del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, son según la categoría de ingresos y actividad económica que realizan, obtenido de la página del SRI (2020).

Tabla 1*Cuotas RISE 2017 - 2019*

TABLA - CUOTAS RISE 2017-2019 - VIGENTE							
CATEGORIAS							
	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos	0-	5.001	10.001	20.001	30.001	40.001	50.001
Anuales	5.000	10.000	20.000	30.000	40.000	50.000	60.000
Promedio de	0 -	417 -	833 -	1.667 -	2.500 -	3.333 -	4.167 -
Ingresos	417	833	1.667	2.500	3.333	4.167	5.000
ACTIVIDADES							
Comercio	1.43	4.29	8.59	15.74	21.48	28.62	37.21
Servicios	4.29	22.90	45.80	85.87	130.24	187.49	257.62
Manufactura	1.43	7.17	14.31	25.77	35.79	45.80	64.41
Construcción	4.29	15.74	32.92	61.54	87.31	135.97	193.22
Hoteles y	7.17	27.19	54.39	94.46	150.28	206.10	260.48
Restaurantes							
Transporte	1.43	2.86	4.29	5.72	18.60	38.64	70.13
Agrícolas	1.43	2.86	4.29	7.17	11.45	17.17	21.48
Minas y	1.43	2.86	4.29	7.17	11.45	17.17	21.48
Canteras							

Fuente: Tarifas vigentes por actividad económica publicadas por el Servicio de Rentas Internas – SRI (2019)

Sanciones a los contribuyentes

El SRI (2020) pone a conocimiento de la población ecuatoriana las siguientes sanciones a las que pueden estar expuestos los contribuyentes, por el no pago de sus cuotas mensuales, estas son:

1. clausurado por la omisión de 3 cuotas; si no paga seis cuotas es excluido, debe ponerse al día y no puede re ingresar al régimen simplificado hasta después de 24 meses.
2. Pierde todos los beneficios que tiene un contribuyente RISE, es decir: deberá presentar formularios de declaración de IVA y Rentas.
3. No estará exento de retenciones en la fuente de impuestos.
4. Deberá llevar contabilidad en caso necesario y deberá emitir con datos informativos sobre clientes completos de notas de venta.

La ciudad y el comercio informal

La concepción de ciudad aquí desarrollada va más allá de un simple espacio físico, Cáceres (2018) lo interpreta como “el complejo de estructuras materiales que caracterizan este lugar, la ciudad es aquel espacio en el que han emergido nuevas formas de relación social, que se apartan de aquel concepto de comunidad como un todo, donde las acciones sociales respondían al sentimiento subjetivo, caracterizado por un orden afectivo o tradicional que guiaba a todos y cada uno de sus miembros.”

Entre los múltiples contextos urbanos existentes, el autor Borja (2015) concuerda que “donde se manifiesta el fenómeno de la informalidad, el comercio de este tipo constituye una de las preocupaciones actuales en materia de construcción de las ciudades, más aún, teniendo en cuenta que la ciudad principal de Manabí, se apoyó totalmente en esta parroquia comúnmente establecida con las formas de economía pre capitalista y con los problemas asociados a la ocupación ilegal del espacio público”.

En fin, muchos son los actores involucrados en esta forma de comercialización de productos, sin embargo, Blanco (2020) considera de manera puntual que “de una u otra manera salen adelante los comerciantes informales con la producción, cadenas de

distribución e intermediarios y vendedores que puede existir en la informalidad; sin embargo, son estos últimos los más visibles a lo largo del proceso de comercialización, al estar ubicados en lugares públicos de la ciudad no son bien vistos ni valorados por los consumidores”.

En un estudio de comercio informal realizado por Nova (2014) detalla que “la manera de comprender o al menos identificar las formas de interacción entre vendedores, es mediante la conformación de grupos, de apropiación y control del espacio, esto representa una forma de acercarse a la “ciudad real” lo que notoriamente da crecimiento a la localidad”.

Esto es posible y el investigador concuerda en el campo, donde los actuales comerciantes emigrados de Portoviejo están exaltando el reconocimiento al comercio aunque después se vayan a la ciudad proveniente; esto se aprecia a través del reconocimiento de “nodos, recorridos y significados con otros niveles de connotación diferentes a los de la ciudad formal”.

Los comerciantes

Al hablar de comerciantes, se cita a Osorio (2017) por considerar que “toda persona física, entidad de hecho o de derecho, privada o pública que, en nombre propio o por cuenta ajena, se dedica en forma habitual a ofrecer, distribuir, vender, arrendar, conceder el uso o disfrute de bienes o/a prestar servicios, sin que necesariamente esta sea su actividad principal”.

El mismo autor define al comerciante como “el individuo que, teniendo capacidad legal para contratar, ejerce por cuenta propia o por medio de personas que le ejecutan por su cuenta, actos de comercio, haciendo de ello su profesión habitual. En sentido más amplio, toda persona que hace profesión de la compra y venta de mercaderías”.

En la investigación presente, se refiere únicamente a las personas naturales cuando se usa la expresión comerciantes, los cuales siendo capaces de adquirir derechos y contraer obligaciones, ejercen actos de comercio, que, de acuerdo a la teoría moderna, es la realización de actos en masa, y es por esta actividad que se denomina comerciantes, los mismos cuentan con las siguientes características:

- Los comercios autónomos están más cerca de sus clientes.

- Al sentir su cercanía, percibe que forma parte de su empresa.
- Ofrece una mayor satisfacción, aunque la principal ventaja, sin duda, es que un cliente plenamente satisfecho será su mejor publicidad.
- El cliente es quien recomienda sus productos y servicios y quien le cierra la puerta a la posible competencia.
- Posibilidad de desarrollar estrategias especializadas.
- Abre las puertas a desarrollar campañas de comunicación especializada en un medio como el internet.
- Los aspectos intangibles son una parte muy importante de la actividad de venta (credibilidad, fiabilidad, trato, etc.), que se sienta cómodo, que se sienta bien atendido (asesoramiento, conocimiento de los productos, capacidad de respuesta), que confíe en que va a realizar una buena compra.

Establecimiento comercial

Atraer al cliente es el primer paso para conseguir una venta, y los comerciantes desarrollan un papel fundamental para el acto de compra y venta, como lo menciona Osorio (2017) “los comerciantes son los que atraen a clientes con la oferta de su producto o servicio en donde el establecimiento comercial es el centro de sus operaciones comerciales, lugar donde se dedican los esfuerzos hacia el perfil de persona más adecuado hacia el segmento que se ha decidido comercializar”.

Es prioritario valorar el espacio necesario para conseguir una sala de ventas funcional y atractiva, así corrobora Nova (2014) “este espacio se verá afectado por el tipo de mobiliario y los equipos necesarios, así como por la imagen que se quiere transmitir al cliente”.

En el presente proyecto los comerciantes investigados no todos cumplen con una sala de ventas funcional y atractiva, un gran número de comerciantes realizan su actividad comercial en locales independientes, elaborados en material de acero inoxidable, con medidas de 2 metros de ancho, 2 metros de largo y 3.30 de alto. Como medida de prevención de inundaciones, los módulos ubicados juntos a las aceras están levantados

30 cm del piso, los demás están levantados a 20 cm. Cada módulo tiene su canalización individual de aguas lluvias.

Factores de la pérdida de competitividad del comercio

Hay varios factores que influyen en la pérdida de competitividad, es así como Duarte, (2019) considera que “en las últimas dos décadas el comercio minorista fue perdiendo clientela, las razones por la que este fenómeno fue creciendo son las siguientes”:

Factores externos:

- El cambio de hábitos de consumo de la población que cada vez destina más dinero a la adquisición de productos o servicios relacionados con el ocio y el entretenimiento, en detrimento de la alimentación, el vestido o el hogar.
- El cambio en los hábitos de compra que emplea cada vez menos tiempo para la compra habitual y concentra el acto de la compra en una sola vez de forma semanal o quincenal.
- La aparición de otras formas de comercio más competitivas como los grandes centros comerciales que localizadas en un único punto se adaptan mejor a la compra fuerte semanal o quincenal.
- El propio urbanismo de las ciudades que no anima a comprar con las aceras estrechas, volumen de tráfico, falta de aparcamiento, escaso lugar de esparcimiento que permita pasear, etc.

También el autor menciona factores internos:

- Falta de dimensión del negocio que impide tener buenas condiciones con los proveedores.
- Consideración del comercio como un puesto de trabajo en lugar de un negocio.
- No introducción de determinados cambios y nuevas tecnologías.
- La falta de formación en muchos casos del comerciante.

- El régimen de alquiler que dificulta la realización de obras de reforma y mejora de los locales

Organismo regulador del comercio en el cantón Portoviejo

La Empresa Pública Municipal de Centros Comerciales y Terminal Terrestre es la entidad responsable de garantizar el buen funcionamiento de la zona comercial Alajuela, transversales y diversas calles de la parroquia Picoazá autorizadas para el expendio de productos no predecibles, artículos varios y servicios que se comercializan en ese sector.

La empresa pública llamada Portocomercio es la encargada de la respectiva gestión administrativa, comercial y de marketing de la zona comercial, así como de implementar planes de capacitación, formación y asistencia técnica para los comerciantes, también se encarga de la coordinación con las entidades responsables de la seguridad, control, vigilancia y servicios públicos.

De acuerdo con publicaciones en la página web de Portocomercio (2020) se destacan las obligaciones de la entidad pública, así como los derechos y obligaciones de los comerciantes autónomos detallados a continuación:

Obligaciones de la empresa pública Portocomercio:

- Conceder un permiso administrativo de uso de puestos y locales a cada comerciante en el cual se establezcan deberes y derechos.
- Cumplir y hacer cumplir: las leyes, reglamentos, ordenanzas y disposiciones superiores para ello deberá contar con las herramientas y recursos necesarios.
- Dictar las disposiciones que considere necesarias para el buen manejo y orden en el funcionamiento de la zona comercial Alajuela, sus transversales y diversas calles de la parroquia Picoazá destinadas al comercio.
- Vigilar la actividad mercantil que se realice en la zona comercial, dentro del marco legal pertinente.

- Coordinar acciones y mantener informados a los Directivos de las asociaciones de comerciantes sobre las actividades, resoluciones y demás acciones tomadas por la administración.
- Difundir la información pertinente que se emane desde la Municipalidad.
- Realizar inspecciones, confirmaciones de puestos, autorizaciones de ausencias, autorizaciones de permutas, permisos de construcción o reparación de módulos, carpas o carretas, emisión de certificaciones y en general, velar por el cumplimiento de las normas establecidas.
- Llevar la documentación administrativa de la zona comercial, el catastro de los comerciantes, establecer un archivo de los comerciantes con su documentación básica y el registro de infracciones, sanciones cambios y demás información relevante.
- Controlar que los comerciantes se encuentren al día en los pagos por la utilización de puestos asignados.
- Emitir informes periódicos sobre la situación operativa y financiera de la zona comercial y demás que sean solicitadas por los organismos superiores.
- Proponer toda clase de medidas, proyectos y ajustes a las ordenanzas y reglamentos, encaminados al mejoramiento de las condiciones de la zona comercial.
- Vigilar que los puestos expendan únicamente el giro o productos con el cual están catastrados.
- Controlar que los comerciantes atiendan al público con cortesía, usando modales y lenguaje apropiado.

Derechos de los comerciantes:

- Contar con un permiso administrativo de uso puesto o local asignado.
- Gozar de un ambiente propicio de armonía, organización y seguridad.

- Contar con acceso a los servicios básicos necesarios.
- Presentar propuestas a Portocomercio, con la finalidad de mejorar, optimizar, y estructurar mejoras físicas, o administrativas.
- Exigir respeto mutuo entre usuarios, comerciantes y funcionarios de Portocomercio, de la Dirección de Seguridad y Policía Municipal y demás funcionarios públicos.
- Tener libre acceso en las áreas de uso común y libre tránsito.
- Recibir asistencia técnica y capacitaciones para el mejoramiento de la actividad comercial.

Obligaciones de los comerciantes:

- Cancelar las obligaciones tributarias con la Municipalidad durante los primeros cinco (5) días del mes.
- Registrar su actividad en la Base de Datos del SRI cumpliendo con la obtención del RISE o el RUC según sea el caso.
- Portar la credencial de identificación de comerciantes, expedido por Portocomercio
- Instalar cestos de basura en sus locales comerciales.
- Atender al público con cortesía, usando modales y lenguaje apropiado.
- Participar en las capacitaciones, actividades de promoción y demás programas que se implementen para la reactivación comercial
- Solicitar autorizaciones escritas en caso de arreglos, reparaciones, cambios, que pretendan desarrollarse en el área comercial
- Exender en sus puestos exclusivamente la clase de productos que fueron reportados y autorizados por Portocomercio.

- Permanecer en el puesto de ventas durante el horario establecido, salvo el caso de calamidad doméstica o fuerza mayor comprobada, previo conocimiento de Portocomercio.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Investigar los negocios estratégicos para el desarrollo local enfocado en una nueva visión desde la perspectiva parroquial, caso Picoazá.

Objetivos específicos

- **OE1:** Determinar la situación actual de los negocios de la parroquia Picoazá
- **OE2:** Clasificar los negocios por tipos de actividad comercial asentados en la parroquia Picoazá.
- **OE3:** Evaluar el aporte de los negocios que brinda al desarrollo comercial de la parroquia.

MATERIALES Y MÉTODOS

Metodología de la investigación

La metodología utilizada para el desarrollo del presente trabajo, es la investigación descriptiva, donde se mostraron las características de un determinado hecho, este estudio fue evidenciado de la recolección de datos usando las herramientas y técnicas cuantitativas y cualitativas.

La investigación fue exploratoria, porque las fuentes de información se encontraron visitando el lugar de los hechos, y teniendo contacto directo con las personas que proporcionaron los datos para comprobar los objetivos.

Tipo de investigación

La investigación fue de campo, los datos se recolectaron directamente en la parroquia Picoazá a través de los comerciantes, mismos que se encontraban asentados en el sector comercial, a través de la aplicación de encuestas con el fin de conocer los tipos de negocios y cuál fue el más rentable.

La investigación fue bibliográfica, puesto que se utilizó fuentes de información en libros, revistas, páginas web, páginas gubernamentales, criterios de diferentes autores, etc., por lo tanto, mediante fuentes primarias y secundarias.

Técnicas de investigación

A través de la aplicación de encuestas hacia los involucrados, se logró captar una mayor cantidad de información sobre los negocios y los comerciantes que se desenvuelven en los mismos, de este modo se clasificaron para su evaluación estratégica para el desarrollo local.

Mediante una entrevista la misma que sirvió para realizar un cuestionario de preguntas para aplicarlo en la encuesta, la misma fue dirigida al representante de la parroquia el Licenciado Carlos Gines Vera que es el presidente de la junta parroquial, gracias a su información se obtuvo conocimiento sobre la utilización de los recursos generados de estas actividades y como se emplearon para el aporte y desarrollo local de la parroquia.

Con la ayuda de la ficha de observación en el campo, se identificaron desde la perspectiva del autor la incidencia de los comerciantes y su desarrollo en un día frente a diferentes aspectos como: atención al cliente, precios, volumen de venta, tipos de comerciantes, formalidad e informalidad de comerciantes, etc., estos aspectos dieron el enfoque para la realización de un FODA que generalice los aspectos del comercio en Picoazá. Mediante la verificación se constató el cumplimiento de los objetivos, los mismos que se cumplieron a través de los resultados obtenidos al aplicar los métodos de recolección, todo esto llevó al investigador poder elaborar las conclusiones del desarrollo local.

Diseño de la investigación

Se realizó un estudio analítico, bibliográfico no experimental con un enfoque cualitativo y cuantitativo, porque se integró datos sin y con medición numérica.

Métodos de investigación

Método bibliográfico. - Se consultó varios puntos de vista de autores acerca de la investigación.

Método estadístico. - Mediante la tabulación de la recolección de datos para presentar una información ordenada

Población y muestra

Población

La población del presente proyecto engloba un total de 551 comerciantes registrados en el catastro del SRI considerados como población dentro de la Parroquia Picoazá.

Muestra

Siendo un total de 551 comerciantes considerados como población dentro de la Parroquia Picoazá, la muestra se obtiene de la siguiente manera:

Formula:

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1)+1}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población.

E= Error de muestra

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1)+1} = \frac{551}{(0,08)^2 (551-1)+1} = \frac{551}{3.52} = 156$$

156 encuestas a aplicar.

Análisis de datos

Los resultados obtenidos de todo el proceso de recolección de información, es decir las encuestas aplicadas serán procesados para su respectivo análisis y se realizará un

conteo, tabulación, elaboración de gráficos de barras, presentación e interpretación de cada pregunta.

RESULTADOS

Resultados de la entrevista

Dirigido a: presidente de la Junta Parroquial

Nombre: Licenciado. Carlos Gines Vera (anexo 2)

El Licenciado Carlos Gines inicia el diálogo dejando en cuenta que, a pesar de que ha hecho un sinnúmero de obras en la parroquia, aún falta mucho para que esté desarrollada como localidad comercial, las obras que se han fomentado para el desarrollo parroquial son la construcción de parques, arreglo de calles, organización de los negocios comerciales, disminuir el comercio informal y la mejora constante de las instalaciones del Mercado Central.

El presidente, también hace mención sobre la atención hacia el ciudadano, detalla que es parte de llevar la justicia de la parroquia, los principales reclamos que suscitan son por la supuesta contaminación del agua para el consumo de la comunidad, servicios sanitarios, puentes peatonales, calles obstruidas, etc., lo que es resaltante por los avances que ha tenido Picoazá como parroquia, a su vez menciona que la gestión de los presupuestos asignados para obras no es el suficiente, sin duda con un mayor presupuesto se cumpliría a tiempo la realización de obras que siguen pendientes.

El aumento de número de locales es favorable para la parroquia, esto genera mayor visita de habitantes de otros lugares, mueve el mercado central, mejora la economía de las familias, apoya a la recaudación de ingresos mediante el cobro de impuestos y se le puede asignar un mayor presupuesto para el movimiento de la economía de la localidad.

Bajo esta perspectiva del presidente parroquial, el autor puede afirmar que los negocios ubicados en la parroquia si aportan al desarrollo de la localidad de manera benéfica no solo para las familias sino en amplitud de factores. El presidente de la junta parroquial continua, diciendo que la imposibilidad del espacio actual limita para que se abran más negocios, dejando que sean las calles donde se encuentra la zona comercial de mayor aglomeración, dando apertura a que el comercio informal se fomente.

Adicional el presidente de la junta parroquial manifiesta que la parroquia como tal, cuenta con un presupuesto asignado exclusivamente para que se puedan resolver ciertos problemas que se presentan y están catalogados para que sean resueltos a la brevedad posible por dicha junta; sin embargo, se debería considerar aumentar ese presupuesto a las entidades públicas correspondientes.

Para finalizar el licenciado concluye que la infraestructura de los negocios en la actualidad no es la adecuada, son puestos pequeños, y en su mayoría no cuentan ni con vestidores en el caso de que se dediquen a la actividad económica de la venta de prendas de vestir, ni con las instalaciones adecuadas para los que venden comida, otros no cuentan con baños, no circula el aire necesario para un ambiente fresco y seco, estos factores impiden que el comercio aumente y las ventas no aumenten lo que imposibilita el crecimiento de los negocios.

Por esta razón está en planificación elaborar un centro comercial que de la disponibilidad a los comerciantes de tener un espacio justo para su actividad comercial.

Resultados de encuestas

Tabla 2

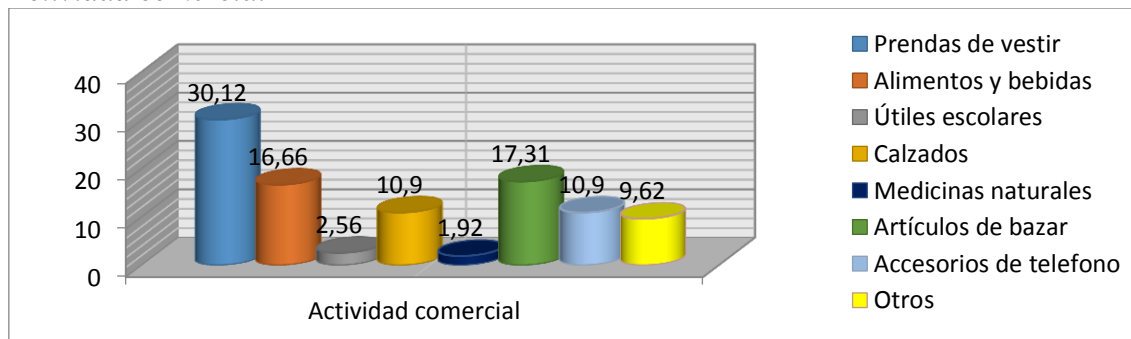
¿Cuál es la actividad comercial de su negocio?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	Prendas de vestir	47	30.12
2	Alimentos y bebidas	26	16.66
3	Útiles escolares	4	2.56
4	Calzados	17	10.90
5	Medicinas naturales	3	1.92
6	Artículos de bazar	27	17.31
7	Accesorios de teléfono	17	10.90
8	Otras	15	9.62
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 2

Actividad comercial



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

El trabajo es toda actividad lícita, libre y consciente, así lo indica el Código de Trabajo (2013), para los comerciantes de la parroquia Picoazá existen diferentes actividades económicas libres y lícitas por lo que fue importante realizar una clasificación de las mismas, se constató que con un 30.12% están las prendas de vestir, esto es algo fácil de evidenciar desde la entrada principal siendo el segmento más demandado en la actualidad, los artículos de bazar con el 17.31% de participación por ser la opción más completa en artículos varios de todo tipo de precio; y la venta de calzados con un 10.90% donde su característica más atractiva son los precios bajos; la venta de alimentos y bebidas con un 16.66% locales que se encuentran, sobre todo en los alrededores del mercado municipal; estas son las actividades de mayor cantidad de locales en la parroquia.

Tabla 3

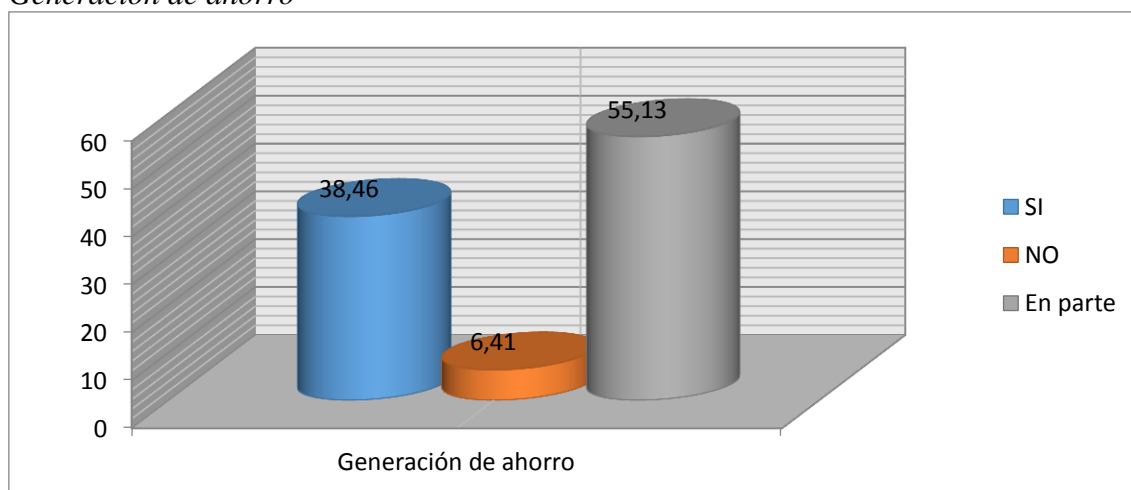
¿La actividad comercial del negocio permite la generación de ahorro y sostenimiento económico de su familia?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	60	38.46
2	NO	10	6.41
3	En parte	86	55.13
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 3

Generación de ahorro



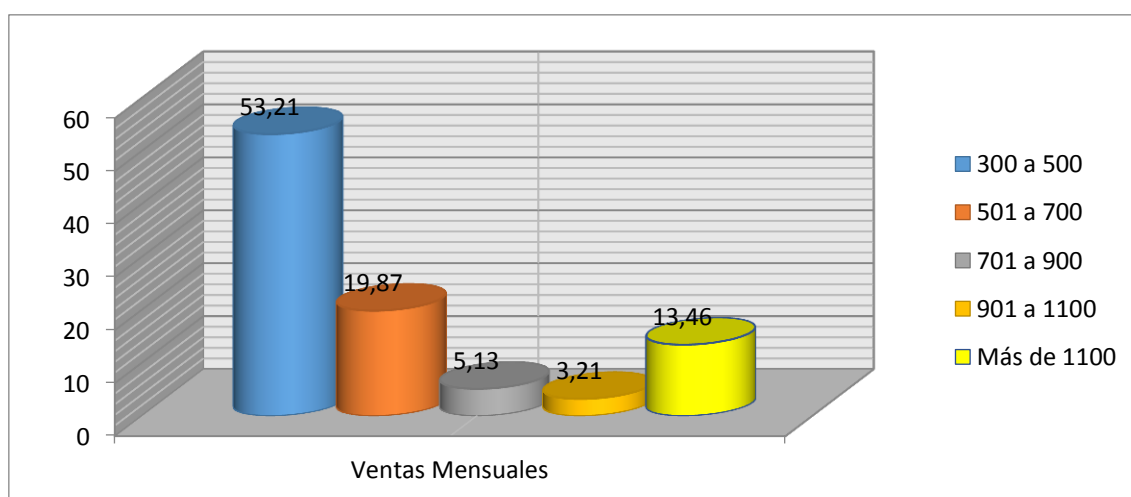
Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

Los negocios autónomos de la parroquia Picoazá, fueron creados con la finalidad de obtener beneficios económicos para su crecimiento comercial; corroborando con Irigoyen (2017) “los comerciantes obtienen a su vez la calidad de llegar a propietarios de un local” por lo que la presente interrogante identificó en qué medida la actividad comercial que desarrollan, y a su vez la capacidad de generar ahorro; los datos muestran que un 38.46% de los negocios les permite generar ahorro y dar estabilidad económica a su familia, un 6.41% comentó que debido a las bajas ventas y el poco nivel de ingreso mensual no obtienen superávit como para ahorrar; por último, con un 55.13% están aquellos comerciantes que coinciden que pueden llegar a generar ahorro por ciertas temporadas, con ayuda de una buena negociación con proveedores, liquidación de productos, etc.

Tabla 4*¿El promedio mensual de ventas de su actividad comercial es?*

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	300 a 500	83	53.21
2	501 a 700	31	19.87
3	701 a 900	8	5.13
4	901 a 1100	5	3.21
5	Más de 1100	29	13.46
TOTAL		156	100

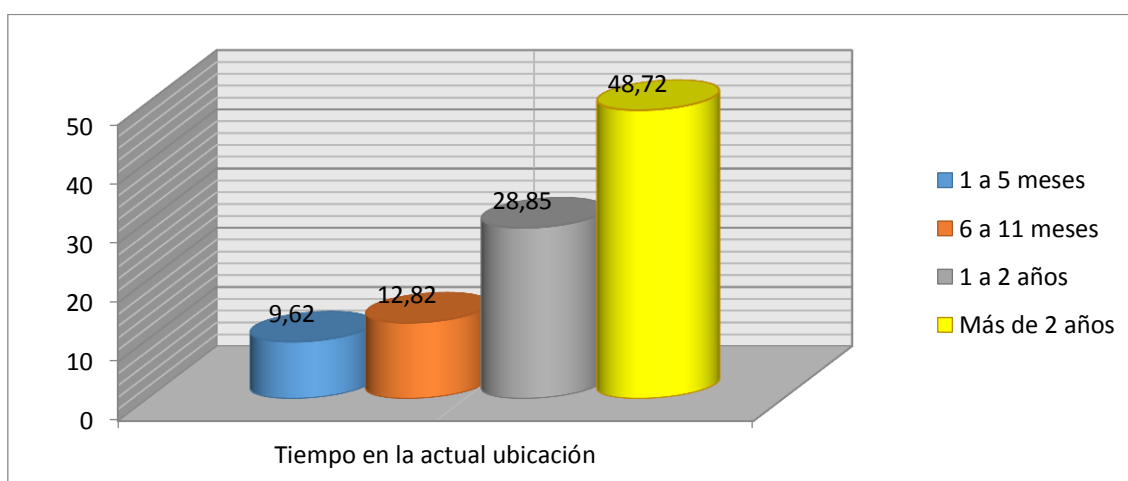
Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)**Gráfico 4***Promedio de ventas***Fuente:** Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)**Análisis e interpretación**

El 53.21% de los comerciantes generan ingresos por los 300 y 500 dólares al mes, lo que representa un salario básico unificado, por otro lado solo un 19.87% tienen ingresos superiores a los 500 dólares por diversidad de factores que envuelven tanto sus productos y su venta, y tan solo un 13.46% realizan ventas por más de 1100 dólares mensuales, esto tiene que ver mucho por la lógica comunicacional, definido por Garrigues (2019) como “la comunicación, expresión corporal y verbal del vendedor” cabe mencionar que estas personas no gozan de beneficios debido a que son propietarios de sus propios negocios, por lo que si desean algún beneficio de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, les generaría un gasto adicional que muchos no estarían dispuestos a acceder.

Tabla 5*¿Qué tiempo tiene el negocio en esta ubicación?*

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	1 a 5 meses	15	9.62
2	6 a 11 meses	20	12.82
3	1 a 2 años	45	28.85
4	Más de 2 años	76	48.72
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 5*Tiempo del negocio*

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

La permanencia de los negocios en su actual ubicación se vuelve un factor de mayor relevancia por ver el constante emprendimiento y evolución del comercio, se hace referencia al autor Galindo (2015) “un comerciante para permanecer en constante evolución debe contar con solidaridad, empatía, bondad espontaneidad, reciprocidad; así asegura su economía” en tal virtud se expresa que el 48.72% de los encuestados poseen más de 2 años en su actual ubicación, otro grupo con 28.85% tienen entre 1 y 2 años; los negocios que recientemente se inauguraron (menos de 1 año) representan una pequeña proporción de la muestra encuestada, esta situación se debe a que en la actualidad la demanda ha disminuido en los últimos años, característica que lleva a la reflexión a muchos nuevos emprendedores que se encuentran iniciando con su negocio debido a la fuerte competencia que ya está establecida en cada segmento.

Tabla 6

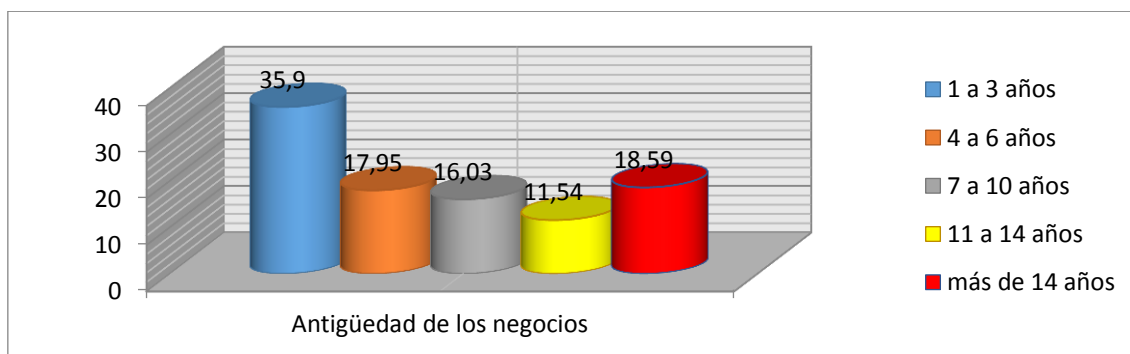
¿Cuál es la antigüedad de la actividad comercial del negocio?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	1 – 3 años	56	35.90
2	4 – 6 años	28	17.95
3	7 – 10 años	25	16.03
4	11 – 14 años	18	11.54
5	Más de 14 años	29	18.59
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 6

Antigüedad de actividad



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

En esta interrogante se analizó la antigüedad de la actividad comercial del negocio, claramente existe una superioridad en los comerciantes que tiene entre 1 a 3 años trabajando en este sector siendo un 35.90%, esta situación es justificada, porque gran parte de los comerciantes que se encuentran trabajando actualmente en la parroquia Picoazá, anteriormente ejercían sus actividades en el centro comercial de la ciudad (calle Chile y aledañas), pero los efectos del terremoto suscitado en abril de 2016, convirtiéndose ésta localidad en el mayor centro comercial autónomo de la provincia. Según Fernández (2018) “nuevos comerciantes atraen existencia de sobre comercialización, inestabilidad financiera para locales actuales en el sector y concentración de la riqueza en nuevos locales emigrantes”, sin embargo, en la parroquia Picoazá suscitó todo lo contrario, siendo un beneficio para el comercio la llegada de estos nuevos comerciantes de Portoviejo dado que una vez se establezca el comercio en Portoviejo aquellos negocios autónomos se quedan fuertes y con clientela.

Tabla 7

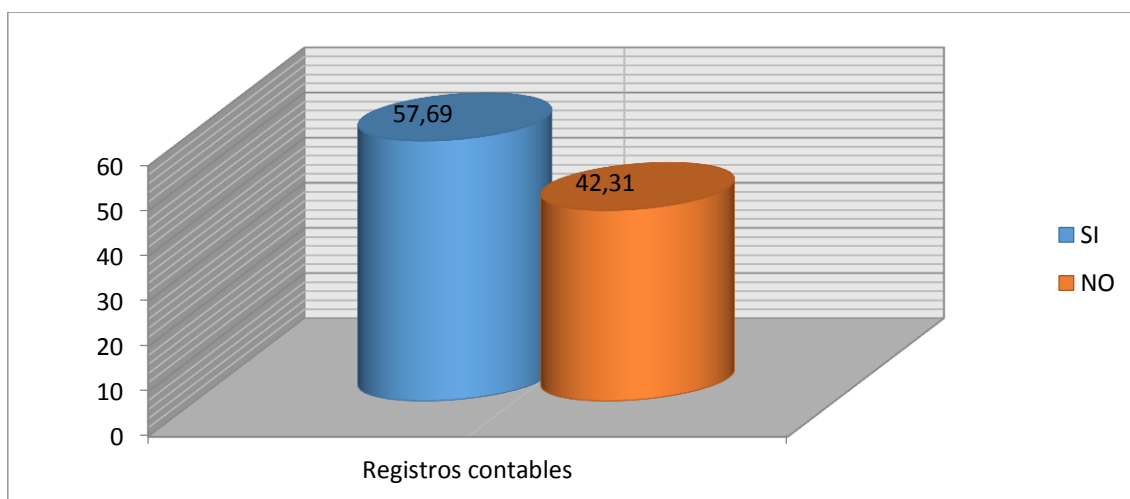
¿Lleva un registro contable de la actividad comercial del negocio?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	90	57.69
2	NO	66	42.31
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 7

Registro contable



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

La presente interrogante consulta quienes mantienen registros contables de sus actividades, como lo recomienda Duarte (2019) “mantener un registro contable de las operaciones financieras en un negocio es una de las mejores formas de ejercer control sobre las actividades económicas que realizan”, por lo tanto, se obtuvo que el 57.69% de locales lleva un registro contable enfocados en ingresos y gastos de manera mensual, tal vez no como un contador, pero al menos dicho registro permite poseer una idea del flujo de sus recursos; la diferencia con el 42.31% que es un alto nivel a comparar, señaló no realizar dicha actividad, indicando que los cálculos se realizan al momento de la transacción y al final del día se cuantifican las ventas de manera empírica, para determinar ganancias, sin dejar constancia de aquellos cálculos, probablemente su finalidad es cubrir gastos y no generan un ahorro constante.

Tabla 8

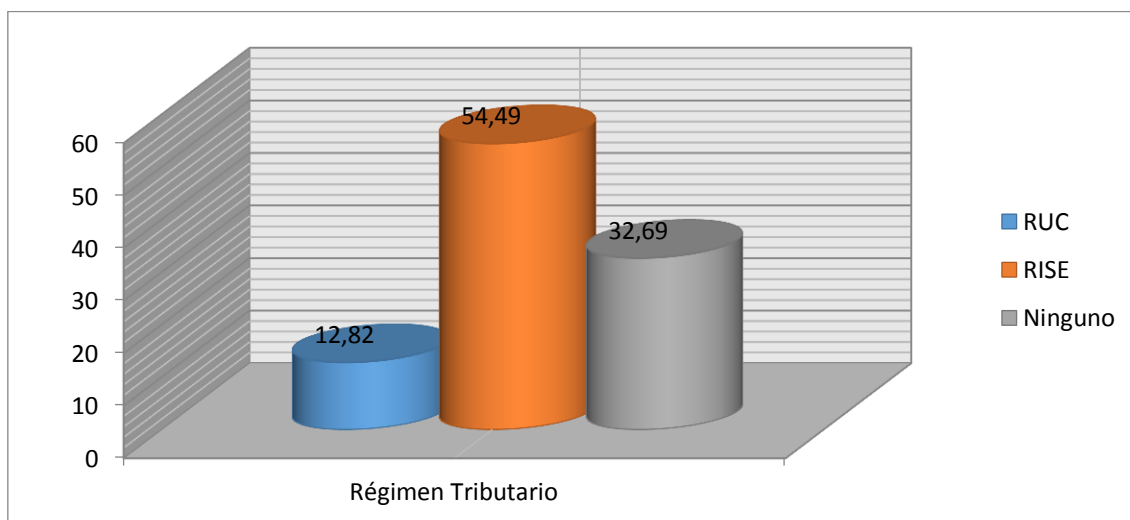
¿Bajo qué régimen tributario se encuentra inscrito en el Servicio de Rentas Internas (SRI)?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	RUC	20	12.82
2	RISE	85	54.49
3	Ninguno	51	32.69
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 8

Régimen tributario



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

Conocer el régimen fiscal al que pertenecen los comerciantes autónomos de la parroquia Picoazá, dio una idea básica sobre el nivel de formalidad e informalidad en las actividades comerciales que es, de acuerdo a los datos obtenidos el 12.82% de los encuestados tienen RUC, más del 54% indicaron poseer el RISE ya que mensual o anualmente, el comerciante puede cancelar una cuota en relación a los ingresos su actividad de acuerdo a la tabla propuesta por el SRI evitando efectuar sus declaraciones, por último están aquellos individuos que no cumplen con ninguno de los dos registros anteriores 32.69%, siendo estos últimos considerados como comerciantes informales ya que evaden cualquier mecanismos de formalidad bajo las normas tributarias.

Tabla 9

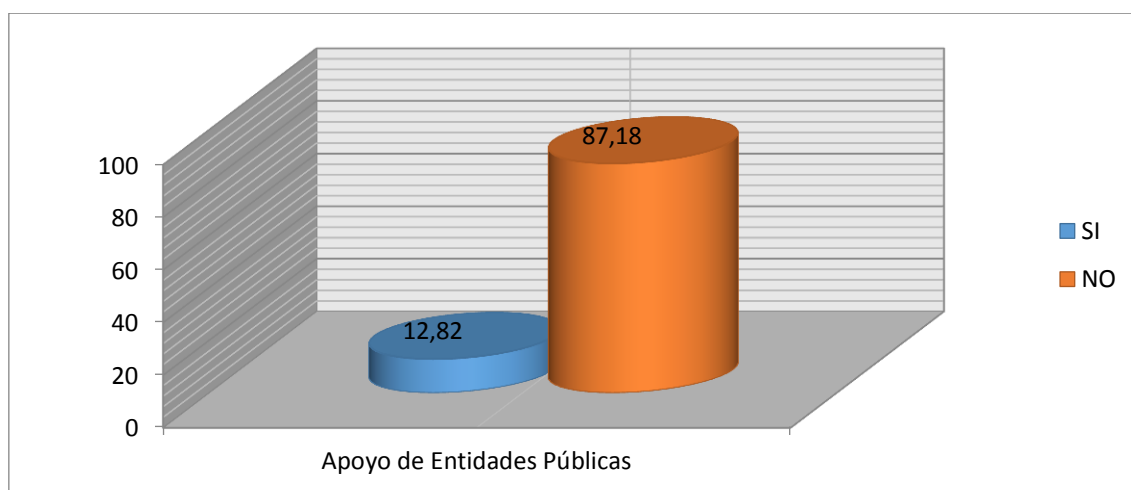
¿Ha recibido su negocio apoyo de entidades públicas?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	20	12.82
2	NO	136	87.18
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 9

Apoyo de entidades públicas



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

“La cooperación ya sea del sector público o privado, siempre es necesaria para conseguir mejoras en el negocio” así lo expresa De Soto (2017) y se corrobora en los comerciantes autónomos para descubrir si la localidad como tal, fomenta el emprendimiento autónomo para el desarrollo comercial de la parroquia. La investigación muestra que solo el 12.82% de locales han logrado de cierta manera, recibir ayudas de entidades públicas, mientras que más del 87.18% fueron muy firmes y contundentes en manifestar que el sector público, con especial énfasis en el Municipio de Portoviejo, no se han preocupado por los comerciantes autónomos, un ejemplo claro que está a la vista, son los comerciantes autónomos que siguen trabajando en la calles y que recurridas veces han solicitado un espacio físico para continuar con su negocio, después de haber transcurrido más de 4 años del terremoto en Manabí y siguen sin recibir respuesta.

Tabla 10

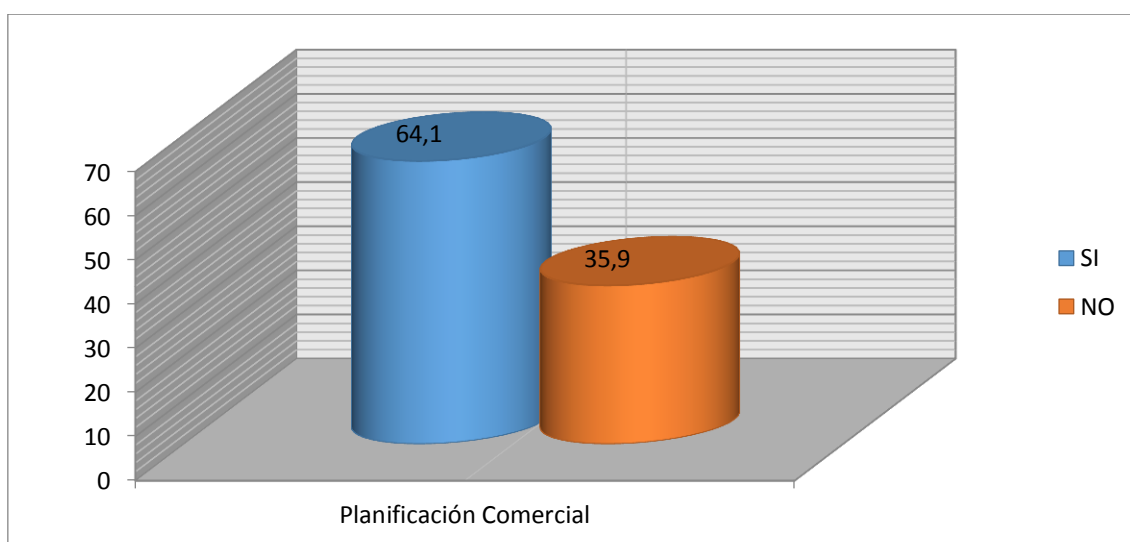
¿Existe una planificación comercial para el negocio?

No.	Opciones	Frecuencia	%
1	SI	100	64.10
2	NO	56	35.90
TOTAL		156	100

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Gráfico 10

Planificación comercial



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Análisis e interpretación

Las planificaciones comerciales pueden llegar a ser compleja para el entendimiento de los comerciantes que suelen confundir como la organización de una empresa en sí, al ser considerados los negocios autónomos, como pequeñas empresas comercialmente hablando, se estimaba que algunos no cuentan con una planificación comercial; sin embargo, de acuerdo con los datos recopilados el 64.10% manifestaron contar con dicha planificación aunque de una manera sencilla, la diferencia con 35.90% opinaron no contar con esta planificación; sinceramente a criterio del autor ninguno de los negocios encuestados poseen como tal una planificación, por muy sencilla que sea, esto se puede evidenciar en el proceso de ventas.

Tabla 11

Identificación y clasificación por tipo de actividad de los diferentes negocios asentados en la parroquia Picoazá

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS COMERCIANTES DE PICOAZÁ			
No.	Tipos de negocios	No. de negocios	%
1	Prendas de vestir	47	30.12
2	Alimentos y bebidas	26	16.66
3	Útiles escolares	4	2.56
4	Calzados	17	10.90
5	Medicinas naturales	3	1.92
6	Artículos de bazar	27	17.31
7	Accesorios de teléfono	17	10.90
8	Otras	15	9.62
TOTAL		156	100 %

Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

De acuerdo a la información obtenida en la pregunta de la encuesta realizada a los comerciantes de la parroquia Picoazá, existen 47 locales dedicados a la venta de prendas de vestir, muchas de ellas están complementadas con otros tipos de mercancías consideradas como un grupo individual en esta clasificación, por ejemplo venta de calzados, los locales que vende ropa están principalmente ubicados en la calle de acceso principal y en los alrededores del parque central, gran parte de ellos trabajaban anteriormente en la calle Chile, 9 de octubre, Francisco de P. Moreira y Pedro Gual, de la ciudad de Portoviejo, pero a causa del terremoto del 2016, tuvieron que buscar otros sectores para continuar con sus actividades económicas, siendo en su mayoría comerciantes externos a la parroquia.

El trabajo es el “motor elemental de toda sociedad” como lo manifiestan los comerciantes, primordialmente los negocios dedicados a la venta de alimentos y bebidas siendo 26 en total, ubicados principalmente en los alrededores del mercado municipal, dentro de este grupo se observan negocios como picanterías, restaurantes de comida típica, asaderos de pollos, panaderías y parrilladas.

La población de negocios que comercializan útiles escolares es reducida, alcanzando los tres establecimientos en toda la parroquia, convirtiéndose una oportunidad de nuevo emprendimiento por el poco número de competencia, por otro lado la venta de calzados

es uno de los negocios con mayor demanda, inclusive al ser el segundo de mayor número de locales (el primero es la ropa) existen 17 locales que se dedican a esta actividad, según declaración de los mismos comerciantes, en un principio esta cifra era mayor, pero la demanda ha ido decayendo en los últimos meses obligando algunos locales a cerrar y buscar otros mercados.

Una de las fortalezas del comercio autónomo de la parroquia Picoazá, es la venta de artículos para el hogar, las personas pueden encontrar diferentes tipos de insumos para la cocina, baño, sala, comedor, en fin, la gama de productos es muy variada y tiene mucha acogida por los compradores por su variedad de precios al alcance de todos, los comerciantes señalan que los fines de semana los productos son más demandados y que acuden personas de diferentes sectores de la ciudad e incluso de otros cantones a comprar esta clase de productos, esta acción favorece a otros segmentos aumentando su visibilidad.

La venta de teléfonos y accesorios ha venido en declive en los últimos meses, pero no por eso, su demanda ha desaparecido de la parroquia Picoazá, actualmente existen 17 locales, en tres de ellos se pueden comprar celulares en los restantes se pueden encontrar repuestos, reparación y accesorios para estos productos.

Por último, los tipos de negocios que no entraron en las clasificaciones anteriores, estos son negocios tales como *cyber*, talleres de reparación de línea blanca, tienda de abarrotes, negocios de manufactura, peluquerías y artículos de bazar, de esta manera se cierra la clasificación de los negocios por tipos de actividad, que se encuentran en la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo.

Adicional, existen grupos que no entran en esta clasificación de negocios porque pertenecen a un comercio informal, son comerciantes que entraron en el mercado sin requerimientos ni formación alguna, sin embargo son parte de la población del sector comercial, en este grupo están los vendedores de carpa que se ubican en diferentes sectores y los vendedores ambulantes.

Gráfico 11

Diagnóstico de los negocios de la parroquia Picoazá mediante un FODA

Cabe recalcar que el FODA que se presenta a continuación se elaboró a partir de la técnica de observación, por parte del autor en el centro de la parroquia, como un aporte a la investigación desde el punto de vista de un posible cliente o consumidor, donde se destaca los factores críticos de los comerciantes de una manera global, para esto se utilizó los resultados de las encuestas como base de la observación y punto de partida para la elaboración del FODA.



Fuente: Datos proporcionados por comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Tabla 12*Aporte de los negocios autónomos al desarrollo local de la parroquia*

No.	Características de los negocios autónomos	Observación
1	Fuentes de empleo generadas	Adicional en el levantamiento de datos el autor se percató que el 90% de los comerciantes indicaron que entre 1 y 3 personas trabajan en su negocio. En su totalidad este indicador puede reducirse de 1 a 2 personas, que son el propietario o los propietarios del negocio. En este tipo de negocios no existe formal amparado por el Código de Trabajo.
2	Beneficio económico de empleados o propietarios	El 55.13% de los comerciantes no obtienen un sueldo fijo de sus negocios al igual que las personas que colaboran en el negocio, los ingresos que obtienen dependen del nivel de las ventas de manera proporcional.
3	Planificación comercial	De acuerdo a la encuesta el 35.90% de los negocios no posee una planificación comercial. Sin embargo, al momento de la recolección de datos se constató que los comerciantes confunden la planificación comercial con un plan de ventas.
4	Generación de ahorro y sostenimiento económico de las familias.	El 38.46% de negocios tienen la capacidad para poder generar ahorros suficientes que permiten solventar gastos extras en el negocio y/o familia, esta situación se encuentra por el nivel de ventas, posicionamiento y variedad de precios.
5	Régimen tributario	El 67.31% de negocios está legalmente constituido y autorizado por las autoridades competentes para ejercer su actividad económica como es contar con RUC bajo la clase de contribuyentes, otros, RISE y el permiso de funcionamiento.
6	Promedio de ventas	El 53.21% de los negocios obtienen un promedio de ventas entre los 300 y 500 dólares mensuales, que está en el promedio del Salario Básico Unificado.

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la parroquia Picoazá (2020)

Bajo esta apreciación del cuadro anterior y de acuerdo a la información recolectada y analizada, se define que el comercio autónomo desarrollado a partir de los negocios locales es un aporte significativo para el desarrollo local, sin contar con los negocios que emigraron del centro de Portoviejo que, en conjunto, se aprecia un importante aporte al comercio de la parroquia porque el dinero que circula en la misma es del comercio autónomo de la localidad. Adicional el autor pudo destacar que los negocios de mayor número son los de ropa de vestir, se observó precios bajos, prendas actualizadas, variedad en tallas, disponibilidad de probarse las prendas, factores estratégicos para la venta de ropa.

Acerca del tema laboral, las personas que están día a día en el puesto de venta son los propietarios o familiares (hijos) que se encargan de la atención al cliente, esto se aprecia principalmente en los negocios que generan un promedio de ventas entre los 300 y 500 USD mensuales, esto lo hacen con la finalidad de evitar gastos extras, sin embargo esto no es lo adecuado según la observación del autor, porque si son mujeres las que atienden generalmente van con niños al establecimiento y al estar pendientes de los pequeños, no atienden de la mejor manera al cliente, o en su defecto al atender bien al cliente descuidan al o los niños pequeños dando una mala imagen al cliente, evitando el correcto desenvolvimiento de venta.

Casi el 30% de la población comercial que no se encuentra en el comercio formal ya sea con RUC o RISE, son aquellas personas que no tienen un puesto fijo, o que por circunstancias alternas tienen un puesto por determinado lugar y los vendedores ambulantes, este grupo informal es bien conocido, ellos no necesitan de una presentación toda persona sea comerciante, particular, siempre reconoce esta cotidianidad no solo en Picoazá sino en todo el Ecuador.

Este sector necesita de apoyo del sector público y privado (dotación de espacio que no sea la calle, infraestructura digna, organización y regulación de sus actividades, concesión de créditos para invertir, etc.) para crecer comercialmente y de esta manera poder aportar al desarrollo comercial en la parroquia, y por ende contribuir al desarrollo y crecimiento de la ciudad de Portoviejo, que aporte significativamente a la provincia y así, sea factible una reasignación de presupuesto para culminar y realizar obras en esta Parroquia.

DISCUSIÓN

Determinación de la situación actual de los negocios de la parroquia Picoazá

Como se ha venido nombrando desde el inicio de la investigación, a partir del 16 de abril del 2016, el cantón Portoviejo fue afectado gravemente por un movimiento telúrico de 7.8 grados de magnitud en la escala de Richter, ocasionando destrucción total y parcial a propiedades, edificaciones, viviendas, establecimientos y negocios comerciales ocasionando mayor índice de desempleo, pobreza, comercio informal, pérdida de producción y destrucción de establecimientos físicos. Con la finalidad de reactivar el sector comercial en el menor tiempo posible y de manera organizada el GAD Municipal de Portoviejo ubicó a ciertos comerciantes afectados en la Parroquia Picoazá para que continúen trabajando en sus actividades comerciales y de esa forma reactivar la economía de la ciudad.

De esta manera la parroquia de Picoazá fue parte del desarrollo económico de la ciudad de Portoviejo convirtiéndose en uno de los principales centros comerciales, sin embargo ¿la ofuscación de locales comerciales llegados de Portoviejo, afectan de manera positiva o negativa a los negocios de la localidad de Picoazá? Para dar respuesta a esta interrogante, se menciona a Arencibia (2018) quien considera que “concebir estrategias de desarrollo basadas en la inserción externa como un nuevo enfoque de negocios, que busca beneficiar a los sectores con menos reconocimiento en la sociedad”.

Clasificación de los negocios por tipos de actividad comercial asentados en la parroquia Picoazá.

Bien, por una parte, los negocios reubicados favorecen a los que se encuentran en la parroquia y benefician en el sentido de que sean visitados por un mayor número de personas, dándose a conocer los negocios actuales de la zona.

Así lo corrobora Mantallares (2020) “los negocios grandes o reconocidos en una ciudad al llegar a una localidad pequeña genera automáticamente un gran empujón para salir del conformismo y plantear ideas innovadoras para rentabilizar su situación actual”. Con este planteamiento la investigación tiene gran relevancia, los locales de mayor número que están en Picoazá son de ropa, segmento de mayor atracción para posibles consumidores y clientes a los locales reubicados de Picoazá dando como resultado

apreciación a los locales autónomos otorgando desarrollo a la localidad, Arencibia (2018) sostiene que el “desarrollo local es de carácter de proceso que influye en la sostenibilidad como un requisito para fomentar el desarrollo concentrado en actores sociales; del carácter participativo; la dimensión cultural y territorial.”

Evaluación del aporte de los negocios que brinda al desarrollo comercial de la parroquia.

En contraste con la realidad de la investigación se encontró que entre los negocios de mayor índice participativo se encuentra el segmento de prendas de vestir con un 30.12% siendo el más alto, considerando que los negocios de Portoviejo que llegaron a Picoazá, en su mayoría eran de ropa, mientras que, en artículos de bazar 17.31%, calzado 14%, alimentos y bebidas 16.66%, calzados y accesorios de teléfonos un 10.90%.

Esto prueba la teoría antes mencionada con los autores, dado que casi el 50% de la totalidad de locales tienen más de 2 años en esa ubicación por lo que su llegada significó un aumento en este segmento de ropa dando desarrollo a la localidad. Por otro lado, López (2020) contrasta la teoría planteada en que “un negocio no tiene vida propia y depende de la situación, son tus decisiones las que condicionan su futuro”.

Sin embargo, los negocios autónomos aportan al desarrollo comercial de la localidad porque a raíz que llegaron los locales de Portoviejo se incentivó el comercio local y hubo una mejora en los ingresos de los moradores permitiendo que crezca la economía de manera constante con la venta de sus productos haciendo que la economía gire en torno a las necesidades de la parroquia.

Cabe recalcar que existe una distinción entre desarrollo y crecimiento, como lo manifiesta Baró (2019) “la comprensión de que el desarrollo constituye un complejo proceso económico, social, político, técnico, ambiental e institucional” , Por lo que, es fundamental los negocios con ayuda de la Junta Parroquial generar un impulso a los comerciantes autónomos para generar ingresos con fuerza propia sin depender de los negocios emigrados de Portoviejo, que genere ahorro y no solo el sustento diario, así como las fuentes de empleo.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados expuestos el autor considera prudente concluir:

- La situación actual de los negocios en la parroquia Picoazá está en constante desarrollo, esto se da a partir del acontecimiento del 2016, antes del 16 de abril esta parroquia tenía menos locales y comerciantes, a mediados del año 2016 ya había un comercio fuerte en Picoazá, a partir del siguiente año 2017 ya fueron reubicados nuevamente los comerciantes en la Av. Urbana en unos puestos numerados; dejado a su paso el comercio fuerte y establecido en Picoazá. En la actualidad, dentro del comercio que se realiza en la localidad, existe 67,31% de formalidad, una de las razones para que este porcentaje sea significativo en la investigación es que muchos de los comerciantes necesitan financiamiento para su trabajo, el mismo que lo obtienen de la Cooperativa Comercio, y como requisito para acceder a un crédito productivo es indispensable poseer RUC o RISE, para unos es una oportunidad y para otros una amenaza como lo es para casi el 30% de comerciantes.
- Los negocios se clasifican en: puestos que venden ropa, que incluye: prendas de vestir, carteras, interiores, pijamas. Se encuentran los bazares, que incluye: todo artículo para el hogar, también edredones y sábanas, manteles, juguetes; está el calzado y alimentos y bebidas. Locales que son reconocidos en toda la parroquia e incluso en Portoviejo, las ventas de estos locales van según la temporada, ya sea que bajan o aumentan su demanda pero que mantienen una competencia justa con precios acorde a la localidad, característica que destacan los consumidores y clientes de la localidad como de Portoviejo.
- Los negocios que se reubicaron de Portoviejo a Picoazá brindaron en su momento gran aporte a la localidad sin embargo no era un aporte en economía porque el dinero que generaban esos locales era para familias de Portoviejo, a la vez estos comerciantes aumentaron el turismo y fomentaron el comercio de Picoazá como “variedad a bajo costo” atrayendo clientes de Portoviejo y de otras ciudades alternas; convirtiéndose, por sus precios accesibles un lugar para comprar al por mayor y menor.

BIBLIOGRAFÍA

Alter Chen, M. (2012). Mujeres en empleo informal. *Wiego*, 4-7.

Arencibia, M. (2018). *Desarrollo local e inserción internacional*. Madrid: Centro de investigaciones de economía internacional.

Aspiazu, J. (2019). *El comercio según Foronda*. México: Mc Graw Hill.

Baró, H. (2019). *Cocpción del desarrollo*. México: Comisión sur.

Blanco, A. (26 de mayo de 2020). *Ciudades sostenibles*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/>

Borja, E. (2015). *Innovación en el comercio minorista*. San Sebastián: Universidad del país Vasco.

Brand, W. (9 de Enero de 2019). *PIB por provincias*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/cuales-son-las-10-provincias-con-mayor-pib-per-capita-en-ecuador>

Cáceres, A. (2018). *Ciudad como organización espacial*. Madrid: Pearson.

Cedeño, L. (1 de Junio de 2017). GAD Picoazá. *el lugar más comercial de Manabí*, pág. 2.

De Soto, H. (2017). *Informalidad y formalidad*. Madrid: Desoto.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). DANE. *Sala humanitaria*, 34.

Duarte, E. (10 de Abril de 2019). *Economía*. Obtenido de <https://www.jornada.com.mx/2009/04/10/economia/015n2eco>

- Fernández, R. (2018). *El comercio tradicional en la distribución*. Madrid: BUCM.
- GAD, P. (11 de Diciembre de 2019). *Portoviejo Digital*. Obtenido de <https://online.portoviejo.gob.ec/>
- Galindo, M. (2015). Informalidad . *México¿Cómo vamos?*, 3.
- Garrigues, J. (24 de Marzo de 2019). *Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales*. Obtenido de <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7592/2/341.582-V152e-CAPITULOS.pdf>
- INEC. (13 de Mayo de 2020). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Irigoyen, J. (2017). *el rabajo autónomo en el Ecuador* . Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Lexis, W. (2014). *El comercio*. Buenos Aires: Labor.
- Nova, S. (2014). Geografía y ciencias comerciales. *Revista electrónica Scripta*, 10.
- Osorio Gutierrez, M. (2015). *Establecimiento*. Mexico: INCOM-C.
- Osorio, M. (2017). Derecho mercantil. *Antecedentes históricos*, 200.
- Pons García, R. (16 de Septiembre de 2016). marketing y la imagen del comercio minorista de bienes. *Contribuciones a la economía*, 2.
- PORTOCOMERCIO. (23 de Abril de 2020). Intranet Intitucional . pág. http://mail.bomberosportoviejo.gob.ec/index.php?option=com_docman&task=catt_view&gid=106&Itemid=6.

Ramírez, A. (2 de enero de 2019). *enciclopedia económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/actividad-comercial/>

Scian, J. (2012). *principales conceptos del sector comercio*. Madrid: Pearson educatio.

Solano, D. (27 de Mayo de 2020). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/13-teoria-neoclasica/226-los-tratados-de-libre-comercio-aspectos-positivos-y-negativos>

SRI. (24 de febrero de 2020). *Sri en línea*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Vallejo, H. (2019). COmercio minorista. *euskadi*, 3.

Vintimilla. (2018). *facturación física*. Guayaquil: SRI.

ANEXOS

Anexo 1*Modelo de encuesta*

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDE MANABÍ
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los propietarios de los negocios con el objetivo de conocer la situación actual de los negocios de la parroquia Picoazá

INSTRUCCIONES:

Se le pide de favor responda a las preguntas planteadas, de acuerdo a lo que usted considere, son preguntas sencillas, y de fácil respuesta.

1. ¿Cuál es la actividad comercial de su negocio?

Prendas de vestir	<input type="checkbox"/>
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>
Útiles escolares	<input type="checkbox"/>
Calzados	<input type="checkbox"/>
Medicinas naturales	<input type="checkbox"/>
Artículos de bazar	<input type="checkbox"/>
Accesorios de teléfono	<input type="checkbox"/>
Otras	<input type="checkbox"/>

2. ¿La actividad comercial del negocio permite la generación de ahorro y sostenimiento económico de su familia?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
EN PARTE	<input type="checkbox"/>

3. ¿El promedio mensual de ventas de su actividad comercial es?

300-500	<input type="checkbox"/>
501-700	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

701-900
 901-110
 Más de 1100

4. ¿Qué tiempo tiene el negocio en esta ubicación?

1-5 meses
 6-11 meses
 1-2 años
 Más de 2 años

5. ¿Cuál es la antigüedad de la actividad comercial del negocio?

1-3 años
 4-6 años
 7-10 años
 11-14 años
 Más de 14 años

6. ¿Lleva un registro contable de la actividad comercial del negocio?

SI
 NO

7. ¿Bajo qué régimen tributario se encuentra inscrito en el Servicio de Rentas Internas (SRI)?

RUC
 RISE
 NINGUNO

8. ¿Ha recibido su negocio apoyo de entidades públicas?

SI
 NO

9. ¿Existe una planificación comercial para el negocio?

SI
 NO

Anexo 2*Modelo de entrevista***PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDE MANABÍ
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Entrevista a los funcionarios de la Junta Parroquial conocer el aporte de los negocios que brinda al desarrollo comercial de la parroquia.

Nombre de la persona entrevistada:

Nombre del entrevistador:

- 1. ¿Cree usted que Picoazá está desarrollada completamente?**

- 2. ¿Qué tipos de obras han realizado en la parroquia gracias a lo recaudado de la contribución de los negocios?**

- 3. ¿Cree usted que ha realizado una correcta gestión de asignación de presupuestos y realización de obras para la parroquia?**

- 4. ¿Es factible que cada día se abran más negocios en la parroquia?**

- 5. ¿Cree usted que existe la adecuación necesaria y el espacio para la apertura de nuevos negocios?**

- 6. ¿Se cumple con lo establecido por parte de las autoridades en beneficio del desarrollo de la Parroquia?**

- 7. ¿Considera que la infraestructura de los negocios es la adecuada para poder brindar buenos resultados?**

- 8. ¿Cuál tipo de negocios tiene más acogida en Picoazá y por qué?**

Anexo 3**Imagen 1**

Calle principal de la Parroquia Picoazá donde se encuentran asentados los comercios

**Imagen 2**

Actividad económica comercial bazares. Parroquia Picazá



Imagen 3

Comerciantes del parque del centro de Picoazá

**Imagen 4**

Locales comerciales del segmento ropa



Imagen 5

Encuestando a comerciantes de Picoazá área ropa

**Imagen 6**

Encuestando a comerciantes de Picoazá área calzado

