



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA ECONOMÍA

Tesis de grado previo a la
obtención del título de
Economista

TEMA:

**INCIDENCIA ECONÓMICA SOCIAL EN LOS HABITANTES Y
COMERCIANTES BENEFICIARIOS CON LA CREACIÓN DEL
NUEVO MERCADO 22 DE AGOSTO DEL CANTÓN EL
EMPALME AÑO 2014.**

AUTOR:

ALINSON LEONEL ALVARADO CEDEÑO

TUTOR:

ECON. NIVALDO VERA VALDIVIEZO, MBA

Quevedo –Ecuador
2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **ALINSON LEONEL ALVARADO CEDEÑO**, egresado de la carrera de Economía, declaro ser autor del presente trabajo, el cual es de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro y manifiesto conocer y aceptar lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la Normativa Institucional Vigente que la Universidad Técnica Estatal de Quevedo puede hacer uso de los derechos correspondientes de este proyecto.

ALINSON LEONEL ALVARADO CEDEÑO

C.C. 1204425365

CERTIFICACIÓN

El suscrito **ECON. NIVALDO VERA VALDIVIEZO, MBA.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el Sr. Egresado **ALINSON LEONEL ALVARADO CEDEÑO**, realizó el proyecto de investigación titulado **INCIDENCIA ECONÓMICA SOCIAL EN LOS HABITANTES Y COMERCIANTES BENEFICIARIOS CON LA CREACIÓN DEL NUEVO MERCADO 22 DE AGOSTO DEL CANTÓN EL EMPALME AÑO 2014.**, bajo mi dirección, cumpliendo con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ECON. NIVALDO VERA VALDIVIEZO, MBA.

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA ECONOMÍA

**INCIDENCIA ECONÓMICA SOCIAL EN LOS HABITANTES Y
COMERCIANTES BENEFICIARIOS CON LA CREACIÓN DEL
NUEVO MERCADO 22 DE AGOSTO DEL CANTÓN EL
EMPALME AÑO 2014.**

Presentado al Honorable Consejo Directivo como requisito previo a la
obtención del título de Economista.

APROBADO

ECON. ROGER YELA BURGOS, M.SC
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

ECON. MARIO PEREZ AREVALO M.SC.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ECON. DANIEL PARRA GAVILANES
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo – Ecuador
2015

AGRADECIMIENTO

A mi Padre Celestial, quien es mi Alfarero Divino y por quien tengo la oportunidad de vida para poder cumplir con cada uno de los objetivos trazados.

A mis padres, quienes confiaron en mi talento y siempre me apoyaron aun en los momentos difíciles de esta etapa estudiantil, guiándome con sus sabios consejos y fortaleciéndome con su amor incondicional.

A los docentes de la Facultad, por su paciencia y entrega al momento de enseñar y compartir sus experiencias para mi progreso profesional.

A mis amigos, por el apoyo incondicional para cumplir con una de mis metas.

Leonel

DEDICATORIA

Este Trabajo está dedicado a mis padres por su esfuerzo inalcanzable y apoyo indeterminado para lograr que mis metas se cumplan, siempre contando con la gracia de Nuestro Padre Celestial quien me ha dado las fuerzas necesarias para avanzar sin desfallecer.

Leonel

INDICE

Contenido	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	iii
AUTORÍA.....	iv
TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
INDICE GENERAL.....	vii
INDICE DE CUADROS.....	ix
INDICE DE GRÁFICOS	xiii
INDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRAC	xvii
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN	xviii
DUBLIN CORE	xix
I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	4
1.2.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2.2 Diagnostico	4
1.2.2.1 Pronóstico	4
1.2.2.2 Control de pronostico	5
1.2.3 Formulación del problema.....	5
1.2.4. Sistematización del problema	5
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivo	7
1.4.1. Objetivo General.....	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
1.5. Hipótesis... ..	8
1.5.1. Hipótesis General.....	8

1.5.2.	Hipótesis Específicas.	8
1.5.3	Variables.	8
II.	MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÒN	9
2.1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.1.1	Mercado	10
2.1.2	Tipos de mercado	10
2.1.2.1	Desde el punto de vista geográfico	10
2.1.2.2	Según el tipo de cliente	11
2.1.3	Estructura del mercado	11
2.1.4	Clasificación del mercado	12
2.1.5	Teoría de consumidor	13
2.1.6	Comportamiento del consumidor	13
2.1.7	Rasgos históricos del comercio	14
2.1.8	Comercio Formal.....	15
2.1.8.1	Ventajas del comercio formal.....	16
2.1.8.2	Desventaja del comercio formal.....	16
2.1.9	Efectos del comercio establecido.....	16
2.1.9.1	Lugar de compra.....	16
2.1.9.2	Razones de compra	17
2.1.10	Desarrollo económico	17
2.1.11	Elementos teóricos del crecimiento económico	18
2.1.12	Comerciante.....	18
2.1.12.1	Obligaciones del comerciante	19
2.1.13	Bienes y servicios	19
2.1.13.1	Clasificación de los bienes y servicios	20
2.1.14	Definición de micro y pequeña empresa.....	21
2.1.15	Aspectos característicos de la pequeña empresa.....	23
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	24
2.2.1	Mercado	24
2.2.2	Producto	24
2.2.3	Demanda	25
2.2.4	Oferta	25

2.2.5	Canales de distribución	25
2.2.6	Canales directos	26
2.2.7	Canales indirectos	26
2.2.8	Precio	27
2.2.9	Empleo	27
2.2.10	Desempleo	27
2.2.11	Sector comercial	28
2.2.12	Rentabilidad	29
2.2.13	Crédito.....	29
2.2.14	Bienes y Servicios	29
2.2.15	Ventas	30
2.2.16	Compras.....	30
2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	31
2.3.1	Ordenanza municipal del cantón El Empalme	31
2.3.2	Reglamento de aplicación de la ordenanza municipal 0253	33
III.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.1.	Localización de la investigación.....	36
3.2.	Métodos de la investigación.....	36
3.2.1.	Método inductivo.....	36
3.2.2.	Método descriptivo.....	36
3.3.	Fuentes	36
3.3.1.	Primaria	36
3.3.2.	Secundaria	36
3.4.	Técnicas e Instrumento de Evaluación	37
3.4.1.	Observación.....	37
3.4.2.	Encuesta.....	37
3.5.	Población y Muestra	37
3.5.1.	Población	37
3.5.2.	Muestra.....	37
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
4.1	Resultados.....	40

4.1.1	Composición social y económica de los habitantes y comerciantes del cantón El Empalme	40
4.1.1.1.	Análisis de los resultados de las encuestas a los habitantes del cantón El Empalme.....	44
4.1.1.2.	Interpretación de las encuesta a los comerciantes del mercado 22 de agosto del cantón El Empalme	31
4.1.2.	Incidencia económica del mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme.....	49
4.1.2.1	Interpretación de las encuestas a los habitantes del cantón El Empalme.....	49
4.1.2.2	Análisis de las encuestas a los comerciantes del cantón El Empalme.....	56
4.1.3.	Incidencia social del mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme.....	63
4.1.3.1.	Análisis de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón El Empalme.....	63
4.1.3.2.	Análisis de la encuesta realizadas a los comerciantes del mercado 22 de agosto del cantón El Empalme	70
4.2.	Discusión	75
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
5.1.	Conclusiones.	77
5.2.	Recomendaciones.	78
VI.	BIBLIOGRAFÍA	79
6.1.	Literatura Citada	89
VII.	ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág.
1. Actividad que realiza	40
2. Ingreso mensual	41
3. Lugar de compras.....	42
4. Compras en un mercado	43
5. Tiempo de la actividad comercial	44
6. Tiempo de la actividad comercial	45
7. Ingreso por la actividad comercial	46
8. Número de personas que se dedican a la actividad comercial.....	47
9. Actividad desarrollada	48
10. Beneficiarios nuevo mercado 22 de agosto.....	49
11. Impulso del comercio.....	50
12. Nuevas fuentes de trabajo.....	51
13. Desarrollo micro – empresarial.....	52
14. Desarrollo de nuevas actividades económicas	53
15. Mayor inversión exterior.	54
16. Organizar el comercio	55
17. Impulso al comercio.....	56
18. Nuevas fuentes de trabajo.....	57
19. Seguridad al realizar actividad comercial	58
20. Mejora en las condiciones del comercio	59
21. Aumento de los ingresos	60
22. Pago de tarifas	61
23. Característica más importante al momento de comprar.	62
24. Características de los mercados municipales	63
25. Servicio nuevo mercado municipal	64
26. Nuevo mercado 22 de agosto	65
27. Productos en el mercado 22 de agosto	66
28. Mejora del comercio	67
29. Incidencia en las características sociales.....	68

30. Ordenado el comercio en el cantón El Empalme	69
31. Facilidades del GADM del cantón El Empalme	70
32. Espacio suficiente para el comercio.	71
33. Beneficiarios por la construcción del mercado 22 de Agosto	72
34. Características sociales de los habitantes.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
1. Actividad que realiza	40
2. Ingreso mensual	41
3. Lugar de compras.....	42
4. Compras en un mercado	43
5. Tiempo de la actividad comercial	44
6. Tiempo de la actividad comercial	45
7. Ingreso por la actividad comercial	46
8. Número de personas que se dedican a la actividad comercial.....	47
9. Actividad desarrollada	48
10. Beneficiarios nuevo mercado 22 de agosto	49
11. Impulso del comercio	50
12. Nuevas fuentes de trabajo.....	51
13. Desarrollo micro – empresarial.....	52
14. Desarrollo de nuevas actividades económicas	53
15. Mayor inversión exterior.	54
16. Organizar el comercio	55
17. Impulso al comercio	56
18. Nuevas fuentes de trabajo.....	57
19. Seguridad al realizar actividad comercial	58
20. Mejora en las condiciones del comercio.....	59
21. Aumento de los ingresos	60
22. Pago de tarifas	61
23. Característica más importante al momento de comprar.	62
24. Características de los mercados municipales	63
25. Servicio nuevo mercado municipal.....	64
26. Nuevo mercado 22 de agosto	65
27. Productos en el mercado 22 de agosto	66
28. Mejora del comercio	67
29. Incidencia en las características sociales.....	68

30. Ordenado el comercio en el cantón El Empalme	69
31. Facilidades del GADM del cantón El Empalme	70
32. Espacio suficiente para el comercio.	71
33. Beneficiarios por la construcción del mercado 22 de Agosto	72
34. Características sociales de los habitantes	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos	Pág.
1. Encuestas	83

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se la realizó para determinar cuál fue la incidencia económica social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo mercado 22 de agosto del cantón El Empalme año 2014., debido que el cantón muestra desorden en su comercio, lo que hace importante desarrollar el siguiente estudio que sirva de instrumento de apoyo para el ordenamiento comercial. En la investigación se realizaron dos tipos de encuesta, la primera a los habitantes del cantón El Empalme y la segunda a los comerciantes que se encuentran asentados en el mercado 22 de Agosto, los cuales ayudaron a determinar cuáles son los beneficios económicos y sociales que ha tenido el mercado. Mediante las encuesta a los habitantes y los comerciantes del cantón El empalmen el 2013 se pudo determinar que los habitantes con un 68% poseen un ingreso mensual de \$ 500.00 a 700.00 El 89% de los habitantes del cantón El Empalme expresaron que el nuevo mercado 22 de Agosto aportaría al desarrollo micro-empresarial con ello creando nuevas fuentes de trabajo. También permitirá el desarrollo de nuevas actividades económicas expresaron el 83% de los habitantes encuestados. Los aspectos sociales han sido influenciado porque el 73% de los comerciantes expresaron que el nuevo mercado 22 de Agosto influyo en las características sociales de compra de los habitantes. Además el 94% de los comerciantes expresaron que mejoro las condiciones del comercio con ello permitiéndole a la población adquirir en un solo lugar lo que buscan a un menor precio.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the what was the social economic impact on residents and business beneficiaries with the creation of new market August 22, 2014. El Empalme Canton due to the Canton trade shows disorder, which makes important to develop the next study to serve as a support tool for business planning. In the research two types of survey, the first inhabitants of the village of El Empalme and second were made to traders who are seated in the market August 22, which helped determine what the economic and social benefits has had the market by the survey to residents and traders corner the spliced 2013 it was determined that the inhabitants 68% have a monthly income of \$ 500.00 700.00 89% of the inhabitants of the village of El Empalme expressed the new market August 22 would bring to micro-enterprise development thereby creating new jobs. It will also allow the development of new economic activities expressed 83% of the people surveyed Social aspects have been influenced because 73% of traders said that the new market August 22 influenced the social characteristics of the inhabitants purchase. In addition 94% of traders said that improved trading conditions thereby allowing the population to acquire in one place what they want at a lower price.

ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Título	M	Incidencia económica social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo Mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme año 2014.
2	Creador	M	Alinson Leonel Alvarado Cedeño
3	Materia	M	Economía
4	Descripción	M	La presente investigación se realizó en el Cantón El Empalme, Provincia del Guayas con el objetivo de incidencia económica social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo Mercado 22 de Agosto. Se concluye que el 89% de los habitantes del cantón El Empalme expresaron que el nuevo mercado 22 de Agosto aportaría al desarrollo micro-empresarial con ello creando nuevas fuentes de trabajo y el 73% de los comerciantes expresaron que el nuevo mercado 22 de Agosto influyo en las características sociales de compra de los habitantes. Además el 94% de los comerciantes expresaron que mejoro las condiciones del comercio con ello permitiéndole a la población adquirir en un solo lugar lo que buscan a un menor precio.
5	Editor	M	FCE; Carrera Economía
6	Colaborador	O	Ninguno
7	Fecha	M	
8	Tipo	M	Proyecto de Investigación, Artículo.
9	Formato	R	.docx MS Word 2010; .pdf
10	Identificador	M	
11	Fuente/Source	O	UTEQ
12	Idioma	M	Español.
13	Relación	O	Ninguno.
14	Cobertura	M	Cantón El Empalme
15	Derechos	O	Ninguno.
16	Audiencia	O	Proyecto de Tesis.

(DUBLIN CORE)			
1	Tittle	M	Incidence social economic on residents and business beneficiaries with the creation of new market August 22 year 2014.
2	Creator	M	Alison Leonel Alvarado Cedeño
3	Subject	M	Economic
4	Description	M	This research was conducted at the El Empalme Canton, Province of Guayas in order to Incidence social economic on residents and business beneficiaries with the creation of new market August 22 municipal market. It is concluded that 89% of the population of the village of El Empalme expressed that the new market August 22 bring to micro-enterprise development thereby creating new jobs and 73% of traders said that the new market influenced August 22 in the social characteristics of purchase of the inhabitants. In addition 94% of traders said that improved trading conditions thereby allowing the population to acquire in one place what they want at a lower price.
5	Publisher	M	FCE; Carrera Economía
6	Contributor	O	Ninguno
7	Date	M	
8	Type	M	Research Project
9	Format	R	.docx MS Word 2010; .pdf
10	Identifier	M	
11	Source	O	UTEQ
12	Language	M	Spanish
13	Relation	O	None
14	Coverage	M	Canton El Empalme
15	Rights	O	None
16	Audience	O	Research Project

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

El comercio ha ido evolucionando de una manera muy significativa, que las necesidades de los demandantes y oferentes día a día son mas exigentes. En la actualidad para satisfacer las necesidades, muchos gobiernos se han visto en la necesidad de crear mercados municipales para que así los microempresario puedan vender sus productos de acuerdo al nivel económico de la población

Uno de los grandes problemas en las ciudades pequeñas entre ellas el cantón El Empalme es la falta de mercados de primer nivel donde se expendan productos de primera necesidad con todos los requerimientos técnicos y con estándares de calidad. Es por ello que GADM El Empalme tuvo la iniciativa de construir el mercado 22 de Agosto para resolver todos estos problemas.

La presente investigación tiene como finalidad determinar cuál es la Incidencia económica y social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo mercado 22 de Agosto del Cantón El Empalme ya que implica un aporte al conocimiento económico y social del desarrollo del comercio y de los habitantes del nuevo mercado en el cantón El Empalme.

Se justifica por el establecimiento del orden, el nivel de empleo, el desarrollo y el crecimiento económico de la ciudad y de la población

Como objetivo general se planteó el siguiente que es: Determinar la Incidencia económica social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo Mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme, Año 2014.

Con esto la hipótesis que se generó quedo de la siguiente manera: La implementación del mercado 22 de agosto incide en las condiciones económicas y sociales de la población del cantón El Empalme.

A continuación se presentan los capítulos a estudiar:

En el primer capítulo se contextualiza el problema que incurre en la Incidencia económica y social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo mercado 22 de Agosto del Cantón El Empalme, y presenta el objetivo que persigue esta investigación, así como también se justifica como un medio de aporte al conocimiento tanto de estudiantes, docentes, público en general

En el segundo capítulo hacemos referencia al marco conceptual, legal y fundamentación teórica para involucrarnos en la investigación con información relevante respecto a esta investigación

En el tercer capítulo se analizan los métodos de investigación que persigue el proyecto así como también sus técnicas de recopilación de información, que para el presente caso se lo hizo mediante encuestas, y fuentes secundarias como libros, revistas e internet

En el cuarto capítulo se presentan los resultados de la encuesta, así como también los resultados de la comprobación de la hipótesis, que a su vez demuestra la aprobación de la hipótesis alternativa

En el quinto capítulo se hacen referencia las conclusiones y recomendaciones después de haber analizado la información en el capítulo anterior

En el sexto capítulo se presenta la bibliografía que se utilizó en el capítulo dos de esta investigación

En el séptimo capítulo se expresan los anexos, documentos que hacen veracidad de esta investigación

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1. Planteamiento del problema

Unos de los grandes problemas en las ciudades pequeñas es la falta de mercados de primer nivel donde se expendan productos de primera necesidad con todos los requerimientos técnicos y con estándares de calidad

En las mayorías de las ciudades pequeñas entre las que se encuentra el cantón El Empalme, se expenden productos de consumo para las familias, en calles y avenidas, sin ningún cuidado sanitario y con una absoluta falta de organización

1.2.2. Diagnóstico del problema (Causas y efectos)

A. CAUSAS

- Falta de inversión por parte del GADM del cantón El Empalme
- Espacios físicos insuficientes en la ciudad
- Falta de mercados municipales en el cantón El Empalme

B. EFECTOS

- Desinterés del sector público para invertir.
- Desorganización en la distribución de los espacios municipales.
- El crecimiento del comercio informal en las calles de toda la ciudad.

1.2.2.1. Pronóstico

- Estancamiento en el desarrollo económico de la ciudad y el nivel de vida de sus habitantes
- Caos en el comercio y desaseo en las calles.

- Aspecto desagradable y desorganización de la ciudad.

1.2.2.2. Control de pronóstico

- Propuesta para impulsar la inversión pública.
- Implementación de un mercado de primera necesidad.
- Creación del nuevo mercado 22 de agosto en el cantón El Empalme.

1.2.3. Formulación del problema

¿Cuál es la Incidencia económica y social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo mercado 22 de Agosto del Cantón El Empalme?

1.2.4. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la composición económica y social de los habitantes y comerciantes asentados en los mercados del cantón El Empalme?
- ¿Cuál es la incidencia económica del nuevo mercado en el cantón El Empalme?
- ¿Cuál es la incidencia social del nuevo mercado en el cantón El Empalme?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La siguiente investigación, en el ámbito académico, implica un aporte al conocimiento económico y social del desarrollo del comercio y de los habitantes del nuevo mercado en el cantón El Empalme

Los mercados minoristas municipales fueron creados con la finalidad de satisfacer la necesidad de compra de productos de alimentación fresco, siendo uno de los elementos clave del sistema de distribución comercial en las ciudades. Es por eso que es importante realizar la siguiente investigación para determinar cómo incide la implementación del nuevo mercado 22 de agosto en la actividad económica y social de los habitantes del cantón El Empalme

El desorden en que se encuentra el comercio en el cantón El Empalme, la falta de inversión, investigación entre otros justifica realizar la implementación del presente estudio, un nuevo mercado que lleva el nombre 22 de Agosto con el objetivo principal de ordenar la ciudad para beneficio de la comunidad, a partir de un orden estructural, lo principal es nivel de empleo que genera la implementación de este nuevo mercado. Se justifica por el establecimiento del orden, el nivel de empleo, el desarrollo y el crecimiento económico de la ciudad y de la población

Los beneficiarios directos son los comerciantes del cantón El Empalme y como los beneficiarios indirectos los habitantes que acudan al nuevo mercado 22 de agosto en el cantón El Empalme

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Determinar la Incidencia económica social en los habitantes y comerciantes beneficiarios con la creación del nuevo Mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme, Año 2014.

1.4.2. Objetivo específico

- Definir la composición económica social de los habitantes y comerciantes asentados en el mercado del cantón El Empalme.
- Determinar la incidencia económica del nuevo mercado en el cantón El Empalme.
- Analizar la incidencia social del nuevo mercado en el cantón El Empalme

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general

La implementación del mercado 22 de agosto incide en las condiciones económicas y sociales de la población del cantón El Empalme.

Variable independiente: Implementación del mercado 22 de agosto.

Variable dependiente: Condiciones económicas sociales del cantón El Empalme.

1.5.2. Hipótesis específicas

- La composición económica y social de los habitantes y comerciantes permite establecer el nivel de vida en el cantón El Empalme.

Variable independiente: Composición económica y social de los habitantes y comerciantes.

Variable dependiente: Establecer el nivel de vida en el cantón El Empalme.

- La implementación del mercado 22 de Agosto contribuye a mejorar la economía del cantón El Empalme.

Variable independiente: Implementación del mercado 22 de Agosto.

Variable dependiente: Mejoras en la economía del cantón El Empalme.

- La construcción del mercado 22 de Agosto favorece la calidad de vida de los habitantes del cantón El Empalme.

Variable independiente: Construcción del mercado 22 de Agosto

Variable dependiente: Calidad de vida de los habitantes del cantón El Empalme.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Mercado

Los compradores reales son los que compran un determinado producto (por ejemplo los usuarios de teléfonos móviles) y los potenciales, lo que pueden llegar a adquirir (los que actualmente no lo usan pero podrían hacerlo) **(Hill, 2010)**

2.1.2. Tipos de mercado

La economía moderna opera con base en el principio de la división del trabajo, donde cada persona se especializa en la producción de algo, recibe una paga, y con su dinero adquiere las cosas que necesita. Por consiguiente, los mercados abundan en la economía moderna **(Kotler, 2010)**

Por ese motivo, existen algunas clasificaciones que ordenan los diferentes mercados agrupándolos según su tipo, como se verá en detalle, a continuación:

2.1.2.1. Desde el punto de vista geográfico

Mercado Internacional: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero

Mercado Nacional: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambios de bienes y servicios

Mercado Regional: Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos

Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo: Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad

Mercado Metropolitano: Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande

Mercado Local: Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área Municipal

2.1.2.2. Según el tipo de cliente

Mercado del Consumidor: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar

Mercado del Productor o Industrial: Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios

Mercado del Revendedor: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos

Mercado del Gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etc.), para mantener la seguridad y otros

2.1.3. Estructura del mercado

Expresan que un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones. Así el tamaño de un mercado depende del número de personas que sienten la necesidad, cuentan los recursos un intercambio y están dispuestos a

ofrecer dichos recursos a cambio de lo que desean **(Michael & Ronkainen, 2010)**

2.1.4. Clasificación del mercado

Manifiesta que no se puede hablar de un mercado único y la clasificación de los diferentes tipos de mercado dependerá del criterio elegido **(Adell, 2011)**

Según el producto que se comercializa

- Producto de consumo
- Producto industriales
- Producto de servicio

Según el ámbito geográfico

- Mercado local
- Mercado regional
- Mercado nacional
- Mercado internacional

Según las características del comprador

- Mercado de consumidores
- Mercado de organizaciones

Según la novedad del producto

- Primera mano
- Segunda mano

2.1.5. Teoría del consumidor

Indica que el comportamiento del consumidor no supuso una materia de estudio realmente importante e independiente hasta la segunda mitad de los años 60, cuando la óptica del marketing sustituyó al enfoque de las ventas en la empresa. El comportamiento del consumidor ha surgido a la sombra de otras disciplinas como la psicología, la sociología, la psicología social y la economía **(Rivera, Arellano, & Molero, 2010)**

La razón que impulsa el estudio del comportamiento del consumidor fue la de proporcionar un instrumento que permitiese prever cómo reaccionarían los consumidores a los mensajes promocionales y comprender los motivos por lo que se toman las decisiones de compra. De esta forma, se podrían elaborar unas estrategias comerciales que influyeron en la conducta de los consumidores. con anterioridad a los años 60 puede hablarse de una primera etapa que incurre entre 1930 y 1950, en que se desarrollan algunas investigaciones de naturaleza empírica, privada de empresas que desean conocer los resultados de sus propias decisiones, siguiendo planteamientos de mercados y apoyados fundamentalmente en las técnicas de investigación motivacional

2.1.6. Comportamiento del consumidor

El consumidor es considerado como el rey, ya que en cierto modo las empresas tienen que cubrir sus necesidades en un proceso de adaptación constante, mediante el cual los expertos influyen estas necesidades e implementan las estrategias que procedan para satisfacer. Por tanto, existen una serie de cuestiones que los directores de marketing deben plantearse a la hora de estudiar al consumidor **(Rivera, Arellano, & Molero, 2010)**

¿Qué compra?.- Supone analizar el tipo de producto que el consumidor selecciona de entre todos los productos que quiere.

¿Quién compra?- Determinar quién es el sujeto que verdaderamente toma la decisión de adquirir el producto, si es bien el consumidor, o bien quien influya en él.

¿Por qué compra?- Analizar cuáles son los motivos por lo que se adquiere un producto basándose en los beneficios o satisfacción de necesidades que produce el consumidor mediante su adquisición.

¿Cómo la compra?- Tiene relación con el proceso de compra. Si la decisión de compra la hace de una forma racional o bien emocional. Si la paga con dinero o con tarjeta.

¿Cuándo compra?- Se debe conocer el momento de compra y la frecuencia de la compra con relación a sus necesidades, las cuales son cambiantes a lo largo de su vida.

¿Dónde compra?.- Los lugares donde el consumidor compra se ven influidos por los canales de distribución y además por otros aspectos relacionados con el servicio, trato, imagen del punto de venta, etc.

¿Cuánto compra?.- La cantidad física que adquiere del producto, o bien para satisfacer sus deseos o bien sus necesidades. Ello indica si la compra es repetitiva o no.

¿Cómo lo utiliza?.- con relación a la forma en que el consumidor utilice el producto se creará un determinado envase o presentación del producto.

2.1.7. Rasgos históricos del comercio

El comercio es tan antiguo como la sociedad". El incremento del grupo humano y la organización social, fueron las razones para encontrar nuevas formas de satisfacción a nuevas necesidades humanas. Originalmente los productos de la caza y pesca sirvieron para la alimentación de un grupo humano y más

adelante cuando los métodos mejoraron, además de encontrar lo suficiente para la alimentación, tenían un excedente que servía para soportar tiempos de escasez. **(Arce, 2010)**

En muchas ocasiones las necesidades alimentarias no eran plenamente satisfechas con el producto de la caza, pesca, y frutos; por lo que era menester cambiar unos alimentos por otros, así nació el trueque.

Cuando la sociedad alcanzó una mejor organización social crecieron las necesidades y la comercialización, perfeccionando su sistema de transportación terrestre y marítima, para llegar más lejos con sus mercancías y traer consigo nuevos productos.

Cada pueblo creó un sistema monetario propio para medir con facilidad sus transacciones comerciales.

Finalmente se perfeccionó el sistema monetario con la aparición del dinero como unidad de medida del cambio, convirtiéndose en acumulador de riqueza, y dando así origen a la clase pobre y la clase rica.

En la actualidad el comercio es una actividad de la economía de los pueblos, destinada a relacionar a los sectores de producción y consumo, que se realiza tanto en el área nacional como internacional, la moneda de cada uno de los países se utiliza para medir las transacciones, y en el campo internacional se debe correlacionar el valor de las diferentes monedas para facilitar la medida de la compra y venta de bienes y servicios

2.1.8. Comercio Formal

El comercio formal es el comercio que se rige bajo norma de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes. **(Alvarado, 2012)**

2.1.8.1. Ventajas del comercio formal

- ✓ Garantiza los productos que se ofertan
- ✓ Instalación adecuadas
- ✓ Diversas formas de pago
- ✓ Está amparado por la ley

2.1.8.2. Desventaja del comercio formal

- ✓ Tienen un costo elevado
- ✓ Les resulta difícil adquirirlo para las familias de escasos recursos económicos.

2.1.9. Efectos del comercio establecido

El comercio formal suele verse afectado debido a los precios que impone el comercio informal son muchos más bajos frente a los oferentes por el sector formal cabe recalcar muchos de estos son de origen pirata o menor calidad, pero que satisfacen las necesidades de muchos de los consumidores siendo más accesibles a sus hogares, los productos más afectados suelen ser discos, prendas de vestir, calzados, juguetes entre otros. **(Alvarado, 2012)**

2.1.9.1. Lugar de compra

Es el tipo de establecimiento en donde los hogares efectúan las compras de los bienes y servicios.

2.1.9.2. Razones de compra

Constituyen el conjunto de motivos por los cuales los hogares realizan sus compras en los establecimientos informales.

2.1.10. Desarrollo económico

El desarrollo económico estudia principalmente la forma en que colocando recursos escasos se puede alcanzar un desarrollo sustentable por medio de mecanismos políticos, económicos, sociales e institucionales con el fin de mejorar los niveles de vida de la población general; por esta razón el desarrollo debe ser considerado como un proceso multidimensional que no puede limitarse a incrementar el crecimiento, crear más empleos o crear más programas sociales. **(Castañeda, 2011)**

"El desarrollo significa lograr una creciente eficacia en la manipulación creadora de su medio ambiente, tecnológico, cultural y social así como sus relaciones con otras unidades políticas y geográficas" **(Sunkel y Paz 2009)**

Esto se refiere a la reorientación de la política de desarrollo tanto interno como externo algo importante que marcan es el grado de control que el Estado-Nación tiene sobre influencias externas tan significativas.

Esto lo entiendo, como que tan interventor es el gobierno con respecto a la búsqueda de elementos que favorezcan al mejoramiento de, sistema productivo interno, a su vez que tanto influencia tiene el gobierno con respecto a las relaciones de intercambio con otros países. Puedo decir que el ingreso per cápita es el mejor indicador para reflejar el nivel y ritmo de desarrollo.

Y de acuerdo con los autores, se llega a considerar que se es un país desarrollado cuando se tiene al sistema capitalista en una fase madura.

2.1.11. Elementos teóricos del crecimiento económico

Cuando se habla de desarrollo económico, se hace referencia a la comparación entre un país y otro, en especial en aspectos como ingreso per cápita, crecimiento económico, producción industrial etc., El desarrollo económico es un reflejo del crecimiento económico, aunque el desarrollo se observa en el mejoramiento de las condiciones económicas de la sociedad, así como en el mejoramiento de la infraestructura agrícola e industrial, **(Díaz, 2013)**

Cabría hacer aquí la diferencia entre el desarrollo y crecimiento; el crecimiento se refiere al análisis de elementos macroeconómicos como el desempleo, las crisis etc.

Por otra parte el desarrollo se observa a través de las transformaciones y cambios estructurales en el sistema productivo.

2.1.12. Comerciante

Comerciante es, en términos generales, la persona que se dedica habitualmente al comercio. También se denomina así al propietario de un comercio **(Reina, 2011)**

En derecho mercantil el término comerciante hace alusión a su materia de estudio subjetiva, es decir a las personas que son objeto de regulación específica por esta rama del Derecho. En este sentido, son comerciantes las personas que, de manera habitual, se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles (actos de comercio).

La habitualidad constituye un elemento esencial de la definición: no toda persona que realice un acto de comercio ocasional (por ejemplo, quien compra en una tienda) se constituye en comerciante, sino que sólo es considerado comerciante desde la perspectiva del Derecho Mercantil quien se dedique al comercio de forma habitual.

2.1.12.1. Obligaciones del comerciante

Entre las muchas obligaciones que tienen los comerciantes, el código de comercio establece que los comerciantes están: Obligados a llevar contabilidad, a inscribirse en el Registro mercantil, a registrar los Libros de contabilidad o Libros de comercio, conservar los documentos y soportes relacionados con su actividad, etc.

Existen otro tipo de obligaciones como son las relacionadas con los impuestos, y con las obligaciones que les exigen las diferentes entidades de control del estado como las superintendencias, obligaciones que se irán desarrollando posteriormente.

2.1.13. Bienes y servicios

Los bienes y servicios económicos o escasos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. Se comercian en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta. **(Montoya, 2012)**

Los precios no son definidos por la cantidad de trabajo que implican sino por la importancia de estos para los agentes, sus preferencias son expresadas a través de la oferta y la demanda. Así el intercambio de bienes y servicios se da a un precio que es mutuamente beneficioso para ambas partes, vendedor y comprador.

Los Bienes son mercancías producidas con el fin de satisfacer una necesidad latente, son fabricados en las distintas actividades primarias o en las secundarias.

2.1.13.1. Clasificación de los bienes y servicios

Bienes de consumo: aquellos que satisfacen directamente las necesidades de las personas y que han sido transformados para su consumo final. (Montoya, 2012)

Bienes intermedios: bienes que al transformarlos se obtienen bienes de consumo final, son producidos en el sector primario.

Bienes de capital: bienes usados como medios de producción de otros bienes o servicios.

Bienes Públicos Puros: bienes cuyo consumo no es rival, es decir, el consumo de una persona del bien no perjudica a otros y no es excluyente, es decir, su consumo no se puede impedir. Por ejemplo: la televisión abierta, la defensa nacional y los fuegos artificiales

Bienes Públicos Comunes: son un tipo de bien público que no son excluibles pero su consumo es rival. Por ejemplo: las piscinas públicas, el agua y los parques.

Bienes Club: son bienes de los cuales se puede excluir su consumo pero no son rivales. Por ejemplo: los campos de golf, los cines y los estadios.

Bienes Privados: son los opuestos a los bienes públicos, se puede excluir a otros de su consumo y una vez es consumido ya no se puede usar de nuevo. Por ejemplo: pan, autos, computadoras.

Los servicios son las distintas actividades que buscan satisfacer las necesidades de los sujetos. Hacen parte de la actividad económica del sector terciario de la economía en donde se brindan diferentes servicios como: educación, banca, seguros, salud, comunicaciones, transporte, seguridad entre otros.

Se considera a los servicios como bienes intangibles, es decir, el equivalente no material de un bien. También se consideran heterogéneos, así dos servicios nunca serán iguales.

En la actualidad la venta y compra de servicios representa la mayor parte de las actividades de una economía y es el desarrollo de estos lo que más impulsa el crecimiento de las distintas economías en el mundo

2.1.14. Definición de micro y pequeña empresa

No hay unidad de criterio con respecto a la definición de la Micro y Pequeña Empresa, pues las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo enfoque. **(Mejía, 2010)**

Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla. Otros toman como referencia el criterio económico – tecnológico (Pequeña Empresa precaria de Subsistencia, Pequeña Empresa Productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal o la pequeña unidad productiva con alta tecnología.

Por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la Micro y Pequeña Empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Mucho se recurre a este indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la Pequeña Empresa.

Un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en setenta y cinco países encontró más de cincuenta definiciones distintas sobre Pequeña Empresa. Los criterios utilizados son muy variados, desde considerar la cantidad de trabajadores o el tipo de gestión, el volumen de ventas o los

índices de consumo de energía, hasta incluso el nivel tecnológico, por citar los más usuales.

La OIT, en su Informe sobre fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas, presentado en la 72° reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, realizada en Ginebra en 1986, define de manera amplia a las Pequeñas y Medianas Empresas pues considera como tales, tanto a empresas modernas, con no más de cincuenta trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

La CEPAL define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales.

El especialista de la pequeña empresa, Fernando Villarán en su trabajo para el Seminario de "Microempresas y Medio Ambiente" realizado en Lima durante el mes de Julio de 1993, señala, refiriéndose a la micro industria, que está caracterizada por su reducido tamaño, tiene de uno a cuatro personas ocupadas y presenta una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo. Utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además presenta bajos niveles de capacitación y productividad.

Con ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes. Este sector es mayoritariamente informal.

Con respecto a la Pequeña Empresa Industrial, la describe como empresa que tiene un tamaño de 5 a 19 personas ocupadas y una densidad de capital de aproximadamente 3000 Dólares por puesto de trabajo. Su base tecnológica es moderna y la productividad, es mayor que en la microempresa: Es capaz de generar excedentes, acumular y crecer, teniendo entonces, una mayor estabilidad económica que el sector microempresarial.

Como se observará, existen diversos criterios para caracterizar a la Micro y Pequeña Empresa. Sin embargo nuestra legislación, cuando de reglamentarla o promocionarla se trata usualmente ha utilizado, los montos anuales vendidos y/o el número de personas ocupadas o el valor de los activos, para establecer sus límites.

2.1.15. Aspectos característicos de la pequeña empresa

Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos: **(Romero, 2009)**

Administración independiente. (Usualmente dirigida y operada por el propio dueño)

Incidencia no significativa en el mercado. El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.

Escasa especialización en el trabajo: tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventanas, producción, finanzas, compras, personal, etc.

Actividad no intensiva en capital; denominado también con predominio de mano de obra.

Limitados recursos financieros (El capital de la empresa es suministrado por el propio dueño).

Aquellos que consideran que la pequeña Empresa utiliza tecnología en la relación al mercado que abastece, esto es, resaltar la capacidad creativa y adopción de tecnología de acuerdo al medio.

Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. Mercado

Los compradores reales son los que compran un determinado producto (por ejemplo los usuarios de teléfonos móviles) y los potenciales, lo que pueden llegar a adquirir (los que actualmente no lo usan pero podrían hacerlo) **(Hill, 2010)**

Un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio **(Kotler, 2010)**

2.2.2. Producto

Indica que el producto es la variable básica del marketing, ya que sin producto no hay nada que intercambiar y por lo tanto, no habría función comercial, más aún, sin producto no se puede decir siquiera que hay empresas **(Serrano, 2012)**

Expresa que es un instrumento fundamental en una actividad comercial, la cual debe atender las necesidades del consumidor. Como variable comercial, el producto es el medio capaz de satisfacer esas necesidades **(Serrano, 2012)**

2.2.3. Demanda

La función de la demanda es una función que asocia a cada precio de una mercancía la cantidad que los compradores están dispuestos a comprar a ese precio, para valores dados de todas las demás variables relevantes **(Díaz, 2011)**

Indica que la demanda individual de un consumidor es la cantidad de un producto que está dispuesto a comprar en un momento dado y por una

determinada calidad. la demanda está influenciada por diversos factores: precio del producto sustituto, ingresos de los consumidores, hábitos, estilo de vida y otros **(IICA, 2011)**

2.2.4. Oferta

Indica que la oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de unas mercancías que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, constantes **(Spencer & M, 2011)**

Expresa que en un sentido general, la oferta es una fuerza de mercado (la otra es la demanda) que representan la cantidad de bienes o servicios que el individuo, empresa u organizaciones quiere y puede vender en el mercado a un precio determinado

2.2.5. Canales de comercialización

Dice que los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final. Los canales de comercialización puede ser directos o indirectos **(ruíz, 2013)**

Manifiesta se debe analizar cómo llegan los productos al destinatario final, dado que la utilización de canales adecuados mejora la eficiencia de las ventas. Cuando más largo o extensa sea el canal de comercialización, es decir, cuanto mayor sea el número de sus componentes, menor será el beneficio que quede para el exportador. La función primordial **(Nuñez, 2013)**

2.2.6. Canales directos

Manifiesta que cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se

encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios **(ruíz, 2013)**

Indica que este consiste en una serie de conocimientos objetivos y prácticos de las acciones de mercadeo hacia los diversos canales de distribución utilizados, obtenidos por medio de un orden progresivo y con el fin de lograr un resultado determinado **(Soto, 2011)**

2.2.7. Canales indirectos

Indica que los canales indirectos son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un numero grande de consumidores, distribución por más de una ciudad o país, a los cuales se está imposibilitado de llegar en forma directa con el personal de empresa **(ruíz, 2013)**

Comento durante el 2011 que la venta directa cedió antes la indirecta. Esta es una de las principales conclusiones que se desprende del informe Las tecnologías de la información en España, realizado por el ministerio de industria y Turismo.

2.2.8. Precio

Un precio es el dinero que paga un comprador a un vendedor por un producto o servicio particular **(Dwyer, 2014)**

Expresa que el precio es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el aprecio o las consideraciones de otro tipo, como el valor adquirido por ser único bien producido en el mundo, o algún regalo que provenga de una persona a la cual estimamos mucho **(Sulser & Pedrozo, 2014)**

2.2.9. Empleo

La palabra empleo tiene dos grandes significados; por un lado hacer referencia a la acción y efecto de emplear. Este verbo significa ocupar a alguien (encargándole un negocio o puesto), gastar dinero en una compra o, simplemente, usar algo. **(Díaz, 2011)**

El término empleo se utiliza para nombrar una ocupación u oficio en ese sentido, se lo suele utilizar como sinónimo de trabajo, en la actualidad la forma de empleo dominante es el trabajo asalariado (en relación de dependencia **(Dwyer, 2014)**

Hace referencia al hecho de mantener ocupado a un individuo (ya sea, solicitándole un servicio o contratándolo para una determinada función remunerada), invertir dinero en una compra o, simplemente, utilizar algo. **(Serrano, 2012)**

2.2.10. Desempleo

Ausencia de empleo u ocupación: están desocupadas o desempleadas aquellas personas que, deseando trabajar, no encuentran quien las contrate como trabajadores. **(Ramos, 2012)**

Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso. **(Rosenbluth, 2012)**

Desempleo, desocupación, cesantía o paro, en el mercado de trabajo, hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario. Por extensión es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar -población activa- carece de un puesto de trabajo. **(Samuelson, 2009)**

2.2.11. Sector comercial

Consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader. **(Carbonetto, 2012)**

Es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo **(Rojas, 2012)**

Se denomina a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. **(SCIAN, 2012)**

2.2.12. Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. **(Ramos, 2013)**

Es la capacidad que posee un negocio para generar utilidad, lo cual se refleja en los rendimientos alcanzados, también se mida sobre todo la eficiencia de los indicadores de la empresa, ya que en ello descansa la dirección del negocio. **(Ortega, 2010)**

Son las utilidades obtenidas en el periodo como un porcentaje de las ventas, de los activos o del patrimonio. **(Viscione, 2009)**

2.2.13. Crédito

El crédito es una operación financiera en la que se pone a nuestra disposición una cantidad de dinero hasta un límite especificado y durante un período de tiempo determinado **(Cadena, 2012)**

Es el préstamo de un valor activo con capacidad de reembolso en un futuro, esto con el propósito de lucrarse de esta actividad mediante la recolección de intereses y otros cobros legales. Por lo general los créditos son proporcionados por entidades bancarias, sin embargo es bueno mencionar que en la actualidad la actividad prestamista ha llegado a tal punto que se han desarrollado entidades explícitamente con estos fines. **(Casares, 2013)**

2.2.14. Bienes y Servicios

Las personas de una sociedad adquieren en el mercado distintos bienes y servicios con el objetivo de satisfacer sus necesidades. **(Tokman, 2010)**

Las personas de una sociedad adquieren en el mercado distintos bienes y servicios con el objetivo de satisfacer sus necesidades. **(Cadena, 2012)**

2.2.15. Ventas

El proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador). **(Reid, 2010)**

Un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero **(Espejo, 2011)**

La acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado **(Díaz, 2012)**

2.2.16. Compras

Conjunto de actividades a realizar en la empresa para satisfacer esa necesidad del mejor modo, es decir, al mínimo costo, con la calidad adecuada y en el momento oportuno. **(Castro, 2010)**

Es el acto de obtener el producto o servicio de la calidad correcta, al precio correcto, en el tiempo correcto y en el lugar correcto. **(Domínguez, 2011)**

La compra es una función de suma importancia en la gestión de materiales y/o materias primas, aunque varía con la naturaleza y el tamaño de la empresa. **(Carpio, 2012)**

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1. Ordenanza municipal del cantón El Empalme

El 31 de diciembre de 1997, el municipio del cantón El Empalme presenta un extraordinario trabajo de compilación, clasificación, estudio y racionalización de más de 3.500 ordenanzas municipales dictadas a partir del año 1900 por el Concejo Municipal del Empalme, cohesionándolas en un solo instrumento legal denominado “Código Municipal para el Cantón El Empalme”.

Al 24 de octubre de 2011, esto es a los catorce años de haber sido realizado el colosal estudio por la Municipalidad del Empalme, se realiza una evaluación de los resultados del trabajo, encontrándose lo siguiente:

1. A partir del 21 de enero de 1998, fecha de la primera reforma introducida por el Concejo Municipal del Empalme, a la fecha de su evaluación, se habían introducido 332 Ordenanzas con reformas expresas.
2. Que 77 ordenanzas reformativas habían sido derogadas expresamente;
3. Que 83 Ordenanzas reformativas se encontraban en el limbo jurídico, posiblemente con derogación tácita;
4. Que 252 Ordenanzas reformativas, en actual vigencia, habían afectado a los textos iniciales del Código;
5. La inconsistencia en cuanto a quién y cómo se administran los mercados municipales del Empalme;
6. Que las Ordenanzas reformativas citaban el número y fecha de la Ordenanza reformada, sin relacionarla con su publicación en el Registro Oficial, en lugar de citar el sitio y la inserción del texto en el Código Municipal;
7. Que la Municipalidad había contratado con expertos privados la actualización de la Codificación, contrato que fuera suspendido en espera de otras Ordenanzas que nunca se aprobaron y que al final se dio por terminado el contrato de mutuo acuerdo;
8. Que profesionales de distintas disciplinas, funcionarios de la I. Municipalidad, era quienes preparaban, de modo independiente, todas las reformas; y,
9. Que al Concejo Municipal le era extremadamente difícil hacer un control de calidad de las reformas al Código, por falta de información de la Administración en la presentación del proyecto.

La Ordenanza Municipal 0253 que trata de los mercados municipales, encierra una serie de disposiciones que tienen como finalidad la de regular la prestación

del servicio de abastecimiento y comercialización de productos alimenticios y mercancías que se puedan expender a través de los mercados municipales, ferias municipales existentes en los mercados y plataformas autorizadas por la Dirección Municipal de Comercialización, aquí se presenta el desglose de temas de la referida Ordenanza:

1. Capítulo I

a. De los Mercados Minoristas, Mayoristas y Ferias Municipales

- i. Objeto y ámbito de aplicación
- ii. Transferencia de dominio
- iii. Sistema de Comercialización
- iv. Objetivos Principales de la Dirección de Comercialización
- v. Administración y Control
- vi. Del giro
- vii. Del cambio de giro
- viii. Comité de Adjudicación de puestos
- ix. Funciones del Comité de Adjudicación de Puestos
- x. Solicitud de Puestos
- xi. Adjudicación de Puestos
- xii. La Concesión
- xiii. Terminación del Convenio de Concesión
- xiv. Fijación de Tarifas
- xv. Obligación de los comerciantes
- xvi. Sanciones
- xvii. Disposiciones Transitorias

2.3.2. Reglamento de aplicación de la ordenanza municipal 0253

La primera disposición transitoria de la Ordenanza Municipal 0253 que trata de los mercados Municipales, encarga de la Dirección Municipal de

Comercialización la elaboración del reglamento general de aplicación en un plazo de quince (15) días a partir de la aprobación.

Es de conocimiento general que toda ley debe ser acompañada por su reglamento de Aplicación, así por ejemplo la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Compras Públicas, tiene su Reglamento General de Aplicación, a través del cual se detalla la manera de dar cumplimiento a cada disposición contenida en la Ley General.

De la misma manera la Ordenanza Municipal 0256 tiene su reglamento de aplicación, aprobado mediante Resolución del Concejo N° 0013 el 15 de enero del 2009, el cual lo desgloso de la siguiente manera:

Artículo 1.- Objetivo.-

Artículo 2.- Ámbito de Aplicación.-

Artículo 3.- Obligatoriedad.-

Artículo 4.- Manual de Operación.-

Artículo 5.- Plazo para elaboración del Manual de Operación.-

Artículo 6.- De la Capacitación.-

Artículo 7.- Obligaciones de los comerciantes.- (literales de la a, hasta la u)

Artículo 8.- Prohibiciones a los comerciantes.- (literales de la a, hasta la q)

Artículo 9.- De los administradores y supervisores.-

Artículo 10.- Del Comité de Adjudicación.-

Artículo 11.- Requisitos para la adjudicación de puestos.-

Artículo 12.- Trámite de la solicitud

Artículo 13.- Del reconocimiento de derechos.-

Artículo 14.- Solicitudes simultáneas

Artículo 15.- De la entrega de información a los miembros del Comité

Artículo 16.- Adjudicación de puestos

Artículo 17.- Plazo para la posesión del puesto adjudicado.-

Artículo 18.- Ingreso al catastro municipal.-

Artículo 19.- Publicación de puestos vacantes.-

Artículo 20.- Permiso Provisional

Artículo 21.- Reemplazo del comerciante.-
Artículo 22.- Revisión de tarifas.-
Artículo 23.- Forma de pago de tarifas.-
Artículo 24.- Sanciones.- (Literales de la a, hasta la d)
Artículo 25.- Causales de amonestación verbal.- (Literales de la a hasta la d)
Artículo 26.- Causales de amonestación escrita.- (literales de la a, hasta la e)
Artículo 27.- Causales para suspensión de puesto de 1 a 5 días
Artículo 28.- Causales para suspensión de puesto de 5 a 10 días
Artículo 29.- Causales para suspensión de puesto de 10 a 15 días
Artículo 30.- Causales de terminación del Convenio de Concesión.-
Artículo 31.- Procedimiento.-
Artículo 32.- De la notificación.-
Artículo 33.- Sanción para ferias.-
Artículo 34.- De los recursos.-
Artículo 35.- Prohibición.-
Artículo 36.- Sanción a empleados y trabajadores municipales.-
Artículo 37.- Glosario de términos.-

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se la realizo en el cantón El Empalme de la Provincia del Guayas, la misma que se encuentra ubicada en la formación ecológica, húmedo tropical del litoral ecuatoriano

3.2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Método inductivo

En este estudio se utilizará el método inductivo, por medio de encuestas aplicadas a los habitantes y comerciantes del cantón El Empalme

3.2.2. Método descriptivo

A través de este método se podrá analizar características, de los negocios, de tal forma que os datos faciliten para cumplir con la meta propuesta de investigación

3.3. FUENTES

3.3.1. Primaria

Las encuestas se utilizarán como principal instrumento de investigación con el cuestionario adecuadamente para realizar el diagnóstico adecuado y conseguir la información de cada uno de los grupos

3.3.2. Secundaría

Como fuentes secundárias se utilizarán, páginas web y tesis que nos proporcionaran información, se recurrirá a los libros como fuentes de consulta

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

3.4.1. Observación

Se aplicará la observación como un medio de conocer y describir las características de los elementos de la investigación

3.4.2. Encuesta

La encuesta es el instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta a un grupo de personas elegidas de forma estadísticas

En la presente investigación se aplicará una encuesta a los habitantes y comerciantes establecidos en el mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. Población

La población o universo de la presente investigación se obtuvo mediante las proyecciones del censo poblacional efectuada por el INEC en el cantón El Empalme donde existen 74.451 habitantes y existen establecidos 84 comerciantes en el mercado 22 de Agosto según la Administración del mercado

3.5.2. Muestra

Para la toma de la muestra se la realizara solamente a la población del cantón El Empalme, mientras que a los comerciantes se les realizó un censo a los 1005 de ellos

Formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 74451}{(0.05)^2 (74451 - 1) + (1.96)^2 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{71502.7404}{186.125 + 0.9604}$$

$$n = \frac{71502.7404}{178.75445}$$

$$n = 400$$

Para la toma de las encuesta a la población del cantón El Empalme según la formula realizada se la hará a 400 personas

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Composición social y economía de los habitantes y comerciantes del cantón EL Empalme

4.1.1.1. Interpretación de los resultado de las encuestas a los habitantes del Cantón El Empalme

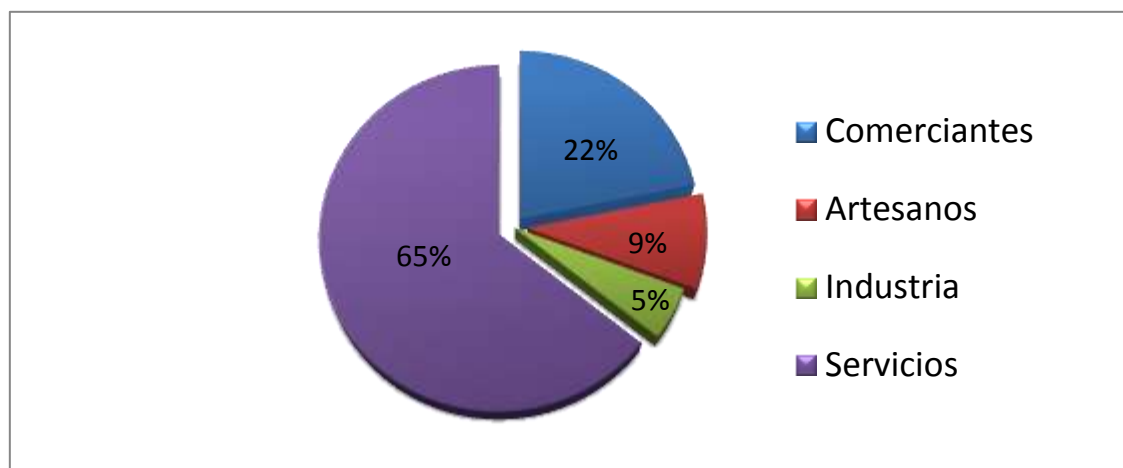
Pregunta 1.- ¿Qué actividad usted realiza?

Cuadro 1. Actividad que realiza

OPCIONES	RESPUESTA	%
Servicios	258	65
Industria	19	6
Artesano	34	9
Comerciantes	89	65
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 1. Actividad que realiza

El cuadro y gráfica 1, señala que el 65% de los habitantes encuestados trabajan en actividades del sector de servicios, el 22% son comerciantes, el 9% son artesanos y el 5% trabajan en alguna industria

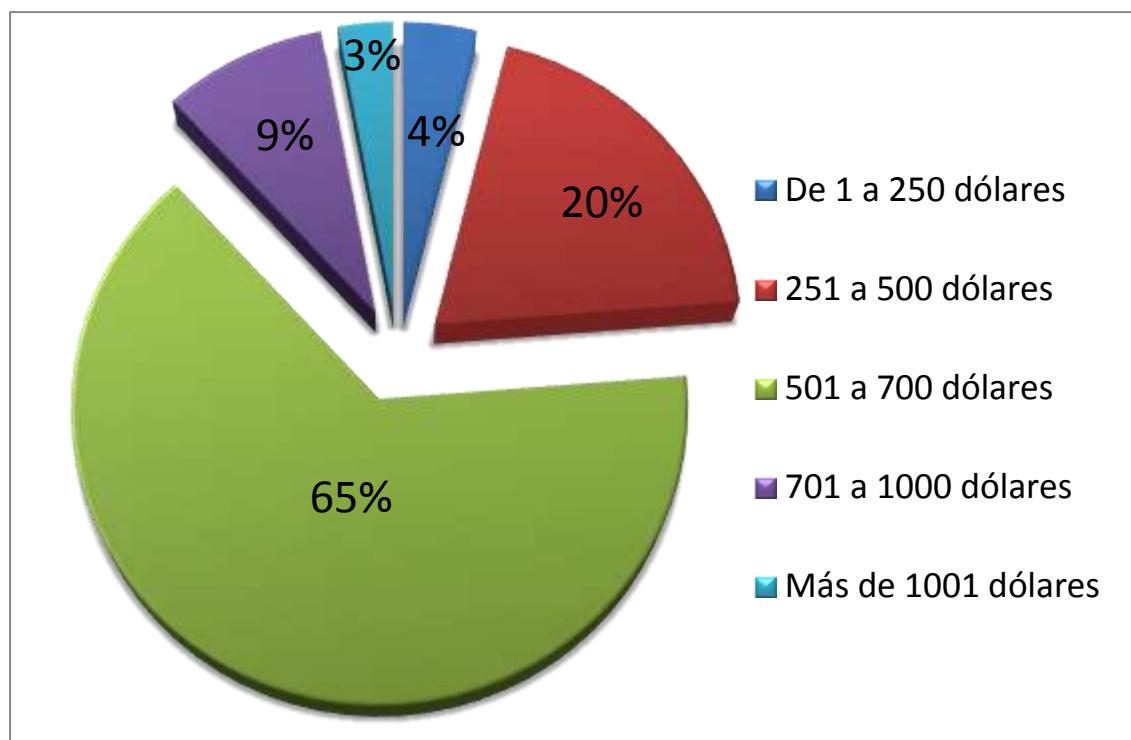
Pregunta 2.- ¿Cuál es su ingreso mensual aproximadamente?

Cuadro 2. Ingreso aproximado

OPCIONES	RESPUESTA	%
De 1 a 250 dólares	14	4
De 251 a 500 dólares	80	20
De 501 a 700 dólares	258	65
De 701 a 1000 dólares	6	9
Más de 1001 dólares	12	3
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 2. Ingreso aproximado

El cuadro y gráfica 2, señala que el 65% de los encuestados tiene un ingreso mensual de 501 a 700 dólares, el 20% de 251 a 500 dólares, 9% de 701 a 1000 dólares, el 4% de 1 a 250 dólares y finalmente el 3% tiene un ingreso mensual de más de 1001 dólares.

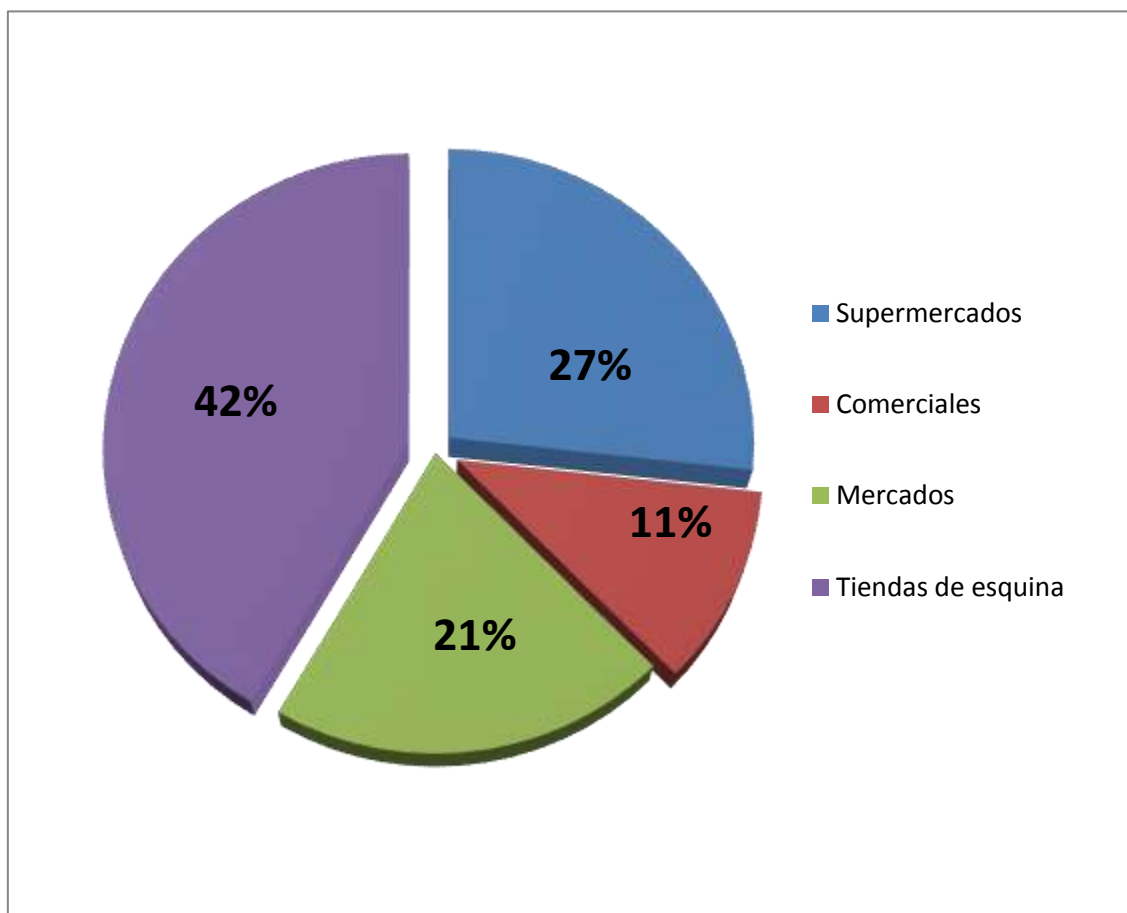
Pregunta 3.- ¿Dónde acude a realizar usualmente las compras del hogar?

Cuadro 3. Lugar de compra

OPCIONES	RESPUESTA	%
Comerciales	43	11
Mercados	83	21
Tiendas de esquina	167	42
Supermercados	107	27
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 3. Lugar de compra

El cuadro y gráfica 3, señala que el 42% de los habitantes compran en las tiendas de la esquinas, el 27% lo hace en los supermercados, el 21% en los mercados y el 11% en los comerciales de la localidad

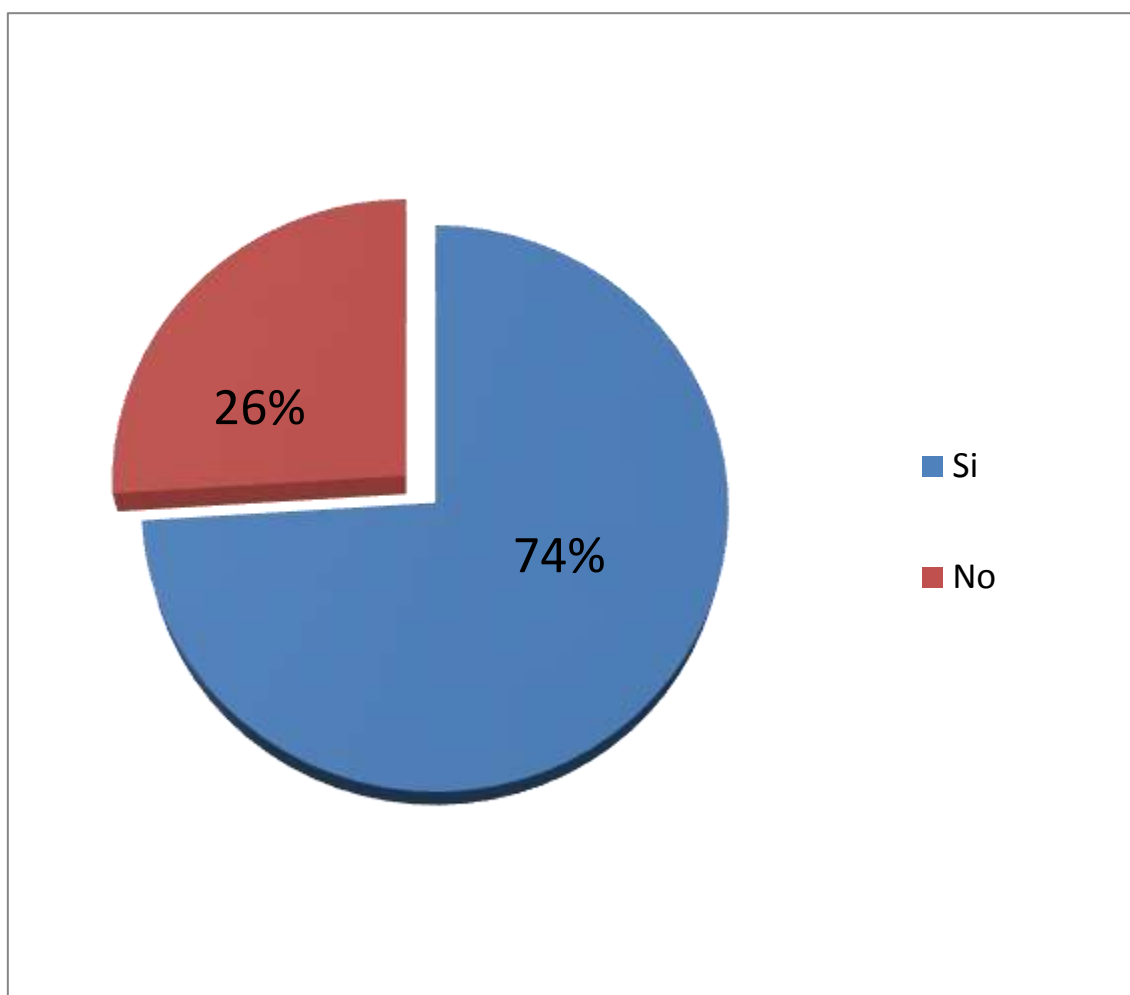
Pregunta 4.- ¿Ha realizado en los últimos 6 meses alguna compra en un mercado en el cantón EL Empalme?

Cuadro 4. Compras en un mercado

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	297	74
No	103	26
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 4. Compras en un mercado

El cuadro y gráfica 4, señala que el 74% de los encuestados manifestaron que si han comprado en los últimos 6 meses por lo menos una vez en un mercado en el cantón El Empalme y el 24% expresaron que no

4.1.1.2. Interpretación de la encuesta a los comerciantes del mercado 22 de Agosto del Cantón El Empalme

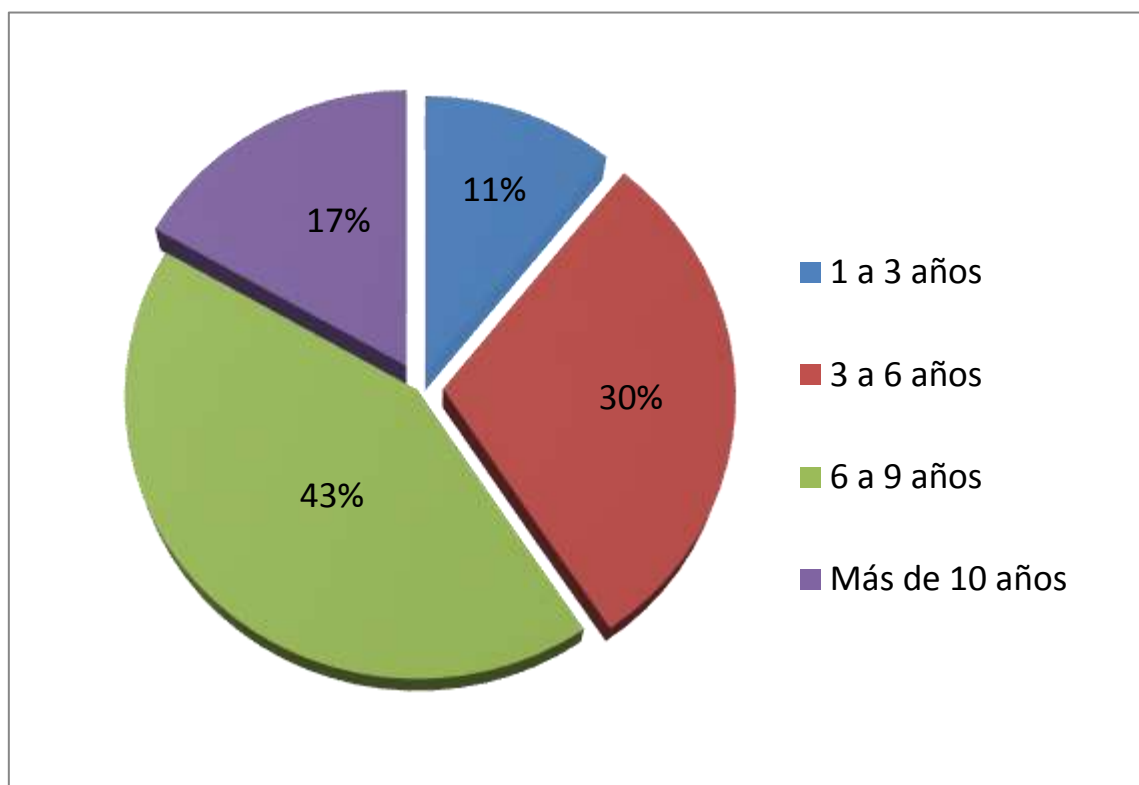
Pregunta 5.- ¿Hace cuánto usted se dedica a la actividad comercial?

Cuadro 5. Tiempo de la actividad comercial

OPCIONES	RESPUESTA	%
1 a 3 años	9	11
3 a 6 años	25	30
6 a 9 años	36	43
Más de 10 años	14	17
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 5. Tiempo de la actividad comercial

El cuadro y gráfica 5, señala que el 43% de los comerciantes del mercado 22 de agosto tienen en la actividad comercial de 6 a 9 años, el 30% de 3 a 6 años, 17% más de 10 años y el 11% de 1 a 3 años

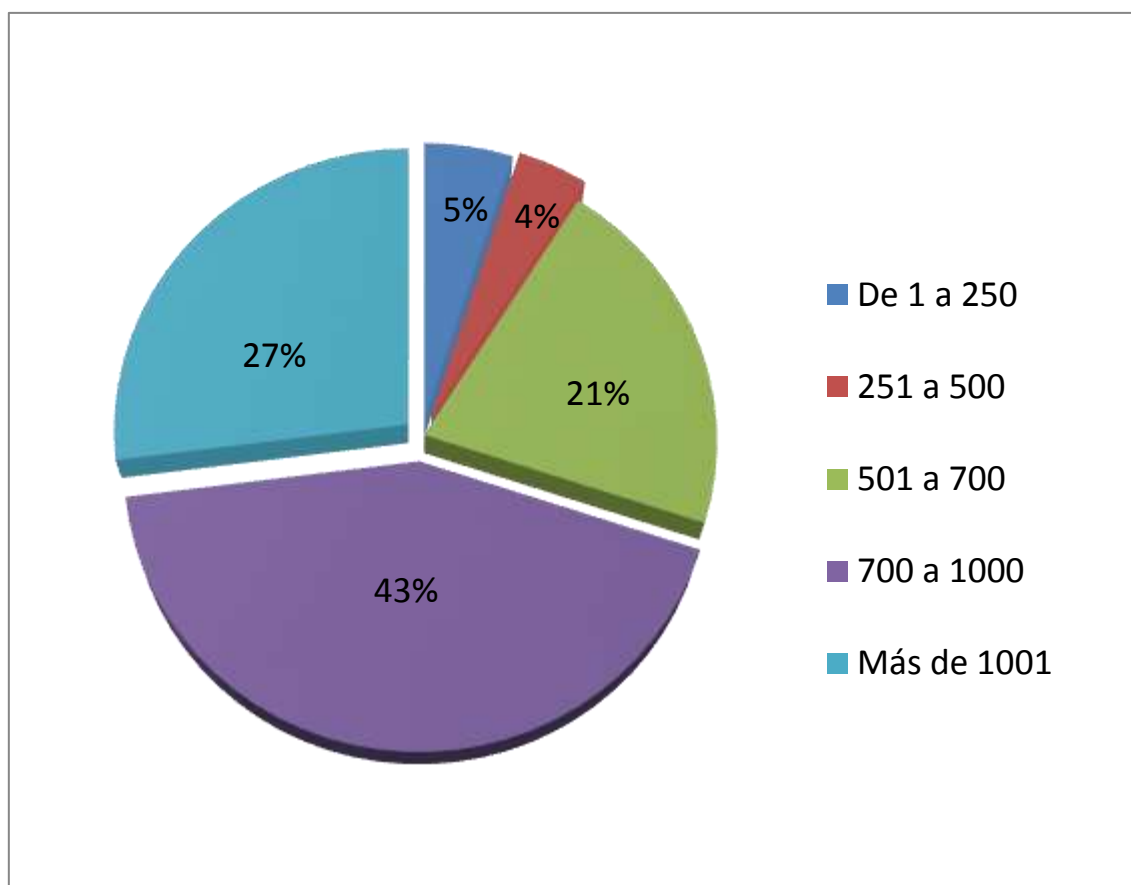
Pregunta 6.- ¿Hace cuánto usted se dedica a la actividad comercial?

Cuadro 6. Tiempo de la actividad comercial

OPCIONES	RESPUESTA	%
De 1 a 250 dólares	4	5
De 251 a 500 dólares	3	4
De 501 a 700 dólares	18	21
De 701 a 1000 dólares	36	43
Más de 1001 dólares	23	27
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 6. Tiempo de la actividad comercial

El cuadro y gráfica 6, señala que el 43% de los encuestados expresaron que su ingreso mensual es 700 a 1000, el 27% es de más de 1001, el 21% de 501 a 700, 5% de 1 a 250 y el 4% de 251 a 500 dólares

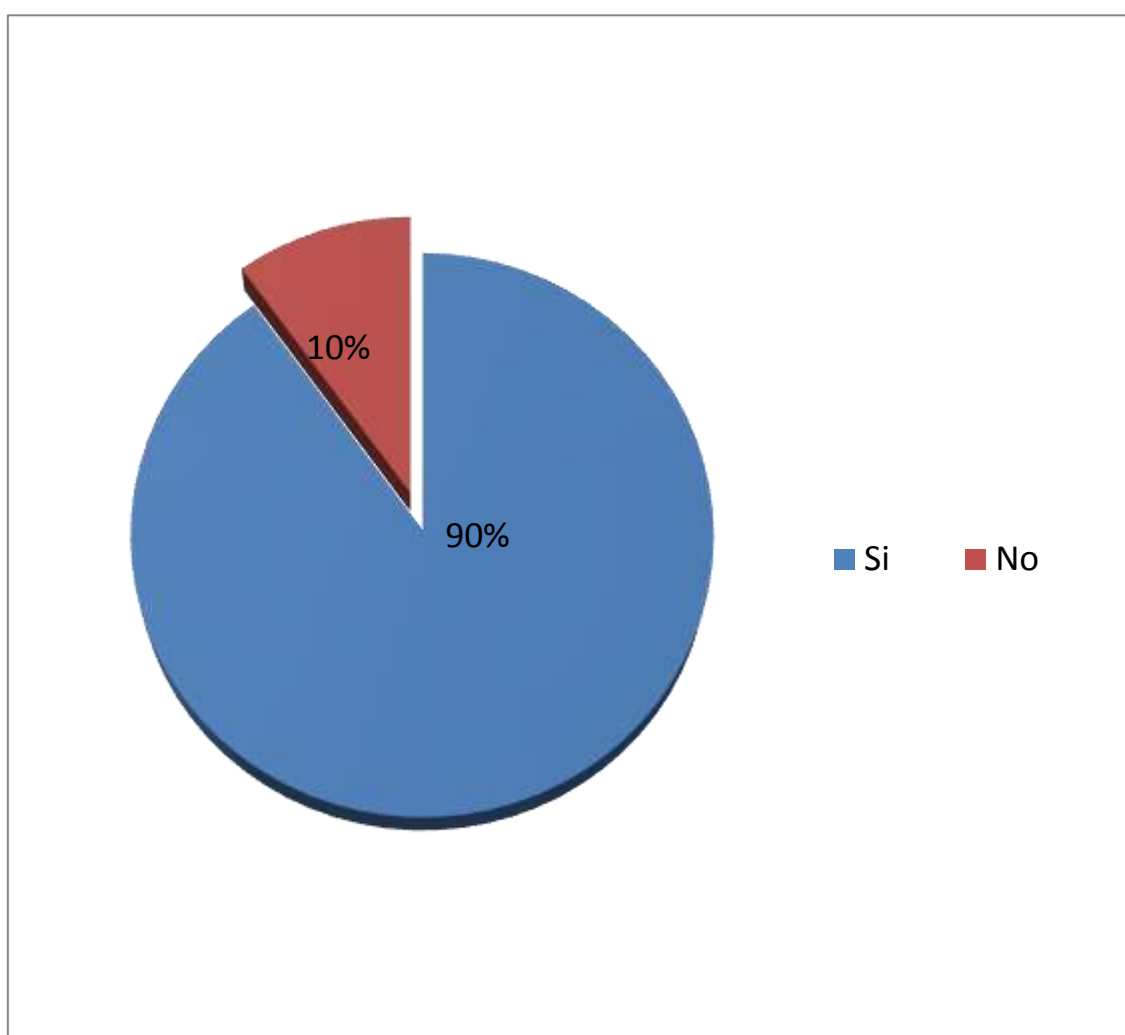
Pregunta 7.- ¿El único ingreso lo genera su actividad comercial?

Cuadro 7. Ingreso por la actividad comercial

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	76	90
No	8	10
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 7. Ingreso por la actividad comercial

El cuadro y gráfica 7, señala que el 90% de los comerciantes manifestaron que si es el único ingreso el que generan por su actividad comercial y el 10% expresaron que no

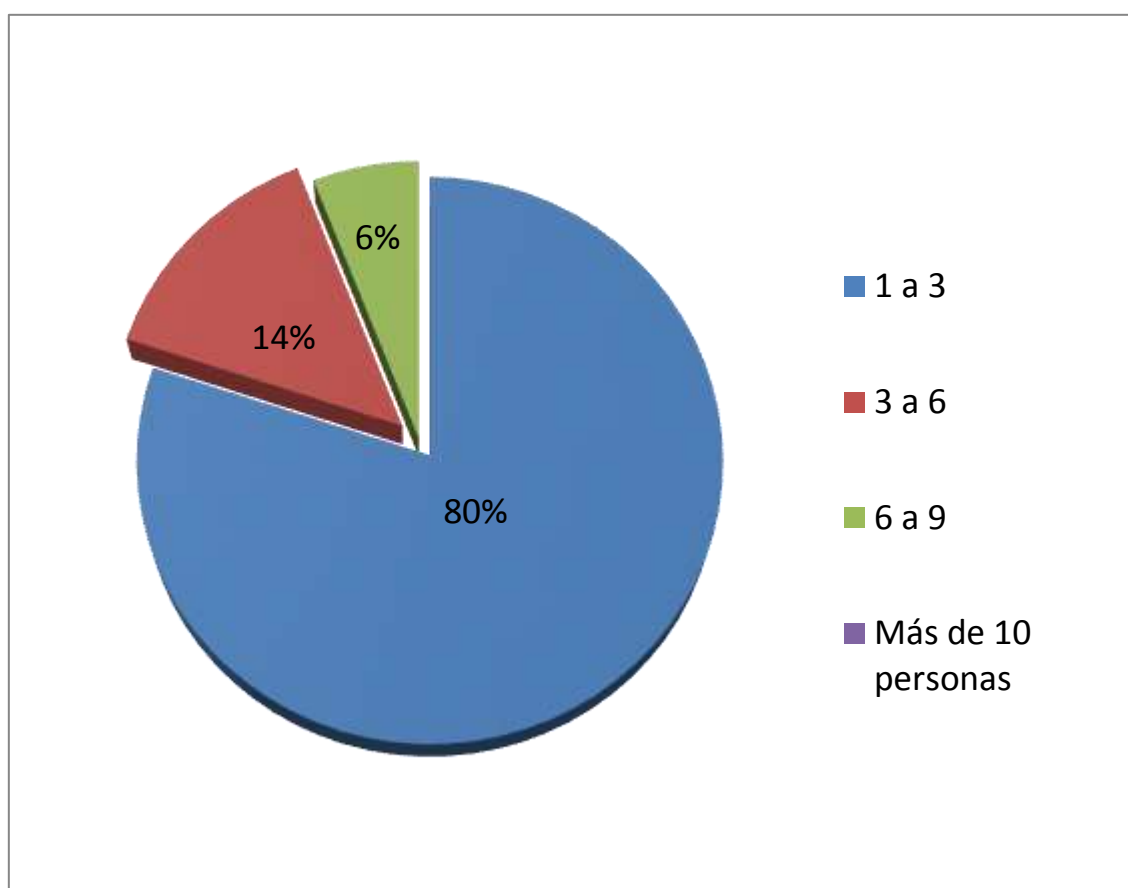
Pregunta 8.- ¿Cuántas personas de su familia se dedican a la actividad comercial?

Cuadro 8. Número de personas que se dedican al comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
De 1 a 3	67	80
De 3 a 6	12	14
De 6 a 9	5	6
Más de 10 personas	0	0
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 8. Número de personas que se dedican al comercio

El cuadro y gráfica 8, señala que el 80% de los encuestados comerciantes tienen de 1 a 3 personas de su familia que se dedican a la actividad comercial, el 14% de 3 a 6 y el 6% de 6 a 9 personas

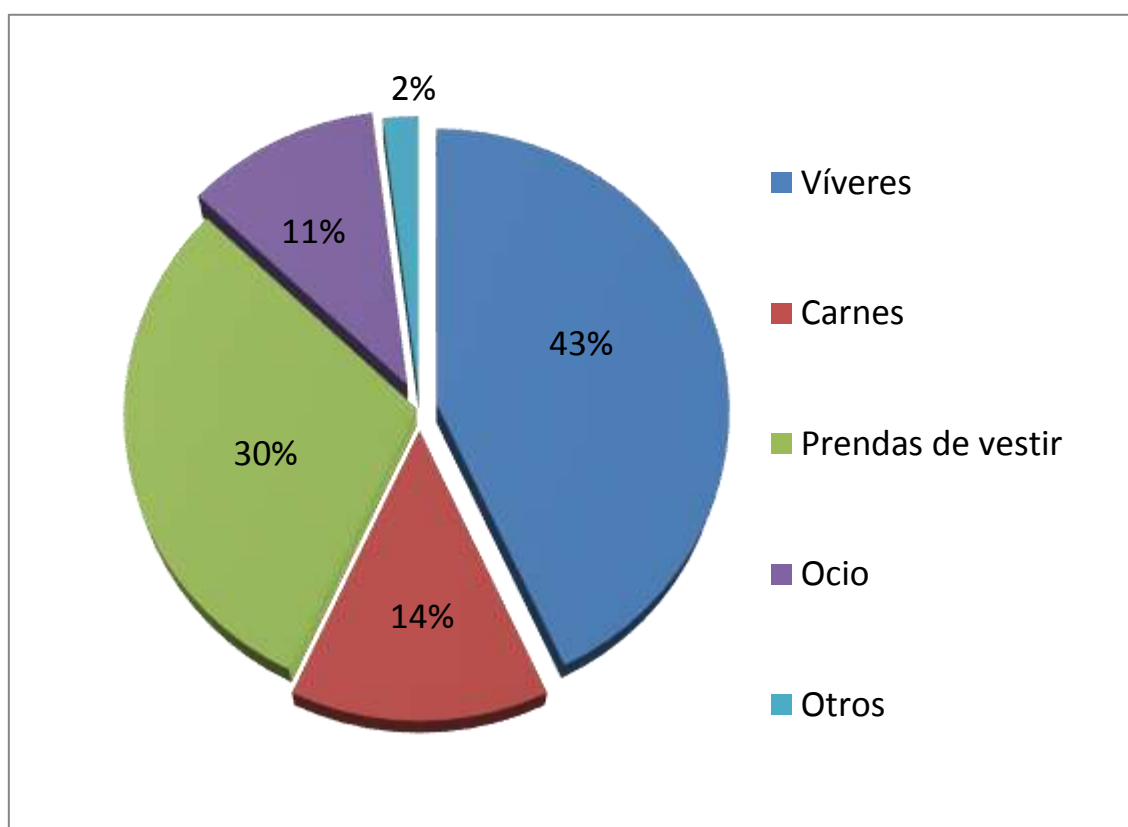
Pregunta 9.- ¿De las siguientes alternativas señale que actividad desarrolla usted?

Cuadro 9. Actividad desarrollada

OPCIONES	RESPUESTA	%
Ocio	9	11
Carnes	12	14
Viveres	36	43
Prendas de vestir	25	30
Otros	2	2
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 9. Actividad desarrollada

El cuadro y gráfica 9, señala que el 43% de los comerciantes su actividad que desarrolla son la venta de viveres, el 30% prendas de vestir, 14% carnes, 11% ocio y el 22% otros tipos de alternativas

4.1.2. Incidencia económica del mercado 22 de agosto del cantón El Empalme

4.1.2.1. Interpretación de las encuestas a los habitantes del cantón El Empalme

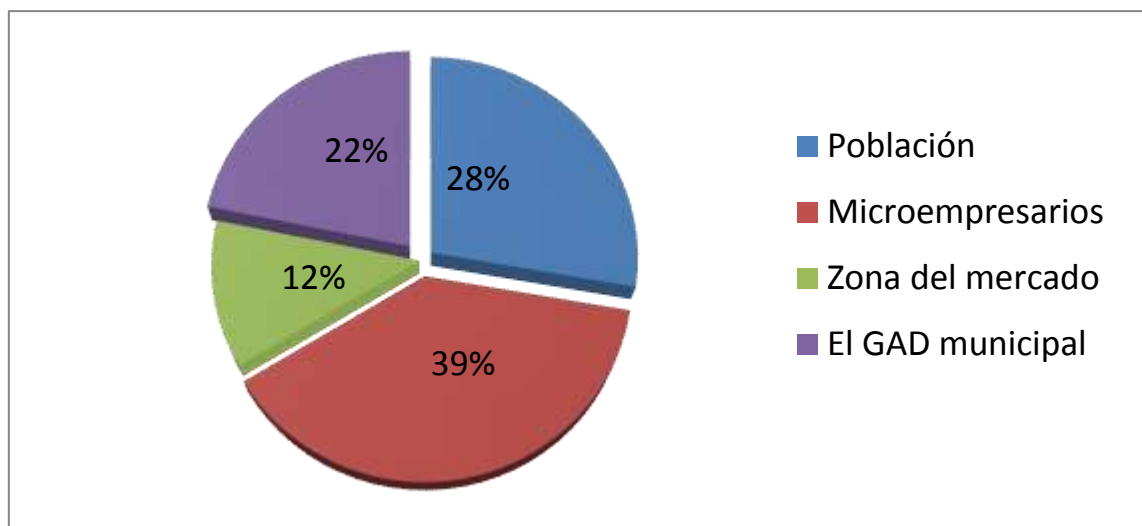
Pregunta 10.- ¿Quiénes son los beneficiarios del nuevo mercado 22 de Agosto?

Cuadro 10. Beneficiarios del nuevo mercado 22 de agosto

OPCIONES	RESPUESTA	%
GADM del El Empalme	57	22
Zona de mercado	47	12
Microempresarios	156	39
Población	110	28
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 10. Beneficiarios nuevo del mercado 22 de agosto

El cuadro y gráfica 10, señala el 39% de los habitantes encuestados manifestaron que los beneficiarios por la construcción del mercado 22 de agosto serían los microempresarios, el 28% la población, el 22% el GADM del cantón El Empalme y el 12% la zona del mercado

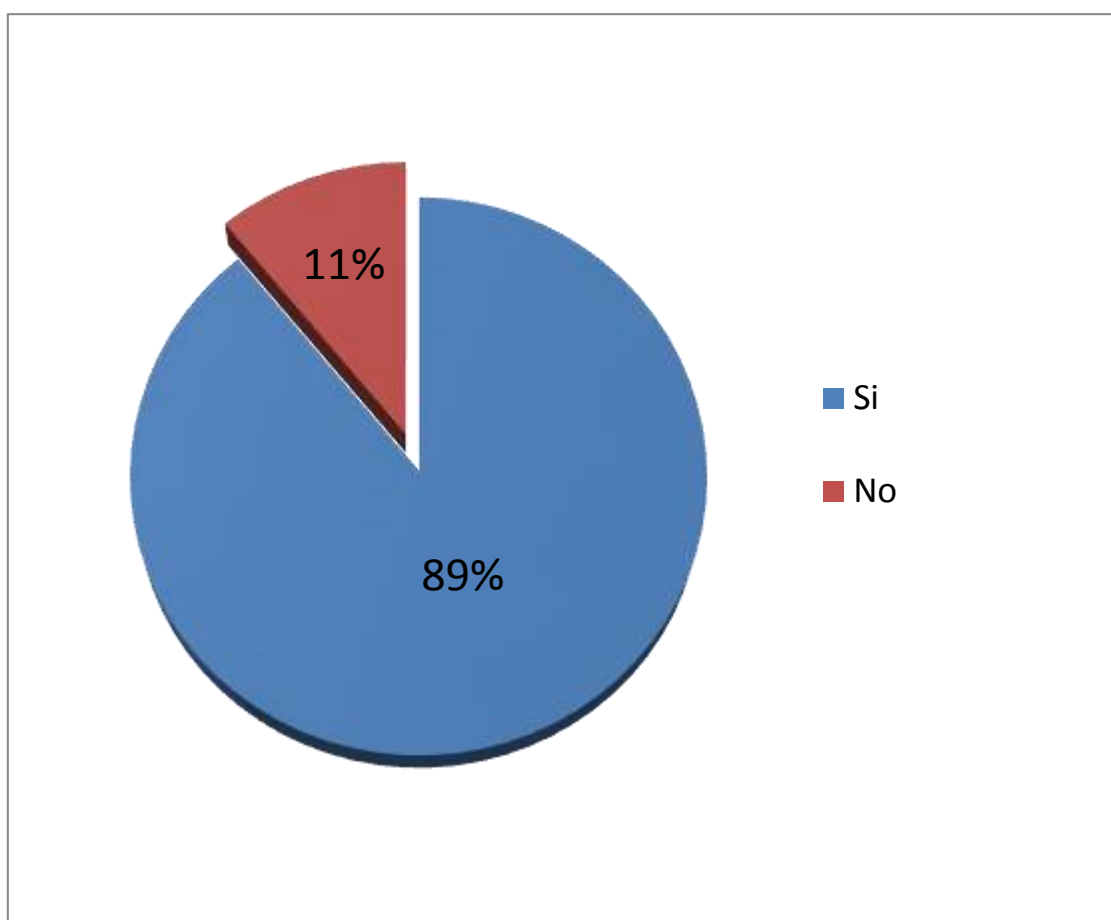
Pregunta 11.- ¿El nuevo mercado 22 de agosto impulsa el comercio del cantón El Empalme?

Cuadro 11. Impulso del comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	356	89
No	44	11
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 11. Impulso del comercio

El cuadro y gráfica 11, señala el 89% de los habitantes encuestados consideran que si se impulsaría el comercio en el cantón El Empalme por la construcción del mercado 22 de agosto y el 11% expresaron que no

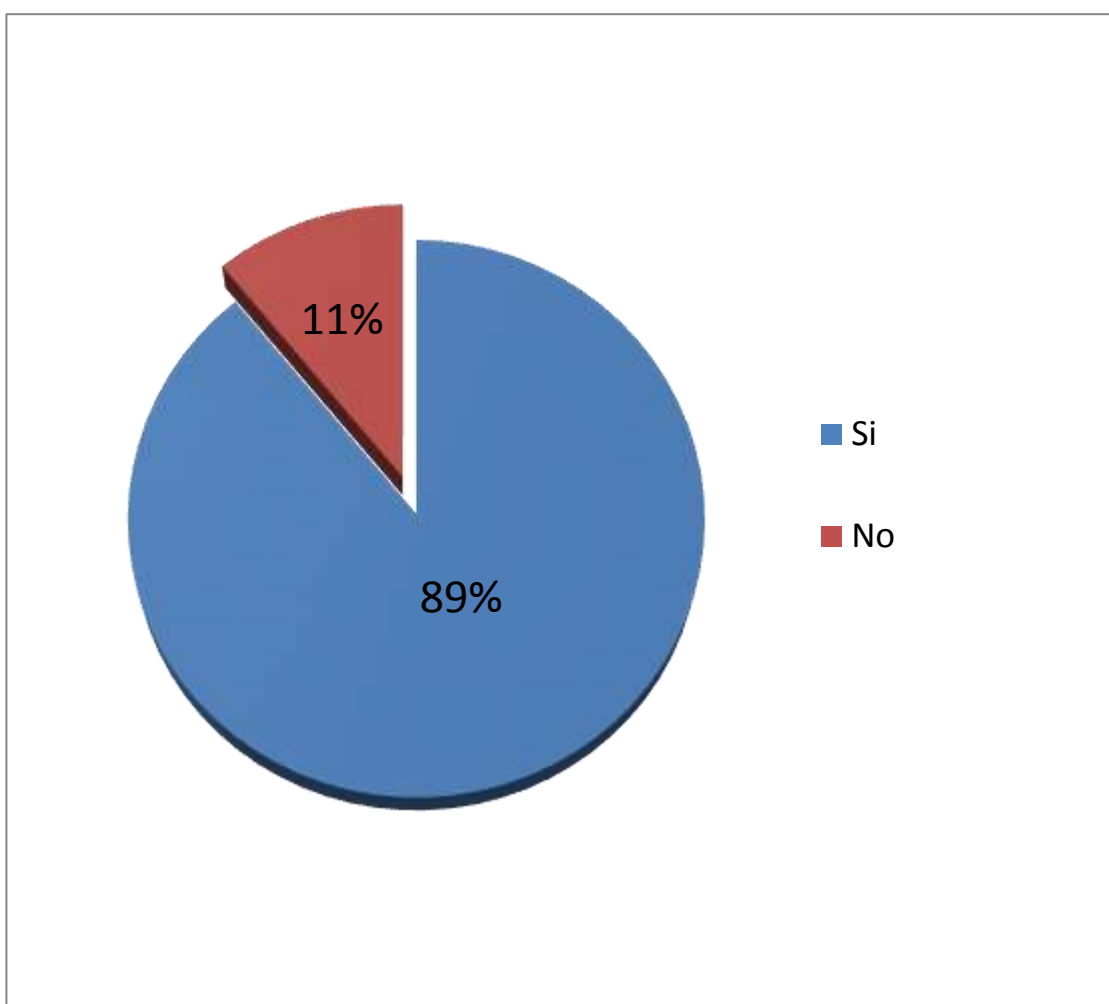
Pregunta 12.- El mercado 22 de Agosto permite crear nuevas fuentes de trabajo en el cantón?

Cuadro 12. Nueva fuente de trabajo

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	356	89
No	44	11
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 12. Nueva fuente de trabajo

El cuadro y gráfica 12, señala el 89% de los habitantes encuestados consideran que si permitirá crear nuevas fuentes de trabajo por la construcción del mercado 22 de agosto y el 11% expresaron que no

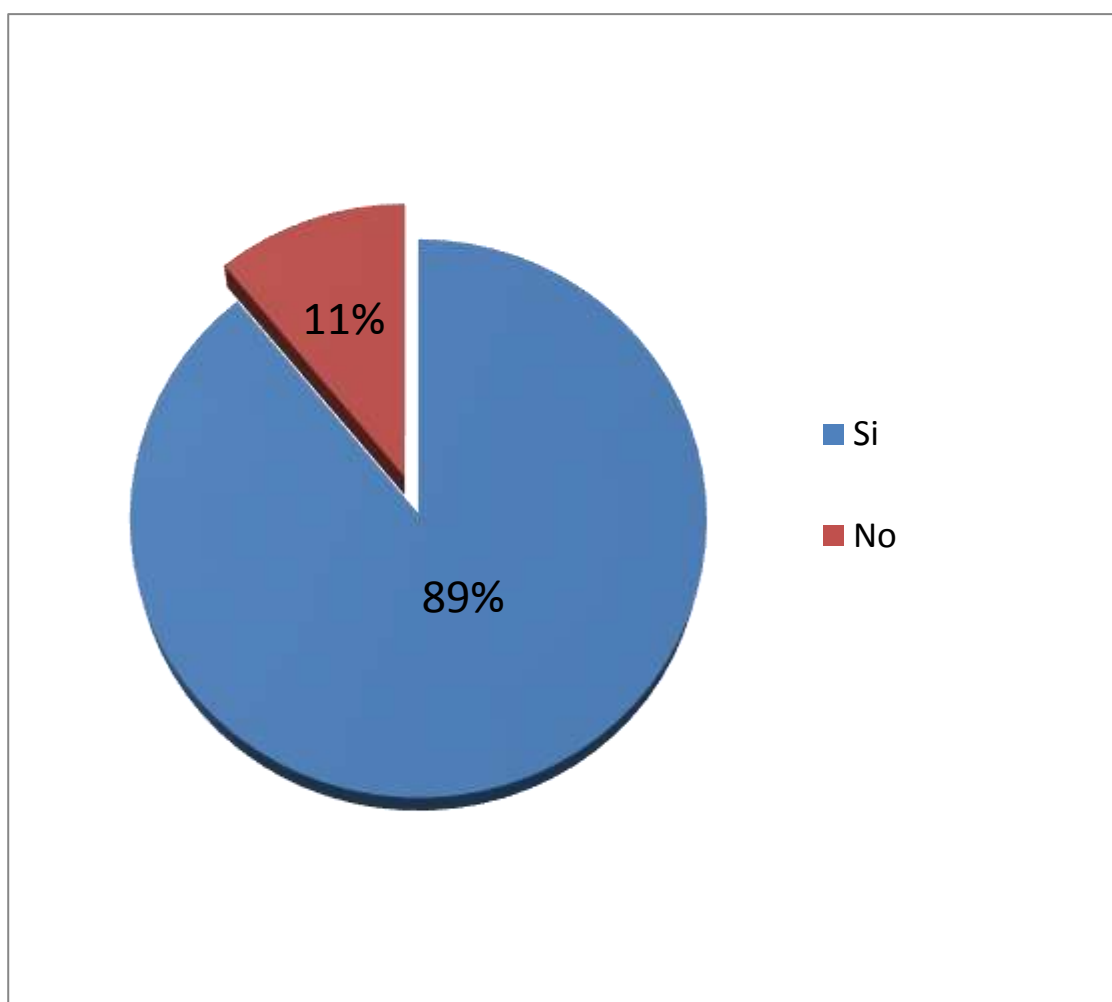
Pregunta 13.- ¿El mercado 22 de agosto aporta al desarrollo micro – empresarial del cantón El Empalme?

Cuadro 13. Desarrollo micro – empresarial

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	356	89
No	44	11
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 13. Desarrollo micro – empresarial

El cuadro y gráfica 13, señala que el 89% de los habitantes encuestados consideran que si aportaría con el desarrollo micro – empresarial por la construcción del mercado 22 de agosto y el 11% expresaron que no

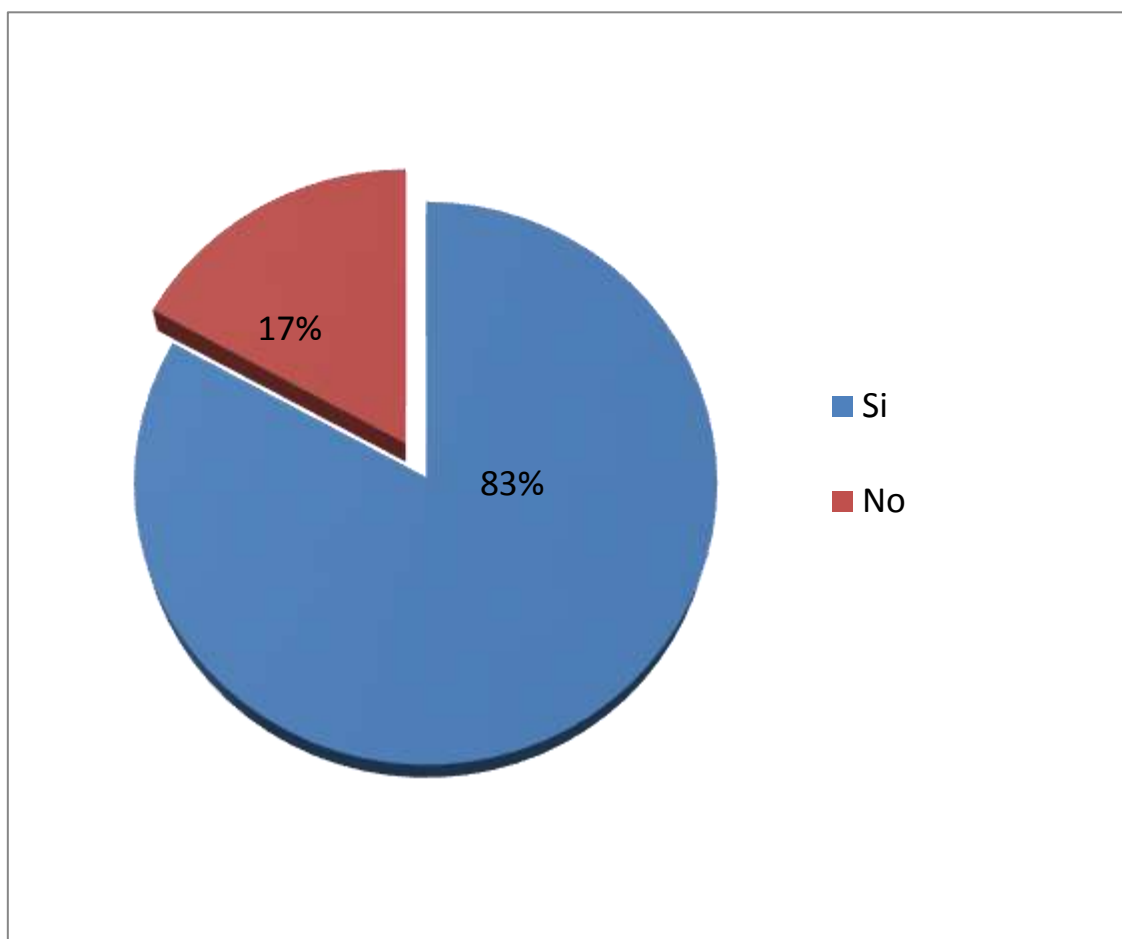
Pregunta 14.- ¿El nuevo mercado 22 de Agosto ha desarrollado nuevas actividades económicas en la zona de construcción?

Cuadro 14. Desarrollo de nuevas actividades económicas

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	332	83
No	68	17
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 14. Desarrollo de nuevas actividades económicas

El cuadro y gráfica 14, señala que el 83% de los habitantes encuestados creen que si se desarrollaran nuevas actividades económicas en la zona donde se construirá el mercado 22 de agosto y el 17% que no

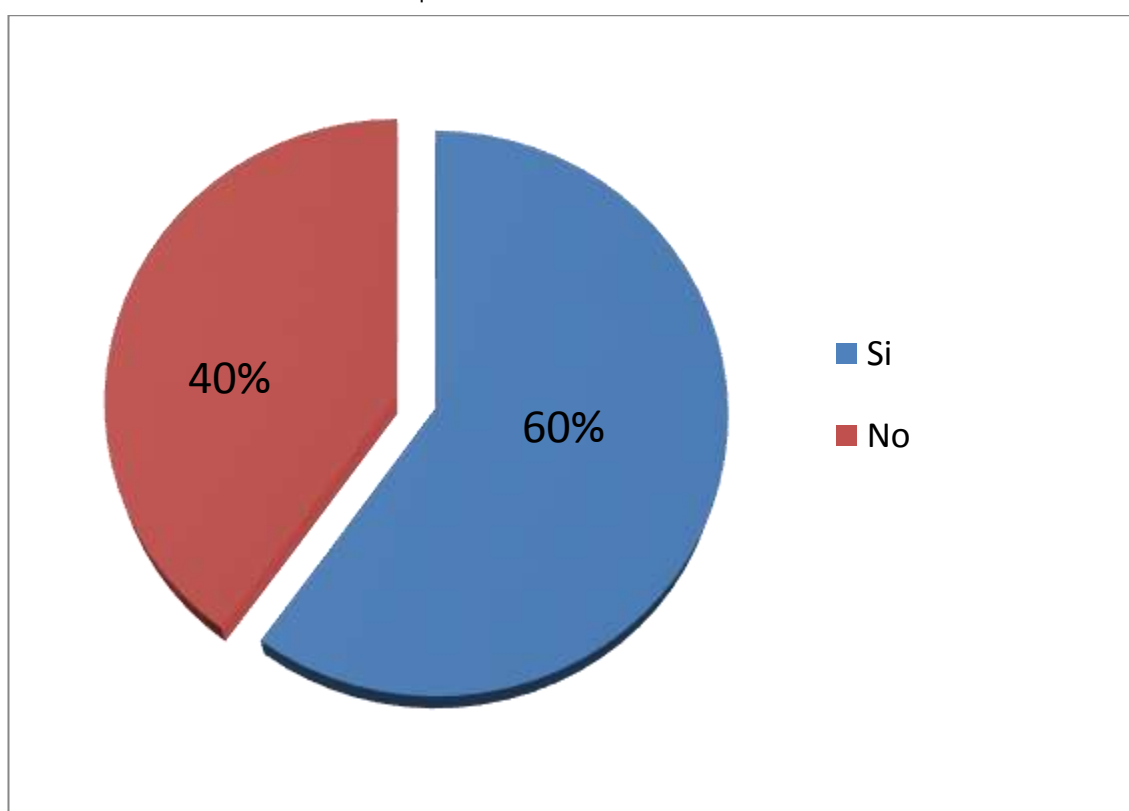
Pregunta 15.- ¿El mercado 22 de Agosto permitirá atraer una mayor inversión al cantón?

Cuadro 15. Mayor inversión exterior

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	242	60
No	158	40
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 15. Mayor inversión exterior

Análisis:

El cuadro y gráfica 15, señala que con la información anterior expresa que para el 60% de los encuestados la construcción del nuevo mercado si permitirá atraer mayor inversión exterior por la construcción del mercado 22 de agosto en el cantón El Empalme y el 40% expresaron que no

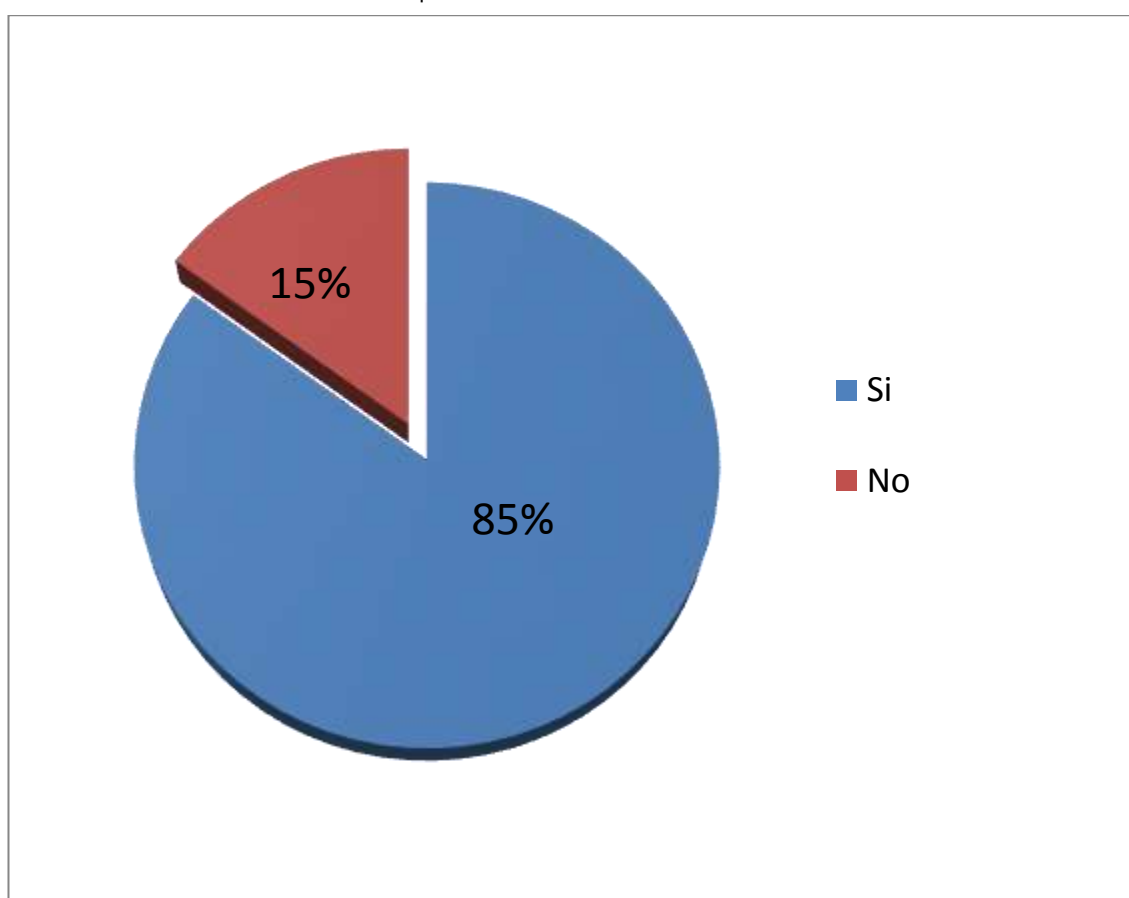
Pregunta 16.- ¿El mercado 22 de agosto permite organizar el comercio en el cantón en El Empalme?

Cuadro 16. Organizar el comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	340	85
No	60	15
TOTAL	400	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme



Gráfica 16. Organizar el comercio

Análisis:

El cuadro y gráfica 16, señala que el 85% de los encuestados manifestaron que si permitirá organizar el comercio en el cantón El Empalme por la construcción del mercado 22 de agosto y el 15% manifestó que no

4.1.2.2. Análisis de las encuestas a los comerciantes del cantón El Empalme

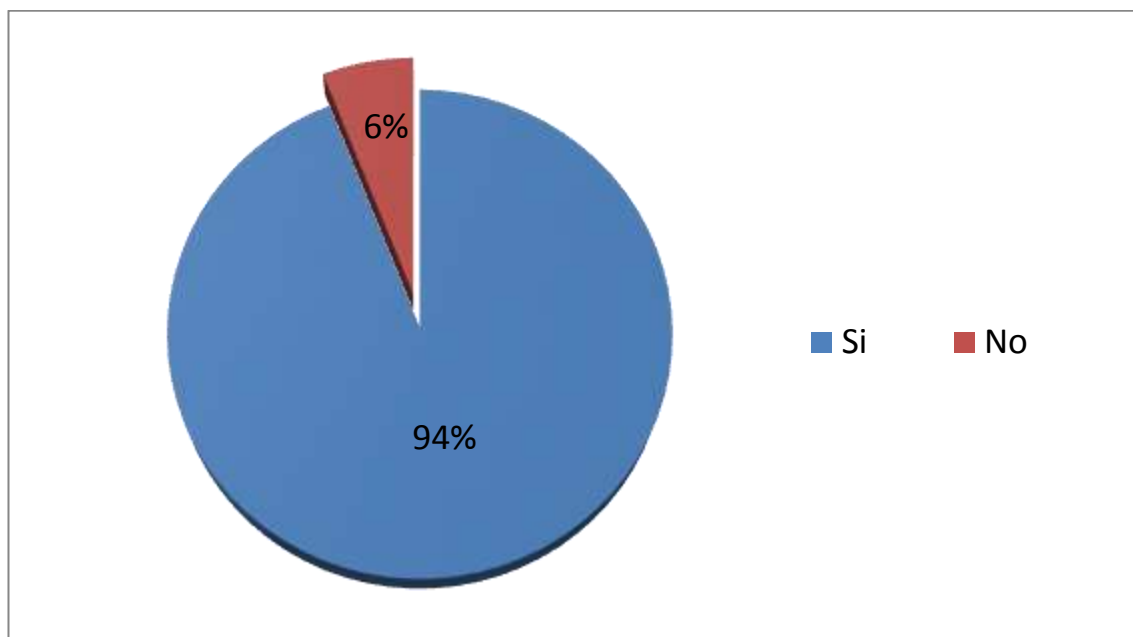
Pregunta 17.- ¿El mercado 22 de agosto impulsa el comercio del cantón El Empalme?

Cuadro 17. Impulso al comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	79	94
No	5	6
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 17. Impulso al comercio

Análisis:

El cuadro y gráfica 17, señala que el 94% de los comerciantes expresaron que con la construcción del mercado 22 de agosto si se impulsó el comercio en el cantón El Empalme y el 6% manifestaron que no

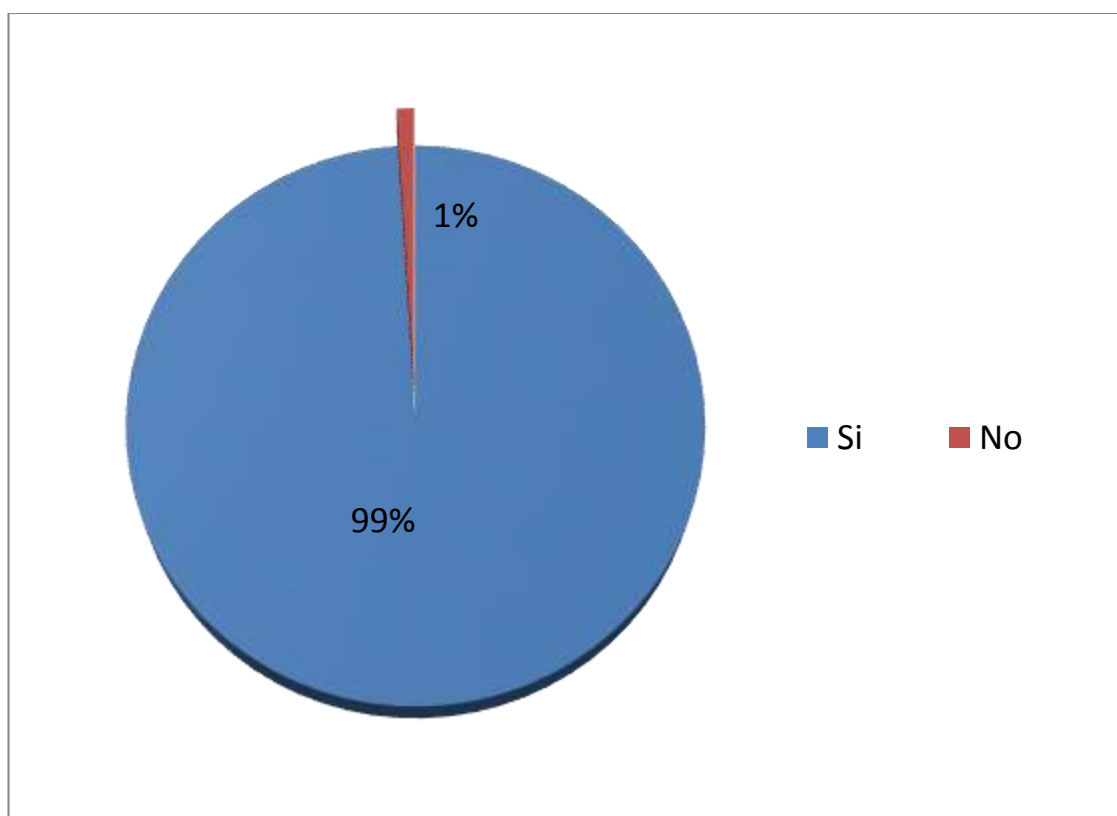
Pregunta 18.- ¿El mercado 22 de Agosto permite crear nuevas fuentes de trabajo en el cantón?

Cuadro 18. Nuevas fuentes de trabajo

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	83	99
No	1	1
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 18. Nuevas fuentes de trabajo

Análisis:

El cuadro y gráfica 18, señala que el 99% de los comerciantes expresaron que si se crear nuevas fuentes de trabajo por la construcción del mercado 22 de agosto y el 1% manifestaron que no

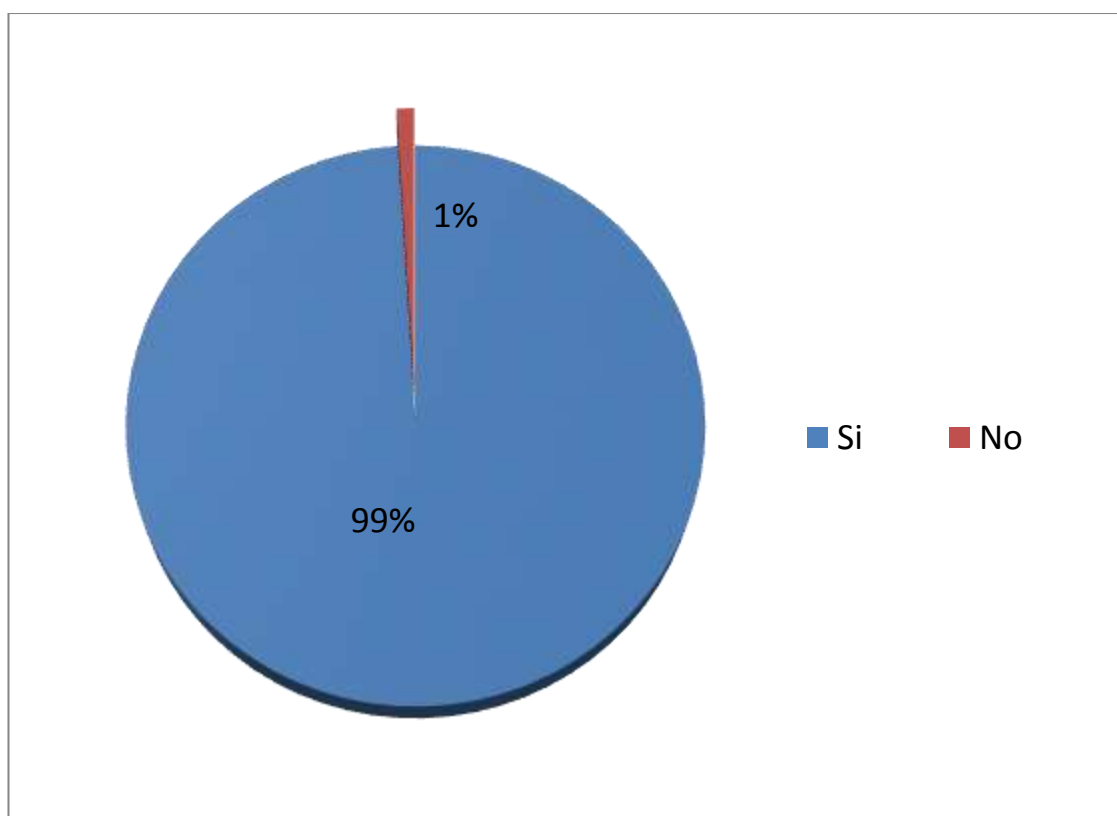
Pregunta 19.- ¿Usted cree que en el mercado 22 de agosto tiene más seguridad al realizar su actividad comercial?

Cuadro 19. Seguridad al realizar actividad comercial

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	83	99
No	1	1
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 19. Seguridad al realizar actividad comercial

Análisis:

El cuadro y gráfica 19, señala que el 99% de los comerciantes expresaron que si tiene mayor seguridad al realizar su actividad comercial en el mercado 22 de agosto y el 1% manifestaron que no

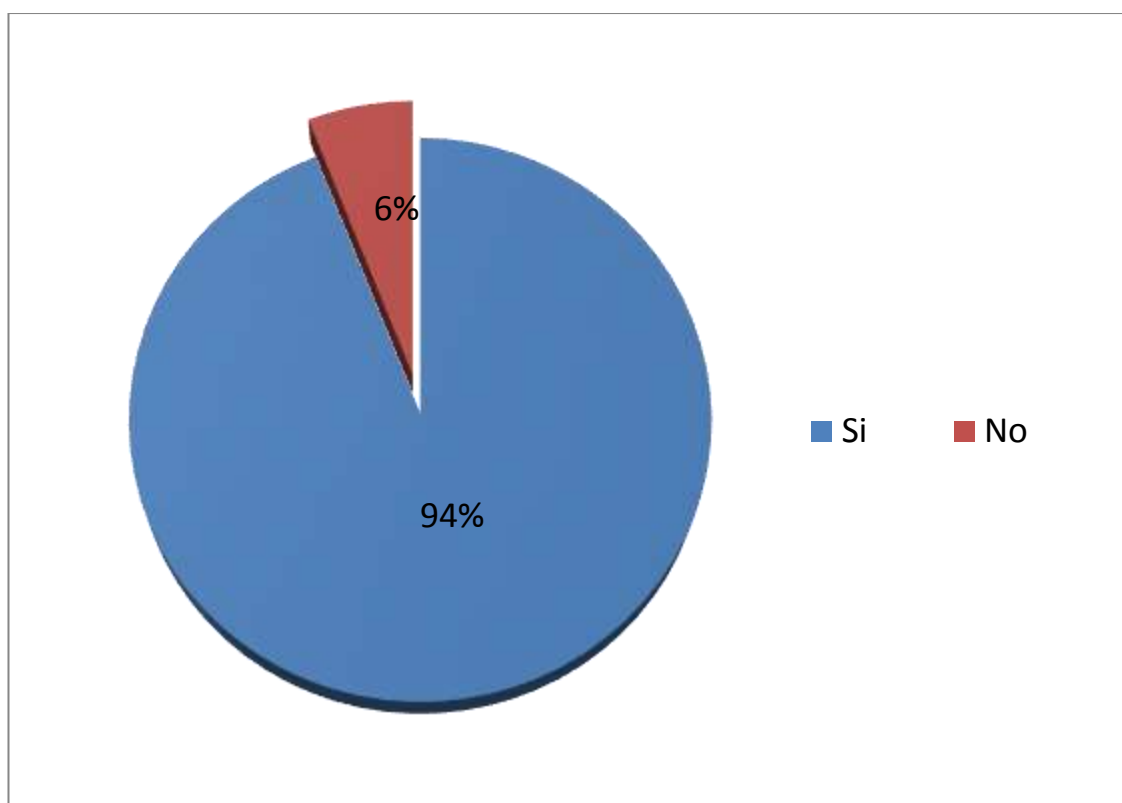
Pregunta 20.- ¿Se mejora las condiciones del comercio con el nuevo del mercado 22 de agosto?

Cuadro 20. Mejora en las condiciones del comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	79	94
No	5	8
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 20. Mejora en las condiciones del comercio

Análisis:

El cuadro y gráfica 20, señala que el 94% de los comerciantes expresaron que si mejoro el comercio en el cantón El Empalme por la construcción del mercado 22 de agosto y el 6% manifestaron que no

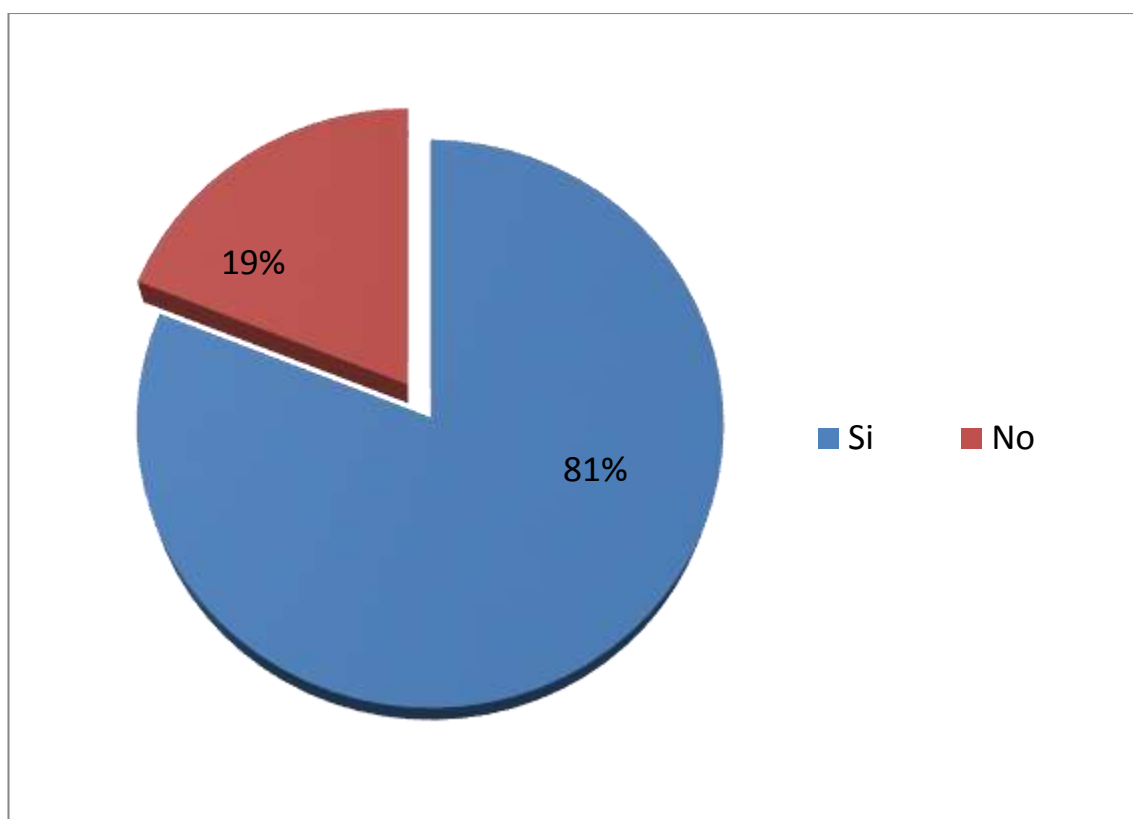
Pregunta 21.- ¿Usted cree que aumentara sus ingresos con el nuevo mercado 22 de Agosto en el cantón El Empalme?

Cuadro 21. Actividad desarrollada

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	68	81
No	16	19
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 21. Aumento de los ingresos

Análisis:

El cuadro y gráfica 21, señala que el 81% de los comerciantes expresaron que si aumentaron sus ingresos por la construcción del mercado 22 de agosto y el 27% manifestaron que no

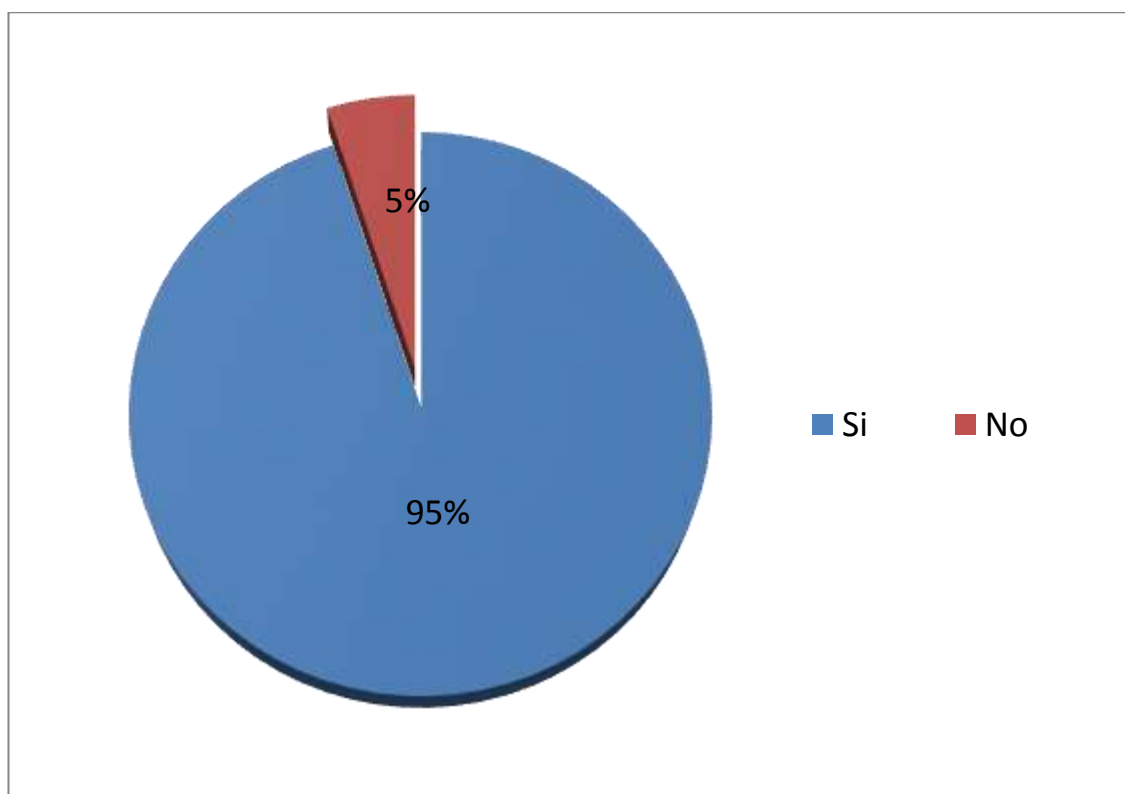
Pregunta 22.- ¿Está de acuerdo con la tarifa que se cobra por realizar su actividad comercial en el nuevo mercado 22 de Agosto en el cantón El Empalme?

Cuadro 22. Pago de tarifas

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	80	95
No	4	5
TOTAL	84	100%

Elaborado: Autor

Fuente: Encuesta comerciantes del cantón El Empalme



Gráfica 22. Pago de tarifas

Análisis:

El cuadro y gráfica 22, señala que el 95% de los comerciantes expresaron que si están de acuerdo con el pago de una tarifa por realizar su actividad comercial en el mercado 22 de agosto y el 5% manifestaron que no

4.1.3. Incidencia social del mercado 22 de Agosto del cantón El Empalme

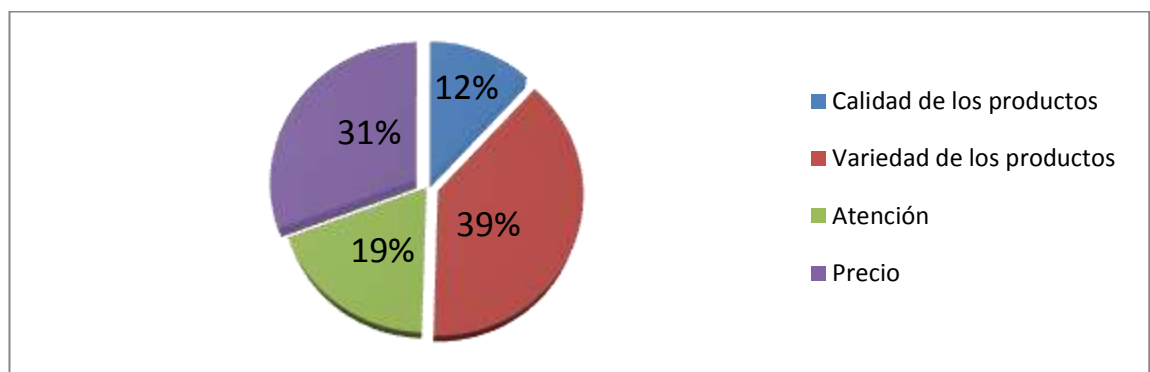
4.1.3.1. Análisis de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón El Empalme

Pregunta 23. ¿Cuándo acude a realizar sus compras en un mercado municipal la que característica usted le daría más importancia?

Cuadro 23. Característica más importante al momento de comprar

OPCIONES	RESPUESTA	%
Calidad de los productos	48	12
Variedad	157	39
Atención	74	19
Precio	124	31
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 23. Característica más importante al momento de comprar

Análisis:

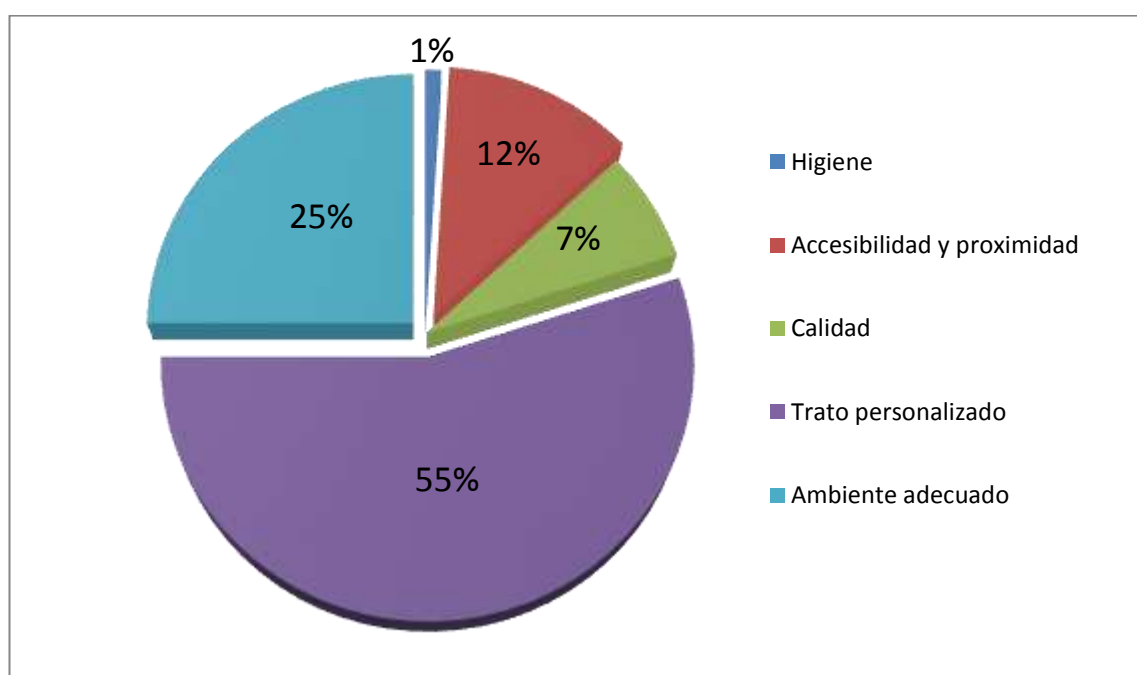
El cuadro y gráfica 23, muestra que la característica más importante al momento de realizar una compra en un mercado y el 39% expresaron que la variedad de los productos, el 31% señala que el precio, el 19% la atención y el 12% la calidad de los productos

Pregunta 24. Al mencionar mercado municipal ¿Cuáles de estas características le asociaría usted?

Cuadro 24. Características de los mercados municipales

OPCIONES	RESPUESTA	%
Higiene	9	2
Accesibilidad y proximidad	47	12
Calidad	27	7
Trato personalizado	210	55
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 24. Características de los mercados municipales

Análisis:

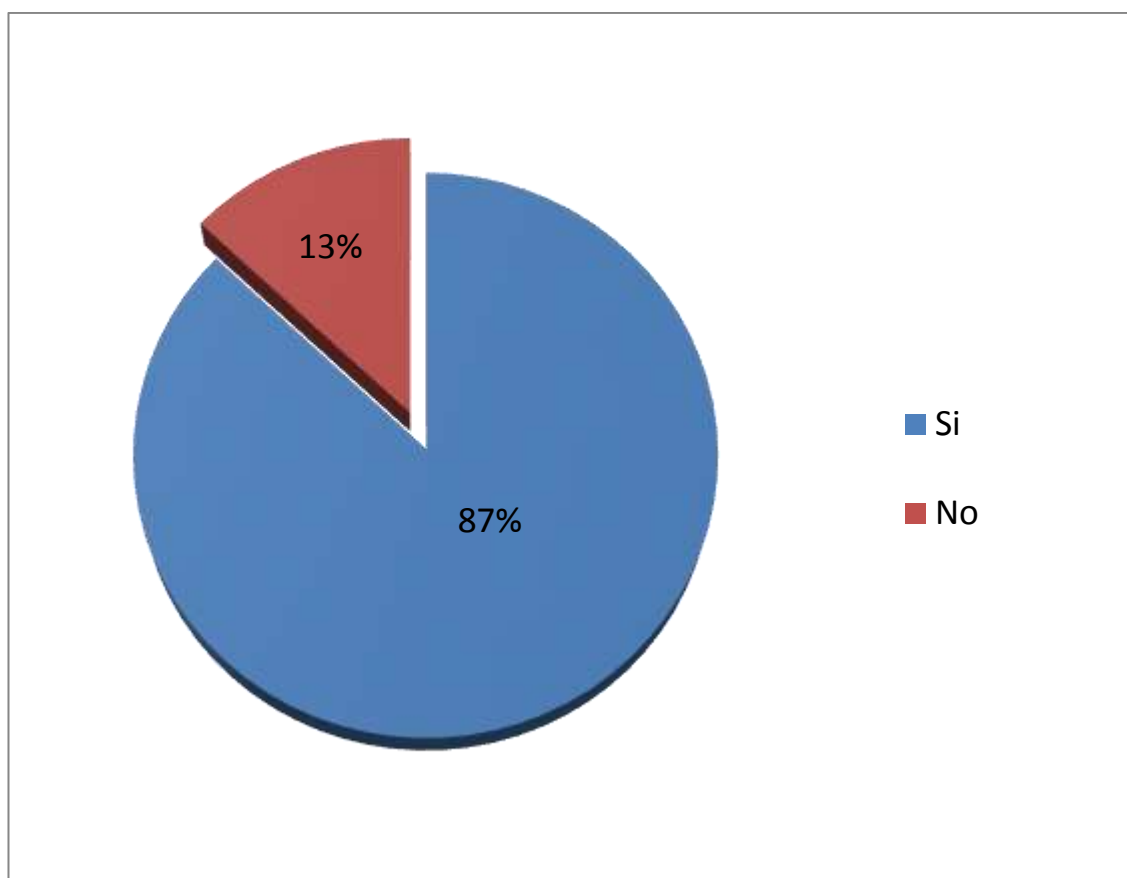
El cuadro y gráfica 24, señala que el 55% de los encuestados manifestaron que la característica más importante de un mercado municipal es el trato personalizado, el 25% que tiene un ambiente adecuado, el 12% la accesibilidad y proximidad, el 7% la calidad de los productos y el 1% la higiene

Pregunta 25. ¿Cree usted que en el cantón El Empalme que el mercado 22 de agosto presta un buen servicio?

Cuadro 25. Servicio nuevo mercado municipal

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	347	87
No	53	13
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 25. Servicio nuevo mercado municipal

Análisis:

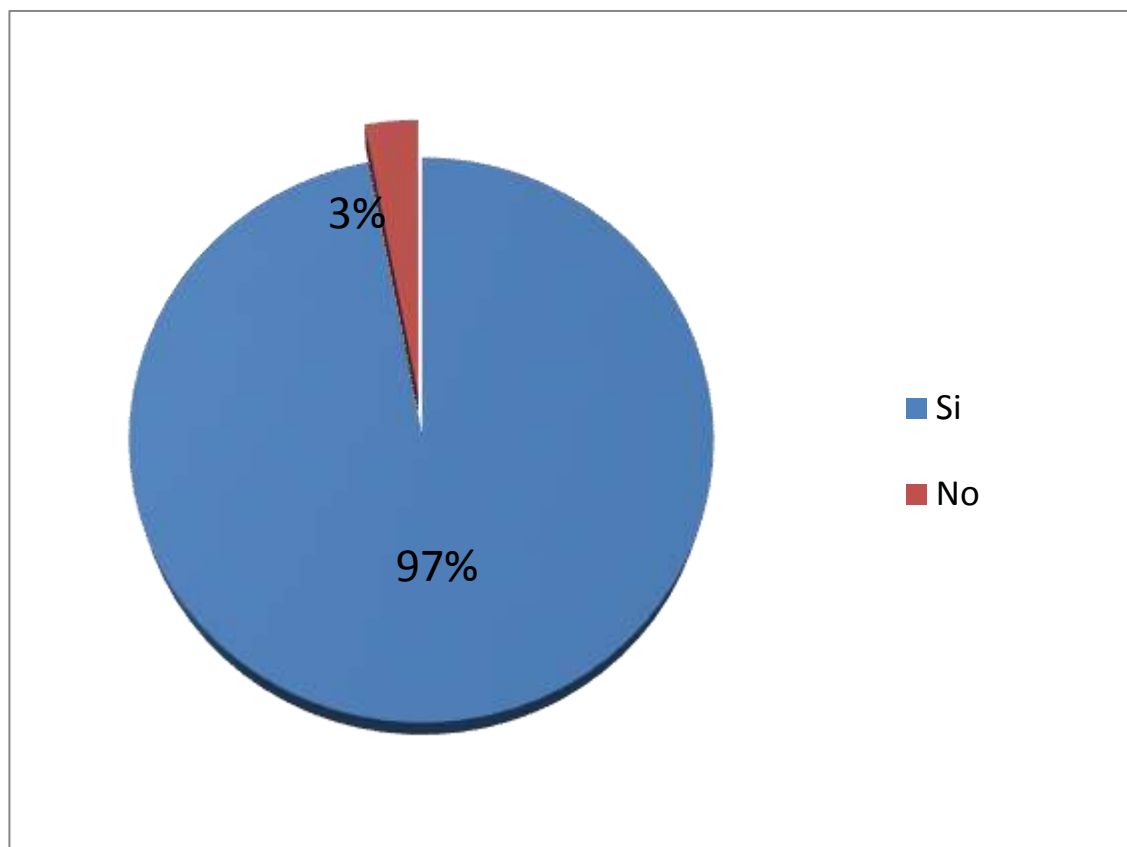
El cuadro y gráfica 25, señala que los habitantes encuestados manifestaron con el 87% que si es necesaria la construcción de un nuevo mercado municipal en el cantón El Empalme y el restante 13% expresaron que no lo es

Pregunta 26. ¿Usted ha escuchado sobre el nuevo mercado 22 de Agosto en el cantón?

Cuadro 26. Nuevo mercado 22 de agosto

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	387	97
No	13	3
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 26. Nuevo mercado 22 de agosto

Análisis:

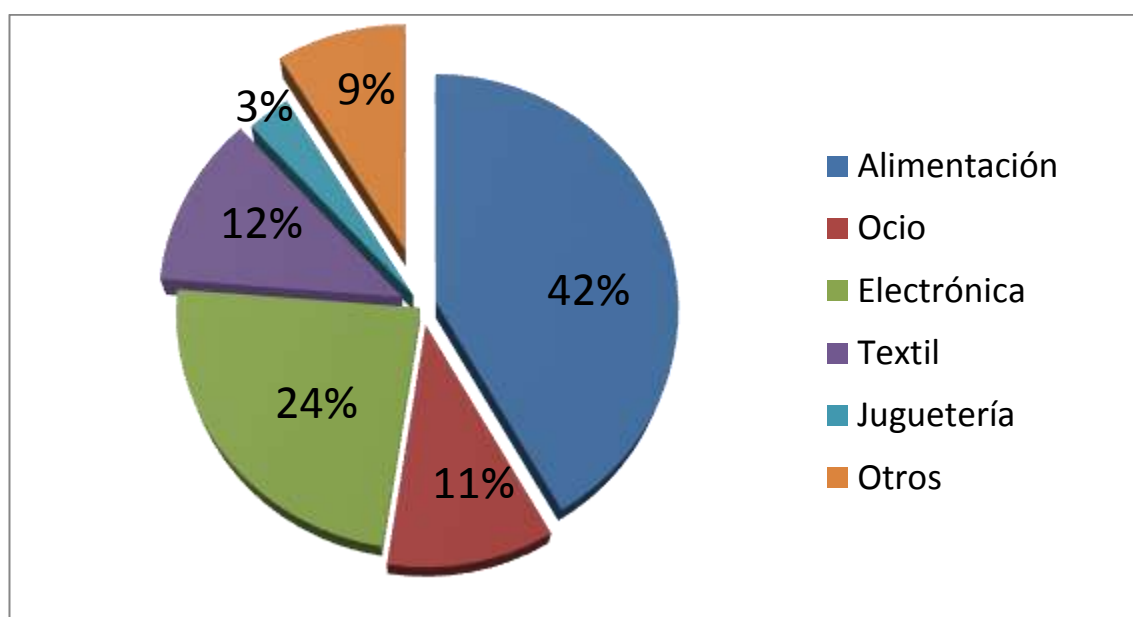
El cuadro y gráfica 26, señala que los habitantes encuestados manifestaron con el 97% que si han escuchado sobre la construcción del mercado 22 de agosto en el cantón El Empalme y el restante 3% expresaron que no

Pregunta 27. ¿Cuáles de estos productos desearía encontrarse en el mercado 22 de agosto?

Cuadro 27. Productos en el mercado 22 de agosto

OPCIONES	RESPUESTA	%
Alimentación	167	42
Electrónica	97	24
Textil	48	12
Juguetería	10	3
Ocio	43	11
Otros	35	9
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 27. Productos en el mercado 22 de agosto

Análisis:

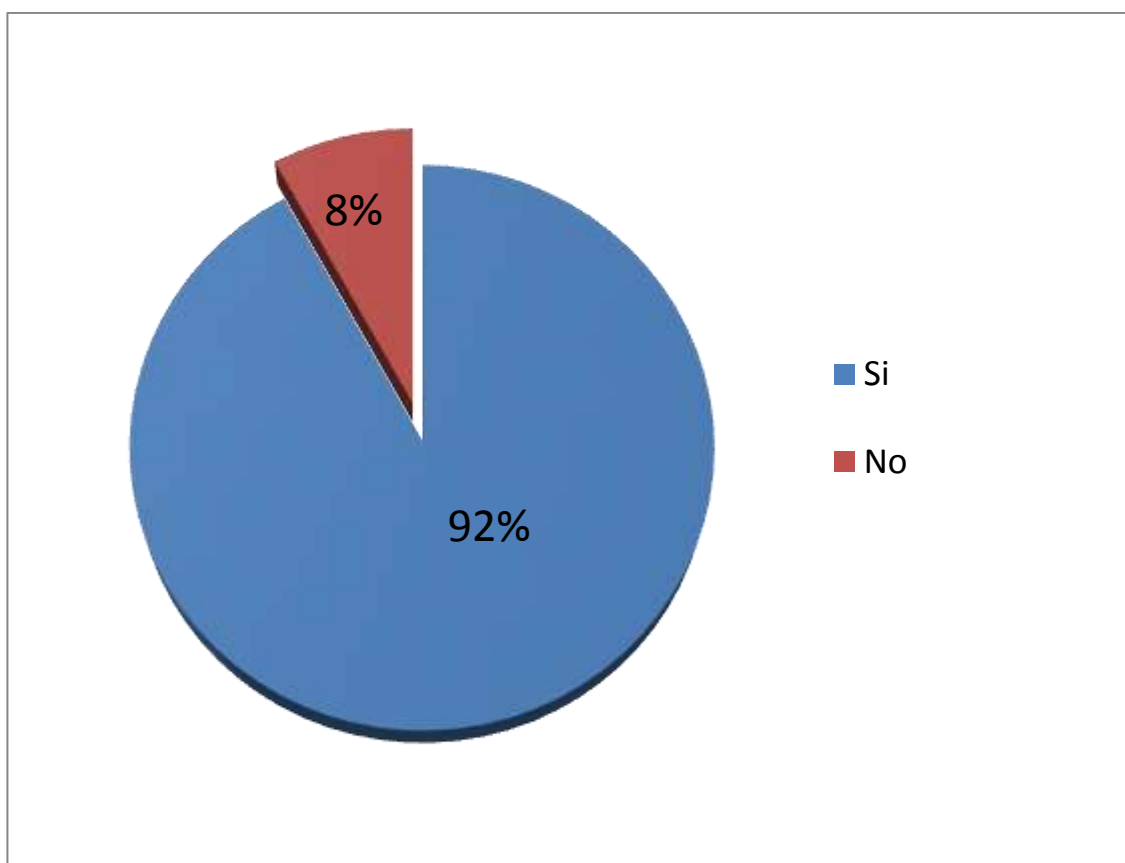
El cuadro y gráfica 27, señala que el 42% de los habitantes encuestados manifestaron que desearían encontrar en el mercado 22 de agosto más productos de alimentos, el 24% electrónicos, el 12% textil, el 11% ocio, el 9% otros tipos de productos y el 3% que haya juguetes

**Pregunta 28. ¿Ha mejorado las condiciones del comercio con el mercado
22 de agosto?**

Cuadro 28. Mejora del comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	367	92
No	33	8
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 28. Mejora del comercio

Análisis:

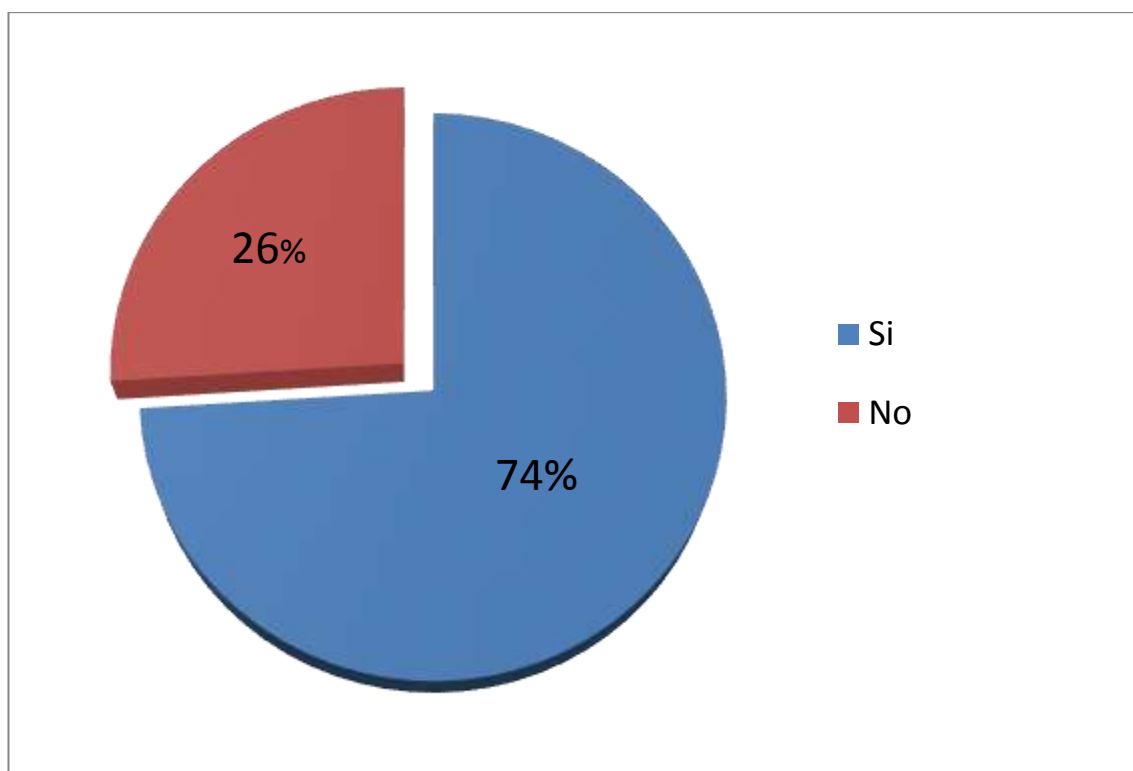
El cuadro y gráfica 28, señala que el 92% de los encuestados manifestaron que si mejorar el comercio en el cantón El Empalme por la construcción del mercado 22 de agosto y el 8% manifestó que no

Pregunta 29. ¿Usted cree el mercado 22 de Agosto influye en las características sociales de compra de los habitantes del cantón El Empalme?

Cuadro 29. Incidencia en las características sociales

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	297	74
No	103	26
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuesta al PEA del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 29. Incidencia en las características sociales

Análisis:

El cuadro y gráfica 29, señala que el 74% de los encuestados manifestaron que si incidirá en las características sociales de compra de los habitantes del cantón El Empalme por la construcción del mercado 22 de agosto y el 26% manifestó que no

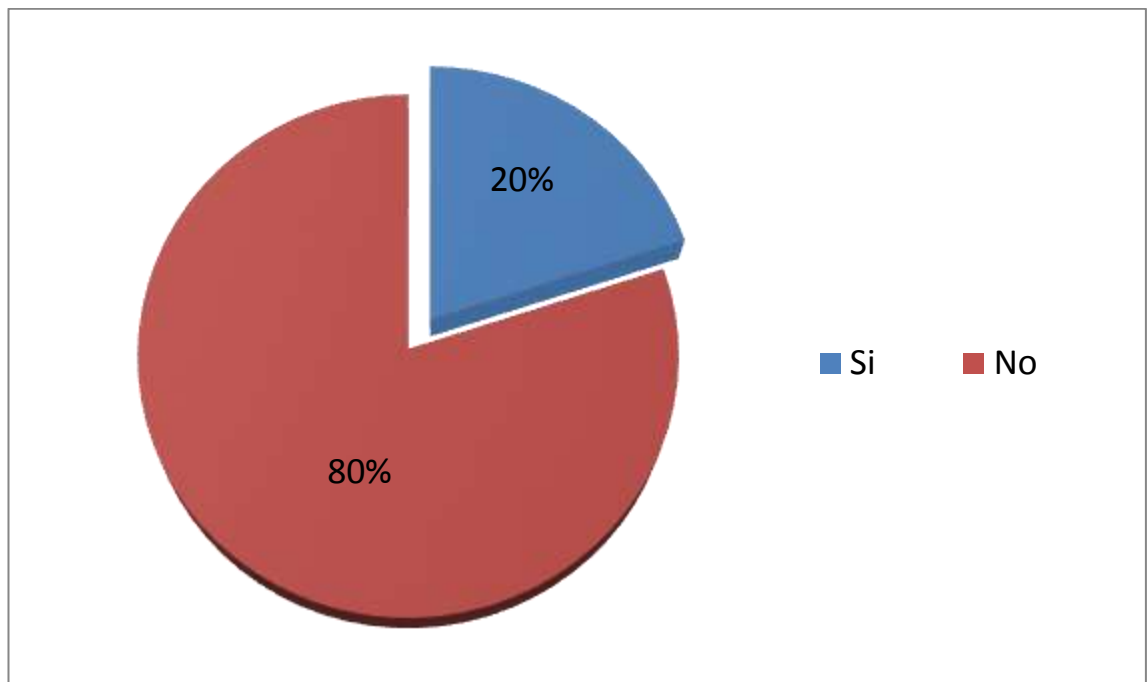
**4.1.3.2. Análisis de la encuesta realizadas a los comerciantes del mercado
22 de agosto del cantón El Empalme.**

Pregunta 30. ¿Usted cree que el comercio en el cantón El Empalme se encuentra ordenado?

Cuadro 30. Comercio en el cantón El Empalme ordenado

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	17	20
No	67	80
TOTAL	84	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 30. Comercio en el cantón El Empalme ordenado

Análisis:

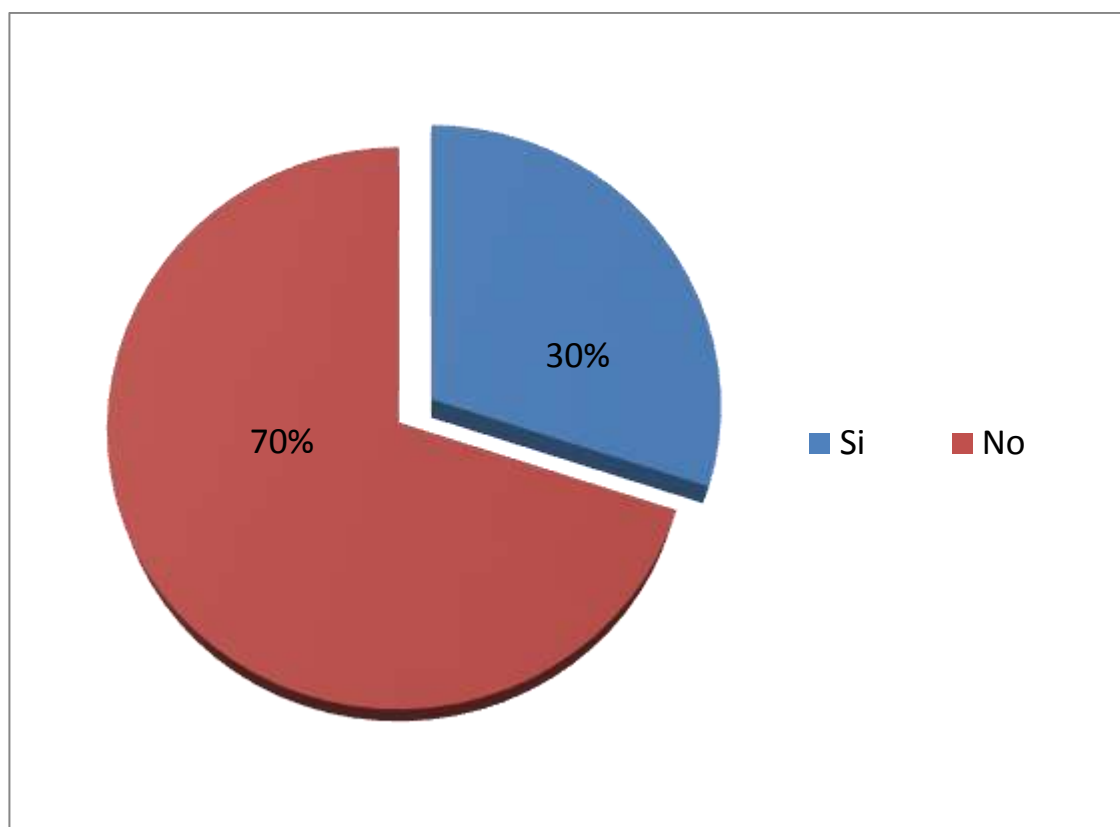
El cuadro y gráfica 30, señala que el 80% de los comerciantes manifestaron que el comercio del cantón El Empalme no se encuentra ordenado y el 20% expresaron lo contrario que si esta ordenado

Pregunta 31. ¿Actualmente el GADM del cantón El Empalme presta facilidades para desarrollar el comercio?

Cuadro 31. Facilidades del GADM del cantón El Empalme

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	28	30
No	59	70
TOTAL	84	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 31. Facilidades del GADM del cantón El Empalme

Análisis:

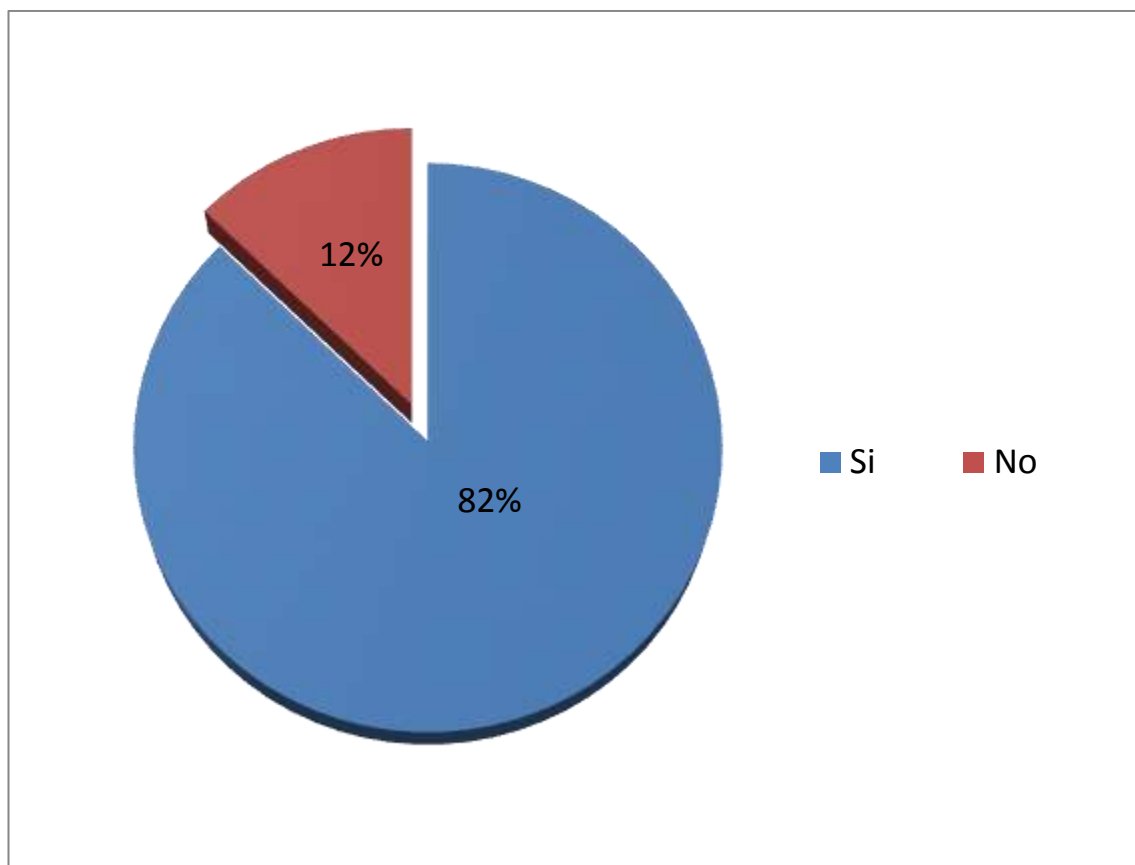
El cuadro y gráfica 31, señala que el 70% de los comerciantes del mercado 22 de agosto manifestaron que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón El Empalme que no prestan facilidades para desarrollar la actividad comercial en cambio el 30% manifestaron que si

Pregunta 32. ¿Usted cree que el cantón El Empalme cuenta con suficiente espacio para realizar su actividad comercial?

Cuadro 32. Espacio suficiente para el comercio

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	74	82
No	10	12
TOTAL	84	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 32. Espacio suficiente para el comercio

Análisis:

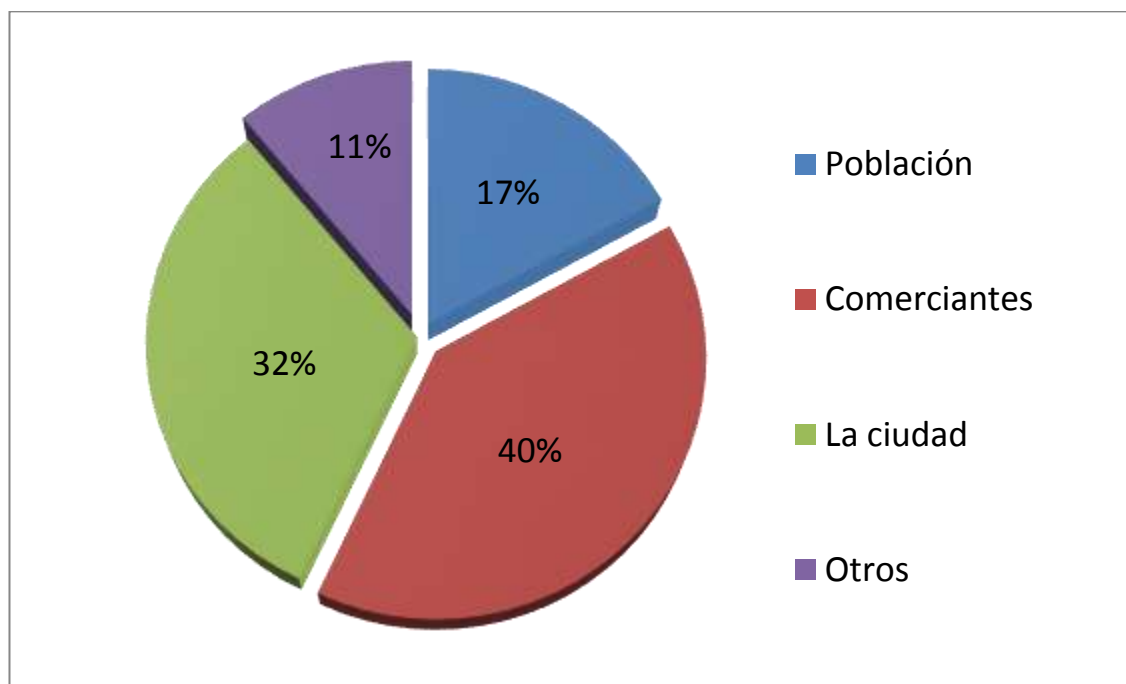
El cuadro y gráfica 32, señala que el 82% de los comerciantes manifestaron que en el cantón El Empalme si cuenta con espacios suficientes para realizar la actividad comercial y el 12% expresaron que lo cuenta

Pregunta 33. ¿Quiénes son los beneficiarios del nuevo mercado 22 de Agosto?

Cuadro 33. Beneficiarios nuevo mercado 22 de Agosto

OPCIONES	RESPUESTA	%
Población	14	17
Comerciantes	34	40
La ciudad	27	32
Otros	9	11
TOTAL	84	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 33. Beneficiarios nuevo mercado 22 de Agosto

Análisis:

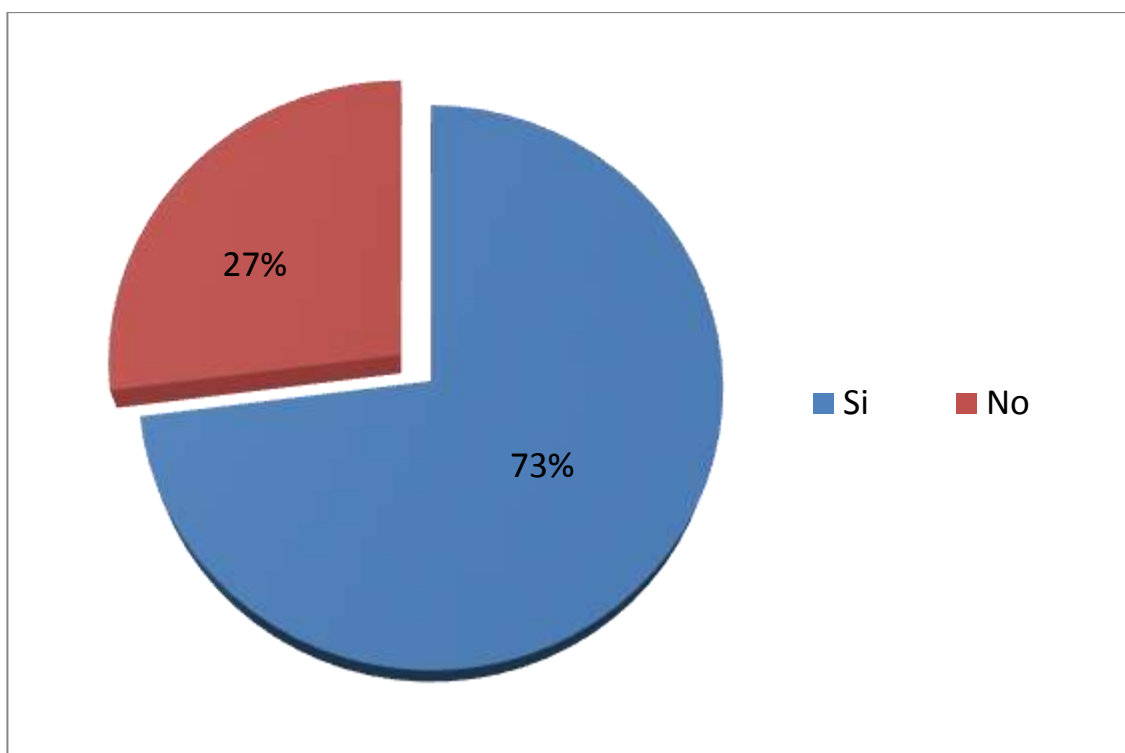
El cuadro y gráfica 33, señala que el 40% de los comerciantes expresaron que el mayor beneficiario por la construcción del mercado 22 de agosto son los comerciantes, el 32% expresaron que la ciudad, el 17% la población y el 11% otras personas

Pregunta 34. ¿Usted cree el mercado 22 de Agosto influye en las características sociales de compra de los habitantes del cantón El Empalme?

Cuadro 34. Características sociales de los habitantes

OPCIONES	RESPUESTA	%
Si	61	73
No	23	27
TOTAL	84	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cantón El Empalme
Elaborado por: Autor



Gráfica 34. Características sociales de los habitantes

Análisis:

El cuadro y gráfica 34, señala que el 73% de los comerciantes expresaron que si influyo en las características sociales de compras en los habitantes la construcción del mercado 22 de agosto y el 27% manifestaron que no

4.2. DISCUSIÓN

Los habitantes y los comerciantes del nuevo mercado 22 de Agosto del Cantón El Empalme poseen un ingreso mensual mayor de los \$ 500.00 dólares lo que les permite cubrir sus necesidades básicas y mantener una condición económica normal dentro del cantón por lo que aceptamos la hipótesis número uno. “ La composición económica y social de los comerciantes permite saber cuál es su nivel de vida en el cantón El Empalme”.

Las encuestas realizadas a los habitantes del cantón El Empalme nos dice que el 89 % de las personas manifestaron en el cuadro 11 y 12 que con la construcción del mercado 22 de Agosto se impulsa el comercio y genera nuevas fuentes de trabajo, en el cuadro 13 el 89% de los habitantes expresaron que el mercado impulsa el desarrollo micro empresarial y a su vez los comerciantes dijeron en el cuadro 19 el 99% opinaron que la construcción del mercado abrieron nuevas plazas de trabajo, lo que concuerda con Rojas (2008). Que las condiciones sociales están formadas por sus condiciones de vida y de trabajo, los estudios que han cursado, su nivel de ingresos y la comunidad de la que forma parte, con esto aceptamos la hipótesis dos. La implementación del mercado 22 de Agosto contribuye a mejorar la economía del cantón El Empalme.

Los resultados de las encuestas de los habitantes y comerciantes del cantón El Empalme en el cuadro 35 el 73% de los habitantes expresaron que la construcción del mercado 22 de Agosto incide en las características sociales de compra de las personas, con lo que aceptamos la hipótesis tres. La implementación del mercado 22 de Agosto favorece la calidad de vida de los habitantes del cantón El Empalme.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Mediante las encuesta a los habitantes y los comerciantes del cantón El Empalme el 2012 se pudo determinar que los habitantes con un 68% poseen un ingreso mensual de \$ 500.00 a 700.00 y con el 48% los comerciantes de \$ 700.00 a \$ 1.000,00 dólares y el 42% de los habitantes concurren frecuentemente hacer sus compras en las tiendas de esquina.
- El 89% de los habitantes del cantón El Empalme expresaron que el nuevo mercado 22 de Agosto aportaría al desarrollo micro-empresarial con ello creando nuevas fuentes de trabajo. También permite el desarrollo de nuevas actividades económicas expresaron el 83% de los habitantes encuestados.
- Los aspectos sociales han sido influenciado porque el 73% de los comerciantes expresaron que el nuevo mercado 22 de Agosto influye en las características sociales de compra de los habitantes. Además el 94% de los comerciantes expresaron que mejoro las condiciones del comercio ya que mejoró la higiene, el confort y el ordenamiento, permitiéndole a la población adquirir en un solo lugar lo que buscan a un menor precio.

5.2. RECOMENDACIONES

- Brindarle a los comerciantes del cantón el Empalme capacitaciones, talleres y seminarios sobre administración, ventas, servicios al clientes, tributación y etc., con ello puedan manejar con eficiencia sus negocios.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón El Empalme debe seguir impulsado inversiones que mejoren las condiciones económicas de los comerciantes, como incentivo sería bajar sus impuestos en los establecimientos del mercado 22 de Agosto y así permitir mejorar el comercio.
- Las autoridades municipales deben realizar controles dentro del nuevo mercado 22 de Agosto para no permitir especulaciones y además de realizar mantenimiento a los establecimientos del mismo dando así un lugar higiénicamente acto para la comercialización de productos de primera necesidad.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. LITERATURA CITADA

Adell, R. (2011). *Aprender marketing*. Barcelona - España: Ediciones paidos ibéricos.

Díaz, J. (2011). *Macroeconomía. primeros conceptos*. Barcelona: Antoni bosch editor S.A.

Dwyer, T. (2014). *Definición de precios*.

IICA. (16 de Enero de 2011). *La empresa andina y la exportación. Guía práctica para el uso de las organizaciones económicas de productores y agroindustriales rurales*. Lima - Peru.

Kotler, N. (2010). *Dirección de marketing*. México: Mc Graw Hill.

Michael, R., & Ronkainen, I. (2010). *Marketing internacional (octava edición)*. México: Cengage Learning editores.

Nuñez, R. (2013). *Canales de comercialización*. Barcelona.

Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2010). *El marketing y el consumidor*. México.

ruíz, W. (2013). *Canales de comercialziación*. México.

Serrano, F. (2012). *Gestión, dirección y estrategia de prodcutos (primera edición)*. Madrid - España: Ediones hispanoamerica.

Soto, P. (2011). *Metodología de apoyo a canales*. Barcelona.

Spencer, & M. (2011). *Economía contemporánea*. Barcelona: Editorial REVERTE S.A.

Sulser, R., & Pedrozo, J. (2014). *Exportaciones efectiva. reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. México.

LINKOGRAFÍA

Hill, M. G. (21 de Agosto de 2010). *Mc Graw Hill*. Obtenido de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448169298.pdf>

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los habitantes del cantón El Empalme



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA ECONOMÍA

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

1. ¿Qué actividad usted realiza?

- Comerciante ()
- Artesano ()
- Industria ()
- Servicios ()

2. ¿Cuál es su ingreso mensual?

- De 1 a 250 ()
- 251 a 500 ()
- 501 a 700 ()
- 700 a 1000 ()
- Más de 1001 ()

3. ¿Usted reside en el cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

4. ¿Dónde suele realizar usualmente las compras del hogar?

- Supermercados ()
- Comerciales ()
- Mercados ()
- Tiendas de esquina ()
- Otros ()

5. ¿Ha realizado en los últimos 6 meses alguna compra en un mercado municipal?

- Si ()
- No ()

6. ¿Cuándo acudió a realizar sus compras en un mercado municipal, valore cual es la importancia que da usted a las siguientes características?

Calidad del producto

- Muy importante ()
- Importante ()
- Indiferente ()
- Poco importante ()

7. ¿Variedad de productos?

- Muy importante ()
- Importante ()
- Indiferente ()
- Poco importante ()

8. ¿Precio?

- Muy importante ()
- Importante ()
- Indiferente ()
- Poco importante ()

9. ¿Atención al cliente?

- Muy importante ()
- Importante ()
- Indiferente ()
- Poco importante ()

10. Si le menciono mercado municipal ¿Cuáles de estas características le asociaría usted?

- Buen precio ()
- Accesibilidad y proximidad ()
- Calidad ()
- Trato personalizado ()
- Promociones ()

11. ¿Cree usted que en el cantón El Empalme que el mercado 22 de agosto presta un buen servicio?

- Si ()
- No ()

12. ¿Usted ha escuchado sobre el nuevo mercado 22 de Agosto en el cantón?

- Si ()
- No ()

13. ¿Cuáles de estos productos usted encuentra en el mercado 22 de Agosto?

- Alimentación ()
- Ocio ()
- Electrónica ()
- Textil ()
- Juguetería ()
- Otros ()

14. ¿Quién son los beneficiarios del nuevo mercado 22 de Agosto?

- Población ()
- Empresarios ()
- La ciudad ()
- Otros ()

15. ¿El nuevo mercado 22 de agosto impulsa el comercio del cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

16. ¿El mercado 22 de Agosto permite crear nuevas fuentes de trabajo en el cantón?

- Si ()
- No ()

17. ¿El mercado 22 de Agosto aporta al desarrollo micro – empresarial del cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

18. ¿El nuevo mercado 22 de Agosto ha desarrollado nuevas actividades económicas en la zona de construcción?

- Si ()
- No ()

19. ¿El mercado 22 de Agosto permitirá atraer una mayor inversión al cantón?

- Si ()
- No ()

20. ¿Quién cree usted que ha mejorado su situación económica por el nuevo mercado 22 de Agosto?

- Población ()
- Comerciantes ()

21. ¿Usted cree que en el nuevo mercado 22 de agosto hay más seguridad en realizar sus compras?

- Si ()
- No ()

22. ¿El mercado 22 de agosto permite organizar el comercio en el cantón en El Empalme?

- Si ()
- No ()

23. ¿Ha mejorado las condiciones del comercio con el mercado 22 de agosto?

- Si ()
- No ()

24. ¿Usted cree el mercado 22 de Agosto influye en las características sociales de compra de los habitantes del cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

Anexo 2. Encuesta dirigida a los comerciantes del cantón El Empalme



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA ECONOMÍA

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

1. ¿Hace cuanto usted se dedica a la actividad de comerciante?

- 1 a 3 años ()
- 3 a 6 años ()
- 6 a 9 años ()
- Más de 10 años ()

2. ¿Cuál es su ingreso mensual actual?

- De 1 a 250 ()
- 251 a 500 ()
- 501 a 700 ()
- 700 a 1000 ()
- Más de 1001 ()

3. ¿Su único ingreso se lo genera por el comercio?

- Si ()
- No ()

4. ¿Cuántas personas de su familia se dedican al comercio?

- 1 a 3 ()
- 3 a 6 ()
- 6 a 9 ()
- Más de 10 personas ()

5. ¿De las siguientes alternativas señale como realiza su actividad comercial?

- Bahía ()
- Ambulante ()
- Ferias ()
- Puesto fijo ()

6. ¿Usted cree que el comercio en el cantón El Empalme se encuentra ordenado?

- Si ()
- No ()

7. ¿Actualmente el GADM del cantón El Empalme presta facilidades para el comercio?

- Si ()
- No ()

8. ¿Usted cree que el cantón El Empalme cuenta con suficiente espacio para realizar su actividad comercial?

- Si ()
- No ()

9. ¿Cuáles de estos productos usted vende en su actividad comercial?

- Alimentación ()
- Ocio ()
- Electrónica ()
- Textil ()
- Juguetería ()
- Otros ()

10. ¿Estaría de acuerdo con trasladarse a un mercado municipal si hay la oportunidad?

- Si ()
- No ()

11. ¿Quién son los beneficiarios del nuevo mercado 22 de Agosto?

- Población ()
- Comerciantes ()
- La ciudad ()
- Otros ()

12. ¿El mercado 22 de agosto impulsa el comercio del cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

13. ¿El mercado 22 de Agosto permite crear nuevas fuentes de trabajo en el cantón?

- Si ()
- No ()

14. ¿Usted cree que el mercado 22 de Agosto permite desarrollar nuevas actividades económicas en la zona de construcción?

- Si ()
- No ()

15. ¿Usted cree que en el mercado 22 de agosto tiene más seguridad al realizar su actividad comercial?

- Si ()
- No ()

16. ¿El mercado 22 de agosto permite organizar el comercio en el cantón en El Empalme?

- Si ()
- No ()

17. ¿Se mejora las condiciones del comercio con el nuevo del mercado 22 de agosto?

- Si ()
- No ()

18. ¿Usted cree que el nuevo mercado 22 de Agosto influye en las características sociales de compra de los habitantes del cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

19. ¿Usted cree que aumentara sus ingresos con el nuevo mercado 22 de Agosto en el cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

20. ¿Está de acuerdo con la tarifa que se cobra por realizar su actividad comercial en el nuevo mercado 22 de Agosto en el cantón El Empalme?

- Si ()
- No ()

ANEXO 3. FOTOS





UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMIA

Para: **Lcdo. Edgar Pastrano, MSc**- Decano de Facultad de Ciencias Empresariales

De: Econ. Nivaldo A. Vera Valdiviezo, MBA

Asunto: Informe de Dirección de Proyecto de Investigación

Fecha: 08/07/2015

Adjunto a la presente sírvase encontrar el documento final del Urkund del Proyecto e Investigación titulado. INCIDENCIA ECONÓMICA SOCIAL EN LOS HABITANTES Y COMERCIANTES BENEFICIARIOS CON LA CREACIÓN DEL NUEVO MERCADO 22 DE AGOSTO DEL CANTÓN EL EMPALME. AÑO 2014, elaborado por el Sr. ALVARADO CEDEÑO ALINSON LEONEL, previo a la obtención del Título de ECONOMISTA, que fue elaborado bajo mi dirección y en el mismo se incluye el informe del Sistema anti plagio Urkund, el mismo que avala los niveles de originalidad en un 92 %, y de copia 8% del trabajo investigado.

URKUND

Document [LEONEL ALVARADO OK.pdf](#) (D14944975)

Submitted 2015-07-08 16:25 (-05:00)

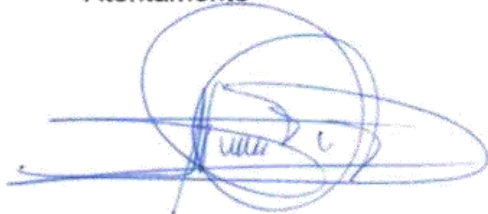
Submitted by alinsonalvarado@hotmail.es

Receiver nvera.uteq@analysis.arkund.com

Message TESIS LEONEL ALVARADO [Show full message](#)

8% of this approx. 21 pages long document consists of text present in 6 sources.

Atentamente



Econ. Nivaldo A. Vera Valdiviezo, MBA

Director de Tesis