



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA ECONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL
COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN
MILAGRO, ECUADOR 2023**

TUTOR

Ph.D. JOSÉ LUIS FÉREZ VERGARA

AUTOR

GÉNESIS CAROLINA BAJAÑA JIMÉNEZ

GUAYAQUIL

2023

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023

AUTOR/ES:

Bajaña Jiménez Génesis
Carolina.

TUTOR:

Ph.D. JOSÉ LUIS FÉREZ VERGARA

INSTITUCIÓN:

**Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil**

Grado obtenido:

Economista

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y
DERECHO

CARRERA:

ECONOMÍA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2023

N. DE PÁGS:

116

ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y de Comportamiento

PALABRAS CLAVE: Comercio, Condición social, Análisis costes-beneficio, Condiciones económicas, Mercado

RESUMEN:

Esta investigación científica contiene un análisis pormenorizado de la situación socio-económica del Comercio Formal del Mercado Colón de la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas. El Objetivo principal de este estudio consistió en diagnosticar la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colón perteneciente al Cantón Milagro, mediante la elaboración de un diagnóstico socio-económico que permitió evaluar su comportamiento. La metodología utilizada durante el desarrollo de la investigación fue de enfoque mixto (cualitativo – cuantitativo), con un tipo de investigación con alcance descriptivo, los métodos inductivo - deductivo y estadístico sirvieron para el análisis e interpretación de los resultados, logrando establecer en cantidad y cualidad la interpretación de datos obtenidos de encuesta y entrevistas. Del análisis de resultados se determinó la situación socio-económica de los propietarios de negocios de los locales del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro; a través de las encuestas y de las entrevistas. La información más relevante obtenida fueron los datos sociales, económicos y financieros, especialmente los referentes a educación, estatus social, antigüedad en el negocio, datos financieros relacionados con ingresos y egresos, y demás información de carácter social, económica y financiera. Además, la ausencia de no contar con un seguro social o médico, y la falta de niveles de estudios, entre otros aspectos relevantes. Conclusiones: Este trabajo permitió, establecer la

situación socio-económica de los comerciantes del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro; determinar mediante una Matriz FODA las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas resultantes de este estudio, así como sus conclusiones y recomendaciones.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Mgtr. ROSA SUSANA SALINAS HEREDIA Ph.D. JOSÉ LUIS FÉREZ VERGARA	Teléfono: #0993062429 #0984539528	E-mail: rsalinash@ulvr.edu.ec jferezv@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mgtr. DIANA ALMEIDA AGUILERA Teléfono: (04) 2596500 Ext. 250 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec Mgtr. ROSA SUSANA SALINAS HEREDIA Teléfono: (04) 2596500 Ext. 226 E-mail: rsalinash@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Diagnóstico Socioeconómico post COVID-19 del Comercio formal del Mercado Colón, Cantón Milagro, Ecuador 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

8 %	8 %	1 %	1 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

5%

★ docplayer.es

Fuente de Internet

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%



Ph.D. José Luis Férrez V

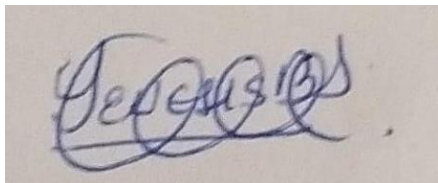
Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado GÉNESIS CAROLINA BAJAÑA JIMÉNEZ, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, **DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023**, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored surface. The signature is cursive and appears to read 'Génesis Bajaaná Jiménez'.

GÉNESIS CAROLINA BAJAÑA JIMÉNEZ

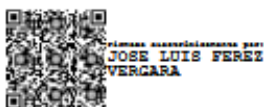
C.I. 0928425230

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación **DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: **DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023**, presentado por el estudiante GÉNESIS CAROLINA BAJAÑA JIMÉNEZ como requisito previo, para optar al Título de ECONOMISTA, encontrándose apto para su sustentación.



Ph.D. José Luis Férrez Vergara

C.C. 0920335122

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento principal es a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza y sabiduría necesaria para seguir adelante.

A mi familia por su estímulo constante y apoyo incondicional a lo largo de mi carrera.

Y a todas las personas que de una u otra forma me apoyaron en la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

A mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimiento, hábitos y valores lo cual me han ayudado a seguir adelante en momentos difíciles, sin duda alguna mi pilar fundamental y mi apoyo en todo momento.

Y de manera especial a mis hijas Zoé y Neylan quienes son el motivo principal para poder alcanzar este logro para ser ejemplo de superación y constancia para mis hijas y para la sociedad.

RESUMEN

Esta investigación científica contiene un análisis pormenorizado de la situación socio-económica del Comercio Formal del Mercado Colón de la ciudad de Milagro, Provincia del Guayas. El Objetivo principal de este estudio consistió en diagnosticar la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colón perteneciente al Cantón Milagro, mediante la elaboración de un diagnóstico socio-económico que permitió evaluar su comportamiento. La metodología utilizada durante el desarrollo de la investigación fue de enfoque mixto (cualitativo – cuantitativo), con un tipo de investigación con alcance descriptivo, los métodos inductivo - deductivo y estadístico sirvieron para el análisis e interpretación de los resultados, logrando establecer en cantidad y cualidad la interpretación de datos obtenidos de encuesta y entrevistas. Del análisis de resultados se determinó la situación socio-económica de los propietarios de negocios de los locales del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro; a través de las encuestas y de las entrevistas. La información más relevante obtenida fueron los datos sociales, económicos y financieros, especialmente los referentes a educación, estatus social, antigüedad en el negocio, datos financieros relacionados con ingresos y egresos, y demás información de carácter social, económica y financiera. Además, la ausencia de no contar con un seguro social o médico, y la falta de niveles de estudios, entre otros aspectos relevantes. Conclusiones: Este trabajo permitió, establecer la situación socio-económica de los comerciantes del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro; determinar mediante una Matriz FODA las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas resultantes de este estudio, así como sus conclusiones y recomendaciones.

Palabras Claves: Comercio, Condición social, Análisis costes-beneficio, Condiciones económicas, Mercado.

ABSTRACT

His scientific research contains a detailed analysis of the socio-economic situation of the Formal Trade of the Mercado Colón in the city of Milagro, Province of Guayas. The main objective of this study consisted in diagnosing the post-COVID-19 socio-economic situation in the formal commerce of the Mercado Colón belonging to the Milagro Canton, through the preparation of a socio-economic diagnosis that allowed evaluating their behavior. The methodology used during the development of the research was a mixed approach (qualitative - quantitative), with a type of research with a descriptive scope, the inductive - deductive and statistical methods were used for the analysis and interpretation of the results, managing to establish the quantity and quality the interpretation of data obtained from surveys and interviews. From the analysis of results, the socio-economic situation of the business owners of the premises of the Formal Trade of the Mercado Colón, Milagro was determined; through surveys and interviews. The most relevant information obtained was the social, economic and financial data, especially those referring to education, social status, seniority in the business, financial data related to income and expenses, and other information of a social, economic and financial nature. In addition, the absence of not having social or medical insurance, and the lack of educational levels, among other relevant aspects. Conclusions: This work allowed to establish the socio-economic situation of the merchants of the Formal Trade of the Mercado Colón, Milagro; determine through a SWOT Matrix the strengths, opportunities, weaknesses and threats resulting from this study, as well as its conclusions and recommendations.

Keywords: Commerce, Social condition, Cost-benefit analysis, Economic conditions, Market.

INDICE GENERAL

Portada	i
Ficha de registro	ii
Certificado de similitud Tutor	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	
PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
INDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
ENFOQUE DE LA PROPUESTA	2
1.1 Tema:.....	2
1.2 Planteamiento del problema:	2
1.3 Formulación del problema:.....	5
1.4 Objetivos de la investigación	5
1.4.1 Objetivo General:	5
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	5
1.5 Idea a defender	6
1.6 Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	6
	x

CAPÍTULO II.....	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1. Antecedentes Investigativos	7
2.2 Marco Teórico:.....	13
2.2.1 Teorías desde la perspectiva del Desarrollo Económico	13
2.2.1.1 Teoría del Desarrollo Económico	14
2.2.1.2 Teoría de la modernización.	15
2.2.1.3 Teoría de la dependencia.....	17
2.2.1.4 Teoría del Sistema mundo.....	18
2.2.1.5 Teoría neo-institucional	19
2.2.1.6 Teoría de la Globalización	20
2.2.1.6.1 Tesis del Intercambio Comercial	20
2.2.1.6.2 Tesis Modernizadora	21
2.2.1.6.3 Tesis Tecnológica.....	22
2.2.1.6.4 Tesis del Capitalismo	22
2.2.1.7 Teoría de Desarrollo Sustentable.....	23
2.2.2 Modelo de Gestión de Calidad Total	23
2.2.3 Modelo de economía circular	24
2.2.4 Teoría de la Economía Social y Solidaria	25
2.2.5 Teoría del Desarrollo Regional y Local	27
2.2.5.1 Modelo Neoclásico de Crecimiento Regional	28
2.2.5.2 Modelo Acumulativo en Relaciones Interregionales	28
2.2.5.3 Teoría de los Polos de crecimiento	29
2.2.5.3.1 Las Estrategias de Desarrollo Rural Integrado	29
2.2.5.3.2 Desarrollo Local.....	30
2.2.6 Modelo Embudo de Conversión Tradicional	31
2.2.7 Modelo FODA	31

2.2.8 Modelos o experiencias análogas:.....	32
2.2.8.1 Modelo E.F.Q.M. de Excelencia.....	32
2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL.....	33
2.3.1 Emprendimiento en Ecuador.....	33
2.3.2 Microempresa	34
2.3.3 Comercio Formal.....	34
2.3.4 Diagnóstico Social y Económico	34
2.4 Marco Legal.....	35
Legislación y normativa aplicable desde la Constitución 2008 de la República del Ecuador.....	35
Norma Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero del Ecuador.....	37
Código Orgánico de Comercio.....	38
Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida del Ecuador	39
Plan Nacional de Oportunidades 2021-2025 del Ecuador	40
CAPÍTULO III.....	41
MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1 Enfoque de la investigación	41
3.2 Alcance de la investigación.....	42
Descriptivo:	42
3.3 Técnicas e instrumentos	42
3.4 Población y muestra.....	42
3.5 Análisis de resultados	42
3.5.1 Situación socioeconómica actual de los comerciantes formales del Mercado Colon del Cantón Milagro, Provincia Guayas.....	43
3.5.1.1 Resultados obtenidos a partir de la encuesta	44
Información Personal	44
Información Social, familiar y Académica.....	51

Información Económica.....	58
3.5.1.2 Resultados obtenidos a partir de la entrevista	64
CAPÍTULO IV	69
INFORME FINAL.....	69
4.1 Consideraciones generales.....	69
4.2 PROPUESTA.....	72
4.2.1 Presentación Matriz FODA	72
CONCLUSIONES	73
RECOMENDACIONES.....	75
Bibliografía.....	76
Anexos.....	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	7
Tabla 2	9
Tabla 3	10
Tabla 4	12
Tabla 5	24
Tabla 6	44
Tabla 7	45
Tabla 8	46
Tabla 9	47
Tabla 10	48
Tabla 11	49
Tabla 12	50
Tabla 13	51
Tabla 14	52
Tabla 15	53
Tabla 16	54
Tabla 17	55
Tabla 18	56
Tabla 19	57
Tabla 20	58
Tabla 21	59
Tabla 22	60
Tabla 23	61
Tabla 24	62
Tabla 25	63
Tabla 26	64
Tabla 27	65
Tabla 28	67

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i>	30
<i>Figura 2</i>	43
<i>Figura 3</i>	72
<i>Figura 4</i>	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	44
Gráfico 2	45
Gráfico 3	46
Gráfico 4	47
Gráfico 5	48
Gráfico 6	49
Gráfico 7	50
Gráfico 8	51
Gráfico 9	52
Gráfico 10	53
Gráfico 11	54
Gráfico 12	55
Gráfico 13	56
Gráfico 14	57
Gráfico 15	58
Gráfico 16	59
Gráfico 17	60
Gráfico 18	61
Gráfico 19	62
Gráfico 20	63

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1</i>	84
<i>Anexo 2</i>	89
<i>Anexo 3</i>	92
<i>Anexo 4</i>	94
<i>Anexo 5</i>	95
<i>Anexo 6</i>	96
<i>Anexo 7</i>	97
<i>Anexo 8</i>	98
<i>Anexo 9</i>	99

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal diagnosticar la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro, mediante la elaboración de un diagnóstico socio-económico que permita evaluar su comportamiento. La actividad comercial es la principal fuente de ingresos de urbe Milagreña, seguido de la agricultura, razón fundamental por lo que es necesario evaluar el comportamiento socio-económico de este mercado en la actualidad y antes de la pandemia COVID-19.

El proceso de desarrollo de este estudio empieza con la recopilación de datos e información respecto de los antecedentes referenciales de otros estudios efectuados sobre esta temática; para lo cual fue necesario identificar trabajos de otros autores; asimismo, se estableció el marco teórico conceptual de las diversas concepciones, teorías y tesis en orden cronológico, información que sirvió de base para identificar cuál de estas teorías y modelo se apega a la actividad comercial que realizan estos comerciantes. De la misma forma, se estableció el marco legal vigente relacionado con la investigación.

El tercer capítulo de este estudio, se refiere al marco metodológico empleado en el desarrollo de la investigación, lo cual hizo posible la recolección de los datos y el análisis de los resultados; asimismo, su uso permitió establecer los indicadores para la evaluación socioeconómica, y la definición de las variables. Además, en este capítulo se describen los métodos usados para definir y deducir los datos, el enfoque que tiene la investigación, su alcance, y demás técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de los datos.

Finalmente, el último capítulo de esta investigación contiene el informe final de este estudio, las consideraciones generales, así como las conclusiones resultantes del estudio y sus respectivas recomendaciones.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema:

Diagnóstico Socioeconómico post COVID-19 del Comercio formal del Mercado Colón, Cantón Milagro, Ecuador 2023

1.2 Planteamiento del problema:

El 7 de enero de 2020 se reportó por primera vez la presencia del virus COVID-19 por parte del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades, luego que, a finales del año 2019, la Comisión de Salud Municipal de Wuhan, Provincia de Hubei notificara la presencia de 27 casos de un tipo de neumonía desconocida, de los cuales 7 casos eran severos. Un mes después, el número de infectados aumentó a 9.692 casos, y más de un 1.527 se enfermaron de gravedad. (Playful Agency, 2023)

Los medios de comunicación informaron y alertaron a la población mundial del particular, manifestando que se había iniciado un brote de un virus con características muy contagiosas, sin embargo, se creía que se podía solucionar a corto plazo, sin que nadie prevea la magnitud del contagio, desencadenando una grave crisis económica mundial. Además, de la rápida propagación del virus llegando a todos los rincones del mundo entero.

La pandemia tuvo un impacto negativo en el ámbito económico, causando graves repercusiones en los hogares de las familias, en el comercio mundial, internacional y local. La onda expansiva que generó el COVID-19 afectó a toda la economía mundial y desencadenó una de las mayores crisis vistas en más de un siglo, por lo tanto, creció la desigualdad interna y entre países. Muchas economías necesitarán de mucho tiempo para sobreponerse a las pérdidas resultantes de la pandemia. (Banco Mundial, 2023)

En América Latina y el Caribe el crecimiento se vio desacelerado en el año 2022 al 2,6%, mientras que se recupera lentamente en 2.7% en lo que va del año 2023, tras registrar un rebote del 6,7% en el año 2021, por otra parte, la

inflación se ha incrementado a tal punto que, ha superado los presupuestos establecidos por los Bancos Centrales a causa de la demanda y de la reapertura económica.

El Banco Mundial calcula que el Producto Interno Bruto (PIB) antes de la pandemia será desigual en la región y que su recuperación se prolonga a otras naciones, otro factor que se ha visto afectado es el ingreso per cápita, el cual retrocederá en la región no sólo con las economías avanzadas, sino también con las del Pacífico, Europa, Asia Central y Oriental. Además, muchas otras economías de varios países se ven afectadas tales como Brasil, Argentina, México y Centroamérica. (Noticias Naciones Unidas, 2022)

La pandemia COVID-19 deja en el Ecuador la destrucción de 532.359 empleos y la caída de sus ingresos alrededor de unos \$16.32 millones de dólares entre marzo y diciembre de 2020, conforme lo señala un estudio del Banco Central del Ecuador. El 78,1% corresponden a pérdidas en el sector privado y el restando 21,9% al sector público. En el ámbito privado las actividades más golpeadas son las que corresponden a actividades de comercio con una reducción de \$5.515 millones de dólares frente al año 2019. (Avila, 2021)

Según Silva, (2020) durante la pandemia del COVID-19, las pérdidas del sector de la producción en las ventas superaron los USD14.101 millones de dólares, conforme las cifras registradas por el Ministerio de la Producción. Asimismo, el 70% de las actividades económicas estuvieron paralizadas. Los segmentos que sumaron sus ganancias y tuvieron crecimiento fueron los relacionados al ámbito de la salud, los relacionados a rubros alimenticios y el comercio en línea.

El comercio local, también se suma a la larga lista de los problemas que ha dejado la pandemia COVID-19, es así que, muchos se vieron en la obligación de cerrar sus negocios por falta de circulante, otros perdieron sus mercancías y otros no pudieron abrirlos por el confinamiento o por temor a contagiarse. En la actualidad los comerciantes se han visto en la necesidad de buscar alternativas que les ayuden a continuar con sus negocios.

Muchos de estos comerciantes han manifestado que aún no han recuperado lo perdido en la pandemia, que la crisis persiste, y que la

recuperación es lenta. Con estos antecedentes, es de fundamental importancia la realización de este trabajo, ya que busca determinar y evaluar la situación socio-económica post pandemia COVID-19 en el mercado Colon del Cantón Milagro. De allí su importancia y desarrollo.

El presente estudio aportará de manera significativa a la sociedad en general, especialmente a la comunidad Milagreña, debido a que el diagnóstico socioeconómico determinará la situación financiera, económica y social del comercio del Mercado Colon, cuya finalidad persigue el impulso y creación de mejores fuentes de empleo con excelentes estándares de vida para las familias, y mayor crecimiento económico; impulsando de esta forma el emprendimiento y la micro-empresa.

Asimismo, la investigación científica aportará de manera práctica, ya que a través del diagnóstico socio-económico se puede evaluar el entorno económico, social, cultural y laboral de un determinado negocio, emprendimiento, o grupo de personas asociadas a este. Conocer la situación real que enfrenta el comercio local, y algunos indicadores servirán de guía para evaluar la situación financiera de este gremio de comerciantes, a fin de analizar su situación económica y evitar riesgos de pérdida o quiebre del negocio.

El aporte teórico de la presente investigación científica funda sus bases en las distintas concepciones, teorías y modelos económicos citados a lo largo de este estudio, los cuales son los fundamentos y bases teóricas relacionadas con el desarrollado socioeconómico en general. Asimismo, estas concepciones son la base para el desarrollo y análisis del diagnóstico socioeconómico del Comercio del Mercado Colon. Además, este marco teórico puede ser usado en el desarrollo de otro estudio científico de similares características.

El aporte metodológico de la presente investigación se basa en la insuficiencia de estudios de los mercados locales del comercio formal de la ciudad de Milagro, lo cual no permite efectuar un análisis comparativo para medir, evaluar y diagnosticar la situación socio-económica de este tipo de establecimiento vs otros de similar actividad comercial.

De esta manera el aporte metodológico de la presente investigación es significativo para la comunidad Milagreña, ya que, con estudios de este tipo, se

puede medir, evaluar y diagnosticar la situación socio-económico del Comercio Formal del Mercado Colón, o de algún otro establecimiento de comercio. Contar con este tipo de material es fundamental para que la investigación científica avance en beneficio de la sociedad en general.

La delimitación de la investigación fue realizada en la Cdla. Nuevo Milagro, sector sur, Av. Cristóbal Colón entre las intersecciones de Federico Páez e Ignacio Veintimilla

Temporal: enero 2019 – junio 2022

1.3 Formulación del problema:

¿De qué manera la situación socio-económica del post COVID-19 incide en el Comercio formal del Mercado Colón del Cantón Milagro?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General:

Diagnosticar la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro, mediante la elaboración de un diagnostico socio-económico que permita evaluar su comportamiento.

1.4.2 Objetivos Específicos:

Determinar los antecedentes y la fundamentación teórica relacionada con el tema de investigación.

Realizar un análisis comparativo del estado de la situación socio-económica antes de la pandemia, y el estado de la situación post COVID-19; en el comercio formal del mercado Colon de la ciudad de Milagro.

Elaborar un diagnóstico de la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro.

1.5 Idea a defender

La elaboración de un diagnóstico de la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro durante el periodo 2019 al 2022 permitirá evaluar su comportamiento.

1.6 Línea de Investigación Institucional/Facultad

La investigación científica se diseñó cumpliendo lo señalado en la línea institucional de ULVR:

Línea 2: Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes Investigativos

Para desarrollar el presente proyecto se analizaron diversas investigaciones científicas diseñadas por otros autores correspondientes a la misma institución académica y a otras del mismo orden, cuyos temas son similares y abordan de manera parcial y en algunos casos de forma completa lo relacionado dentro del contexto del presente trabajo. La información revisada y analizada proporcionó el sustento académico y la guía necesaria para analizar el comportamiento del sector del comercio formal del Mercado Colon de la ciudad de Milagro post COVID-19.

Partiendo de esta perspectiva, dentro del marco referencial respecto de los antecedentes, se analizaron algunos estudios de los últimos años, los mismos que en el análisis arrojaron las siguientes similitudes, respecto del objeto de estudio, entre los que se citan los más recientes dentro de los cinco últimos años, así se mencionan los siguientes:

Tabla 1

Se cita como primer antecedente un estudio sobre el diagnóstico socioeconómico de propietarios de micro emprendimientos de comida preparada, ubicado en Sauces III a consecuencia del COVID-19. (Alcivar, 2022, pág. 6)

Título:	Diagnóstico Socioeconómico de los propietarios de los micro emprendimientos de comida preparada ubicados en Sauces III a consecuencia del COVID-19 (Alcivar, 2022, pág. 6)
Año:	2022
Autor	Silvia Elena Alcívar Salazar
Ciudad y País	Guayaquil - Ecuador

Resumen de la investigación

Problema ¿Será posible conocer la situación social y económica de los propietarios de los micro-emprendimientos de comida preparada ubicados en Sauces III a consecuencia del COVID-19? (Alcivar, 2022, pág. 6)

Objetivo	El objetivo general de este estudio fue “Analizar la situación socioeconómica de los propietarios de los micro-emprendimientos de comidas preparadas ubicadas en Sauces III a consecuencia del COVID-19” (Alcivar, 2022, pág. 6).
Metodología	Enfoque: Mixto (cualitativo – cuantitativo) Tipo de investigación: Descriptiva y de campo Método: Deductivo Técnicas: La encuesta
Resultado	Los resultados analizados generados de la Matriz FODA destaca las siguientes fortalezas: la experiencia adquirida, la ubicación estratégica, y la variedad de productos ofertados. Como debilidades: se detectó la falta de innovación en Marketing, la infraestructura delimitada, falta de conocimiento de buenas prácticas en el manejo de alimentos y procesos ambientales. Asimismo, se demostró la idea a defender del tema planteado que consistió en: “La crisis sanitaria de COVID-19 influyó en la creación de nuevos micro-emprendimientos de comida preparada en el sector de Sauces III y en la situación económica de sus propietarios” (Alcivar, 2022, pág. 9).
Conclusiones	La investigación Diagnóstico Socioeconómico de los propietarios de los micro emprendimientos de comida preparada ubicados en Sauces III a consecuencia del COVID-19, Cantón Guayaquil – Ecuador, presenta las siguientes conclusiones respecto de los objetivos planteados en la investigación: La teoría objetiva del valor fue el fundamento de la presente investigación enfocando al emprendedor desde su realidad, asimismo, se alcanzó el objetivo específico sobre el análisis de la situación socio económica de los propietarios de los micro emprendimientos, y se elaboró la matriz FODA resultante del desarrollo de la investigación.

Fuente: (Alcivar, 2022)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Tabla 2

Se cita como segundo antecedente un estudio comparativo del comportamiento del consumo de los hogares en Ecuador, antes y durante la pandemia (Limonos D. , 2022, pág. 3)

Título:	Estudio comparativo del comportamiento del consumo de los hogares en Ecuador, antes y durante la pandemia (Limonos D. , 2022, pág. 3)
Año:	2022
Autor (es)	Daniel Arturo Limonos Lino
Ciudad y País	Guayaquil - Ecuador

Resumen de la investigación

Problema ¿Es posible analizar comparativamente el comportamiento del consumo de los hogares en la economía ecuatoriana, antes y en pandemia?

Objetivo Analizar comparativamente el consumo de los hogares de Ecuador, antes y en pandemia, mediante un estudio documental y datos de campo que permitan el comportamiento de esta variable durante la emergencia sanitaria declarada en el país.

Metodología Enfoque: Mixto (cualitativo – cuantitativo)
Tipo de investigación: Documental, estadística y de campo
Método: Inductivo
Técnicas: Entrevista y encuesta

Resultado Los resultados determinaron que las familias se vieron afectadas por el alza de precios durante los momentos más críticos de la pandemia, además, coincidieron en que priorizaron el consumo respecto el siguiente orden: Salud, alimentación y Educación, asimismo, manifestaron todos de forma unánime que sus ingresos se vieron reducidos por la pérdida del empleo de al menos un miembro de sus familias, otros por la reducción de la carga horaria de trabajo, sin escatimar que también en este último año recuperaron empleos en su círculo familiar.

El otro grupo de entrevistados alegaron que el estado de excepción fue el principal obstáculo que impidió mantener el consumo, ya que paralizó la actividad productiva especialmente del sector del servicio, además hubo punto de encuentro con el aumento de precios en materia prima, y por último el número de

clientes aún se mantiene en margen de reducción, no se ha podido recuperar la cantidad de clientes que se mantenía en pre pandemia.

Conclusiones La sistematización de antecedentes y fundamentos teóricos del proyecto, permitieron encontrar estados del arte que constituyeron el sustento en la investigación. Por otra parte, en los fundamentos teóricos se detallan teorías de desarrollo tales como: Ingreso Relativo, teoría del Consumo de Keynes e Ingreso Permanente. El análisis del comportamiento del consumo en los hogares antes y en pandemia nos proporcionó información comparativa de cada año, mostrando fluctuaciones negativas durante el periodo 2020, también se graficaron otros indicadores como PIB, Inflación y agregados; concluyendo que la economía se vio afectada por la pandemia. Además, se palpó una ligera recuperación económica en el 2021. Las familias debieron disminuir el consumo de bienes o servicios asociados a educación, situación que se asoció a la disminución de los ingresos familiares y a la pérdida de empleo, mientras que el sector productivo añadió que las medidas asociadas a la no movilidad de las personas, sumaron aspectos que contribuyeron a la reducción del consumo.

Fuente: (Limonos D. , 2022)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Tabla 3

Se cita como tercer antecedente un Análisis Socio-Económico del Sector Florícola Ecuatoriano en la Pandemia de COVID-19

Título:	Análisis Socio-Económico del Sector Florícola Ecuatoriano en la Pandemia de COVID-19
Año:	2022
Autor (es)	María Fernanda Limones Bonilla
Ciudad y País	Guayaquil - Ecuador

Resumen de la investigación

Problema ¿Cuál es la situación socio económica del sector florícola ecuatoriano en la pandemia COVID-19?

Objetivo	Analizar las condiciones socio-económicas del sector florícola ecuatoriano en tiempos de pandemia COVID-19.
Metodología	Enfoque: Mixto (cualitativo – cuantitativo) Tipo de investigación: Explorativa y descriptiva Método: Inductivo- deductivo Técnicas: Encuesta, instrumento: cuestionario
Resultado	Los resultados obtenidos permitieron diseñar una propuesta de intervención basada en tres ejes fundamentales: promoción del producto, la dinamización del mercado local y la formulación de alianzas estratégicas, con las cuales se contribuirá con la reactivación del sector floricultor.
Conclusiones	A partir de este estudio, se logró obtener información actualizada respecto a las condiciones socioeconómicas del sector florícola ecuatoriano en el contexto de la situación actual relacionada con la pandemia de COVID-19. Particularmente, los hallazgos permitieron dar cumplimiento con los objetivos formulados al inicio de la investigación. Realizando una descripción de los principales hallazgos obtenidos mediante la revisión documental y el estudio de campo. Logrando el cumplimiento del primer objetivo específico, realizando una revisión y análisis de las diferentes aportaciones efectuadas por otros autores respecto a los diferentes aspectos teóricos que permitieron dar sustento a la investigación. Asimismo, se dieron cumplimiento a todos los objetivos planteados en este estudio, logrando finalmente la construcción y diseño de la propuesta en la que se formularon una serie de estrategias basadas en el incremento de las acciones de promoción de las flores ecuatorianas mediante el aprovechamiento de las herramientas digitales para obtener un mayor alcance; también se propusieron mecanismos encaminados a promover la demanda de flores en el mercado local; y se formularon acciones orientadas al establecimiento de alianzas estrategias entre sector público y privado para la facilitación de créditos productivos.

Fuente: (Limonos M. , 2022)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Tabla 4

Se cita como cuarto antecedente un estudio comparativo del comportamiento del consumidor en el comercio electrónico en Ecuador previo y durante COVID-19 (Manssur, 2022, pág. 3)

Título:	Estudio comparativo del comportamiento del consumidor en el comercio electrónico en Ecuador previo y durante COVID-19 (Manssur, 2022, pág. 3)
Año:	2022
Autor	Adir Amir Manssur Pacheco
Ciudad y País	Guayaquil - Ecuador
Resumen de la investigación	
Problema	¿Cómo ha variado el comportamiento del consumidor en el comercio electrónico en Ecuador previo y durante al COVID-19?
Objetivo	Desarrollar un estudio comparativo del comportamiento del consumidor en el comercio electrónico en Ecuador previo y durante al COVID-19
Metodología	Enfoque: Mixto (cualitativo – cuantitativo) Tipo de investigación: Documental y descriptiva Método: Inductivo- deductivo Técnicas: Recolección de datos, análisis documental, fuentes secundarias
Resultado	Los resultados de la investigación demostraron los miedos que los clientes tienen respecto a la incursión en compras en el comercio electrónico. Durante la pandemia los clientes no tuvieron tanto temor de realizar compras con transacciones electrónicas.
Conclusiones	El Ecuador se encuentra entre las diez naciones con mejor desarrollo de comercio electrónico en América Latina y el Caribe con un puntaje de 4.2%, con tendencia al alza en transacciones de comercio electrónico en portales nacionales. Sin embargo, las transacciones en el exterior o internacionales superan las realizadas en portales locales, sobresaliendo el rubro de bienes. Dentro de las variables que determinaron la conducta de aceptación o rechazo al comercio electrónico por parte de los consumidores se cita: recelo a fraude, confidencialidad de datos,

límite de acceso a internet, escaso conocimiento sobre manejo y uso de comercio electrónico, etc.

Fuente: (Manssur, 2022)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Analizado el marco referencial que conforma los antecedentes se puede interpretar de manera general que los elementos más comunes entre los diversos estudios analizados proveen información acerca de la situación socio-económica de diversos negocios, emprendimientos, pequeñas microempresas y sus integrantes. Entre los que se destacan la edad, la misma que oscila entre 32 y 38 años, respecto el género, sexo, lugar de nacimiento, estado civil, son variados, referente a la etnia predomina la clase indígena, el nivel de educación promedio es básica superior y bachillerato, en algunos casos sin concluir, además se visualiza otros indicadores como el número de cargas, datos sobre vivienda, medicina prepagada, seguro social (son pocos los que se encuentran asegurados), generalmente buscan ser atendidos en hospitales públicos, respecto de los servicios básicos la mayoría cuenta con servicios básicos generales, además de servicio de internet, y otros datos que se refieren a la situación financiera.

Asimismo, a través de las investigaciones científicas analizadas se evidenció el criterio con relación a que la actividad del comercio formal en la ciudad es favorable en lo que respecta a la generación de empleo y en la participación del mercado consumidor.

2.2 Marco Teórico:

2.2.1 Teorías desde la perspectiva del Desarrollo Económico

La presente investigación se asocia con algunas teorías del desarrollo económico importantes y fundamentales dentro del contexto económico, dichas teorías buscan mejorar las condiciones de vida del hombre en la sociedad, mediante la aplicación de políticas, normas y leyes que se encuentren vinculadas con el desarrollo humano. Se detallan a continuación las que se asocian y se vinculan directamente con la temática de la presente investigación:

2.2.1.1 Teoría del Desarrollo Económico

Los fundamentos teóricos que se abordan en el presente estudio están relacionados directamente con el objeto de estudio, por tanto, es indiscutible su construcción y desarrollo, a continuación, se señalan los siguientes aspectos más relevantes:

Desde la Óptica de la Teoría del Desarrollo Económico. - Esta concepción de desarrollo, sugiere que se considere el impacto sectorial de liberalización para distinguir las políticas que establecen las diferencias de sectores, que garanticen los beneficios del cambio de medidas favoreciendo a las comunidades pobres y que los costos no afecten solo en quienes menos pueden aportar. Entre las principales teorías se encuentran: Teoría de la modernización, Teoría de la dependencia, Teoría del Sistema mundo, Teoría neo institucional, Teoría de la globalización, Desarrollo sustentable. (Vargas, 2008)

El aporte de William Arthur, Premio Nobel de Economía y nacido en Latinoamérica, nacido en la Isla Santa Lucía, su aporte en esta concepción fue muy importante, considerado uno de los fundadores de la economía de desarrollo y crecimiento económico. Su teoría se resume en que el desarrollo económico debe presentar una función social determinante para lo cual incluye elementos provenientes de la psicología social y de la sociología.

En resumen, Lewis defiende su teoría enfocada en la necesidad de una expansión armónica y global de todos los sectores económicos de un determinado país, la cual está basada en su modelo económico de sectores duales, que se refiere a una economía dual, donde coexisten dos sectores: los independientes y los relacionados entre sí, al interior de un mismo espacio, pero con diferentes niveles de desarrollo, con patrones de demanda, tecnología y oferta. (Moré , 2022)

Un sector tendrá uso intensivo de capital y contará con tecnología avanzada, mientras que el otro sector usará mucha más intensidad de mano de obra y será más primitivo en tecnología, paradigma que fue creado originalmente por Herman Boeke y usado para describir la presencia conjunta de sectores moderno y tradicionales en un modelo de economía colonial.

Para el autor (Blacutt, 2013, citado por Moré, 2022), “éste modelo de sector dual, estudia y analiza el crecimiento de una economía en desarrollo, en

términos de transición de trabajo, desde el sector capitalista y el sector de subsistencia” (Blacutt, 2013, citado por Moré, 2022, p. 17)

2.2.1.2 Teoría de la modernización. - La Teoría de la modernización es una propuesta que surge de las ideas de cuatro intelectuales, como: Talcott Parson, Walt W. Rostow, Arthur Lewis; y Simon Kuznets en respuesta al comunismo presentado en la década de los años sesenta (1960). Estos autores consideraron que la modernización y el crecimiento económico podrían generar desarrollo y evitar que los países cayeran en la órbita de la distopía marxista, aporte que fue válido en su época, pero que es distante al paradigma del desarrollo sostenible, de la “tercera economía” y de la “economía circular del siglo XXI”.

La teoría de la modernización, tuvo sus inicios en el siglo XIX, entre sus máximos exponentes están Henry Maine, Emile Durkheim, Karl Marx, Max Weber, y Ferdinand Tonnies, en cuyas anotaciones se define una serie de concepciones. Esta teoría surge como respuesta a esa batalla de ideologías entre el capitalismo occidental y el comunismo, que buscaban en los países tercermundistas la lealtad, ante el fracaso de inserción de economías en el sistema global; mientras la primera se refería al modelo de sustitución de importaciones por producción interna, en cambio, el comunismo hacía referencia al modelo que ofrecía eficacia y rapidez. (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015; citado por Moré, 2022, p. 2)

Para Alvin So, la teoría de la modernización se presenta en medio de tres acontecimientos históricos:

1) El surgimiento de Estados Unidos como potencia mundial después de la Segunda Guerra Mundial, y tras la implementación del Plan Marshall que reconstruyó Europa; los países asiáticos como Taiwán, Japón y Corea del Sur se beneficiaron con el planteamiento de Kennan de Contención y prioridad sobre los países de América Latina. (Moré , 2022, p. 3). 2) El Fortalecimiento de la Unión Soviética y construcción de la Cortina de Hierro en Europa del Este (Moré , 2022, p. 3) . Y 3) La desintegración de imperios coloniales en Asia, África y América Latina. (Moré , 2022, p. 3)

Por último, se establece que la modernización es un proceso socio-económico de industrialización y tecnificación que persigue alcanzar la

modernidad. Se inicia con la asunción de Estados Unidos como potencia mundial, el fortalecimiento del fordismo que traspaso fronteras, lo que provocó el capitalismo en Europa y Japón.

Entre sus principales características se mencionan las siguientes: 1) Complejidad social: diferenciación de la estructura política; 2) Democratización: Secularización de la cultura política; 3) Burocratización: Aumento de la capacidad del sistema político de una sociedad; 4) Crecimiento y auto – dependencia: Promoción de prácticas de acumulación capitalista.

La modernización conlleva a que las sociedades tradicionales realicen diversos cambios en lo referente a la urbanización, industrialización, racionalidad, educación, diferenciación social, extensión de medios de comunicación, desarrollo político, entre otros aspectos relacionados con lo social y económico. (Moré , 2022, p. 3)

Para Huntington, profesor de Ciencias Políticas, citado por Bula (1994), resume en nueve las características del proceso de modernización: 1) complejo, 2) revolucionario, 3) Sistémico, 4) Global, 5) lento, 6) homogeneizador, 7) de fases diversas, 8) irreversible, y 9) progresivo. (Moré , 2022, p. 3)

Los principales hipótesis de la teoría de la modernización, se basa en las ideas de comprender a la modernización como un ciclo que se desarrolla a través de fases (Reyes, 2007; Citado por Moré, 2022); de acuerdo con la teoría del desarrollo económico de Rostow, que se refiere a la teoría de las etapas de crecimiento económico, donde el autor consideraba que la unidad óptima para el estudio de la historia económica no era la nación, sino el arca comercial formada por diversos países, de forma que la macroeconomía convencional le haya parecido limitada.

Por otra parte, Rostow manifestó que los objetivos del crecimiento económico son tres: 1) Formular determinantes del crecimiento económico, 2) Aislar factores que producen repetición periódica de ciclos económicos, y 3) aislar secuencia de tendencias económicas. Razón por la cual se elaboró una matriz que le facilitara realizar un análisis más allá de lo que permitía ver las concepciones monetarias y keynesianas, incluyendo aspectos como la innovación y la invención.

Asimismo, establece y detalla la existencia de cinco fases para una determinada sociedad: i) La sociedad tradicional, ii) La Precondición para el despegue, iii) Proceso de despegue, iv) Vía hacia la perfección o madurez, y v) Sociedad con un nivel elevado de consumo masivo. Estas etapas fueron planteadas en el programa, Creación de la Alianza para el Progreso de Punta del Este en Uruguay en el año 1960, cuyo fin era evitar los gobiernos comunistas en América Latina. (Moré , 2022, p. 3)

Además, de mencionarse la teoría de desarrollo económico de Rostow, es interesante acotar sus aportes en cuanto a la creación de la teoría de un mercado nacional, y señala la necesidad de abrir fronteras y fortalecer el comercio internacional, por lo que propone crear un mercado nacional, cuya tesis central se basaría en cuatro tareas primordiales, dónde la empresa privada jugaría un papel importante, no sólo en el ensamblado y fabricación de bienes, autos, sino también, poniendo al servicio de la población su experiencia en temas sobre manufactura y mercadeo.

Esas tareas de la que hablaba Rostow son: 1) Incrementar la productividad agrícola, 2) Revolucionar los sistemas de mercadeo de productos agrícolas en las ciudades, 3) Virar a la industria hacia la producción de equipos sencillos para la agricultura y artículos de consumo para mercados masivos, 4) Revolucionar los métodos de mercadeo de este tipo de productos económicos, especialmente, en zonas rurales.

2.2.1.3 Teoría de la dependencia- Estas teorías se desarrollaron en los años sesenta y setenta, y se debieron a tres vertientes. Los autores marxistas Ruy Mauro Marini, Vania Bambirra y Theotonio Dos Santos postularon su concepto marxista, la cual fue completada posteriormente por André Gunder Frank con su visión Metrópoli-satélite. Ambas tesis confrontan con la teoría propuesta por Fernando Henrique Cardoso que se refiere al desarrollo asociado dependiente. (Katz, 2016)

Estos autores, cuestionaron en su teoría los mitos liberales, y analizaron los desequilibrios de la industrialización desarrollista, y explicaron los atrasos presentados por los efectos del capitalismo dependiente. Esta teoría fue producida por la revolución cubana y hasta 1960 nadie imaginó el debut de un

proceso anticapitalista. Cuba con su teoría de éxito, trastocó ese escenario, abriendo grandes expectativas de perspectivas socialistas para América Latina.

Por su parte, Marini exploró el fordismo obstruido, el ciclo dependiente y la doble dimensión del sub-imperialismo y la súper-explotación, Dos Santos conceptualizó la diferencia entre polarización económica y la dependencia política, mientras que, Bamberger distinguió las variantes desiguales del subdesarrollo. Asimismo, dieron una categoría científica a su teoría y evaluaron específicamente a la América Latina dentro de un universo periférico. (Katz, 2016)

Por otra parte, el autor Frank con su enfoque metrópoli-satélite tuvo afinidades con la visión marxista, postulando únicamente un encadenamiento de excedentes traspasados al centro, no registró bifurcaciones internas, presentó de manera errónea las clases sociales dominantes como segmentos lumpenizados, omitiendo a los sujetos sociales.

Finalmente, en esta teoría de la dependencia, el autor Cardoso planteó un enfoque muy diferente, se limitó a describir retrasos económicos resultantes de modelos políticos divorciados de prioridades del capitalismo, no contrapuso el desarrollo con la dependencia, ignorando las diferencias cualitativas entre las medianas economías y las potencias centrales, iniciando una involución neoliberal.

2.2.1.4 Teoría del Sistema mundo. – Teoría desarrollada por el autor Wallerstein, ha alcanzado un importante logro y significación, apoyada por críticas de autores del Capitalismo y su apoyo a los movimientos anti-sistémicos. Tesis de sistema mundial que condensa los procesos, trayendo consigo el hecho de que el capitalismo reclame una organización planetaria para operar, en cuyo seno el sistema capitalista genera diversas formas de capitalismo, destacándose el capitalismo central o imperialista.

El Capitalismo central o imperialista, es aquel donde un estado o economía ejerce la hegemonía, mientras que el capitalismo periférico (dependiente) es aquel que se ejercita con diversidades; un ejemplo de esta teoría sería el sub-imperialismo. (Osorio, 2015)

Para el autor Wallerstein esta concepción de sistema mundo, era considerada una zona espacio-temporal que tenía que atravesar múltiples

unidades culturales y políticas; la primera que estaba representada por una zona integrada de actividad e instituciones, la cual, obedecía ciertas reglas sistémicas, de hecho, esta concepción fue aplicada inicialmente al sistema mundo moderno, el cual se dice toma la forma de una economía mundo (se dice que era capitalista). (Osorio, 2015)

2.2.1.5 Teoría neo-institucional. - Esta concepción surge como parte del avance del proceso histórico de la sociedad mundial en la década de los años noventa, las estructuras sociales como los sistemas económicos nuevamente se preocupan por el estudio de las instituciones y su papel en el desarrollo, surgiendo la teoría institucional, teniendo como aporte fundamental el análisis, mecanismo que permite estudiar múltiples enfoques, lo cuales son aplicables a diversas disciplinas del conocimiento.

Esta corriente busca reivindicar la importancia de las instituciones creadas por el hombre en la sociedad y el valor que estas van adquiriendo a lo largo de la historia en un continuo proceso de cambio social. De este modo, esta tesis puede aplicarse a un conjunto de disciplinas tales como la sociología, la política, la historia o la economía, demostrando así su carácter interdisciplinario como herramienta metodológica. (Angarita, 2018)

Su principal aporte se cimienta en el análisis histórico del proceso de cambio y de toma de decisiones, que desde la diversidad de visiones tiene la capacidad de demostrar su influencia en los procesos sociales a nivel mundial. Para el neo-institucionalismo, la comprensión de la economía no se limita al estudio de las decisiones individuales, sino a la relación de estas medidas con el relacionamiento que tenga con las estructuras sociales. (Angarita, 2018)

De allí, que el análisis económico y la toma de decisiones se encuentra vinculada más al cuerpo de normas y a las prácticas que condicionan de forma mutua al agente económico, así como a los cambios que genera la estructura social en la que se desarrolla. Los neo-constitucionalistas económicos están preocupados por las reglas y el sistema de gobierno que regula o administra los intercambios económicos.

Este tipo de sistema se concreta en muchos niveles, incluyendo las estructuras que gobiernan una economía entera y aquellas que controlan una industria específica, así como estructuras administrativas de organizaciones

individuales (Pérez y Valencia, 2004; Citado por Angarita, 2018). Douglas North, es considerado el neo-institucionalista más destacado por sus aportes relacionados con el costo transaccional y el desarrollo económico que se pueden ejecutar desde esta teoría económica.

2.2.1.6 Teoría de la Globalización. - La globalización es una teoría económica que tiene como finalidad la interpretación de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos de desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y las influencias culturales y políticas. La globalización se compone de un conjunto de propuestas teóricas donde sobresalen dos grandes tendencias: a) Los sistemas de comunicación mundial, y b) Las condiciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con el desplazamiento de recursos financieros y comerciales.

El fenómeno de la globalización en los últimos tiempos, ha provocado uno de los debates más intensos y fructíferos en el ámbito de las ciencias sociales; las teorías de la globalización están sujetas al paso del tiempo y a las modas académicas; lo cual ha traído repercusiones por parte de algunos autores, que en la actualidad ya no la consideran como una teoría fructífera para explicar las relaciones internacionales, y han optado por dictaminar su defunción (Rosenberg, 2005; Citado por Cabello, 2014)

Los procesos de globalización son cada vez mayores, debido a que muchas naciones dependen de condiciones integradas de comunicación, del comercio y del sistema financiero inter-relacional; lo que genera un mayor escenario de inter-comunicación entre los distintos centros de poder mundial y las transacciones comerciales. (Reyes, 2001)

La teoría de la globalización se fundamenta en cuatro tesis:

2.2.1.6.1 Tesis del Intercambio Comercial. - Considerada una de las tesis más influyentes dentro de esta teoría, sostiene que esta concepción es un proceso de creciente interconexión basado en un aumento histórico del comercio a escala planetaria.

Como afirmaba Adam Smith (1723-1790), el origen de los intercambios comerciales descansaría en la propensión natural del ser humano hacia el intercambio, donde destacaron dos escuelas económicas al ubicar el intercambio

comercial como base de la globalización, que contemplan un modo positivo. La primera escuela es la neoclásica, y la segunda es la escuela monetarista, las mismas que afirmaban que, la globalización era considerada la extensión de los mercados a escala mundial. Proceso en el cual no existía barreras o distorsiones. (Huerta de Soto, 2010; Citado por Cabello, 2014, págs. 338,339)

El libre comercio produciría oferta y demanda de bienes que lleguen a un equilibrio en el cual todas las partes implicadas obtengan beneficios, reduciendo las posibilidades de desigualdades, y el mecanismo que posibilitaría esto sería la ventaja comparativa, teoría propuesta en versión canónica en 1817 por David Ricardo (1772-1823) en Inglaterra.

El libre comercio internacional permitiría que cada nación se especializara en fabricar aquellos productos y servicios para lo que está especializado y dotado; por lo cual obtendría rentas en el mercado internacional.

Desde la escuela Austriaca los economistas Ludwig Von Mises (1881-1973), y Friedrich A. Hayek (1889-1992), describían los mercados como un proceso espontáneo, que no admitía planificación y en el cual no se llegaba a un equilibrio. (Huerta de Soto, 2010; Citado por Cabello, 2014); finalmente, la globalización desde esta visión implicaba una extensión natural de los mercados, en la cual, éstos, aumentan su tamaño y grado de complejidad, hasta adquirir su dimensión global.

2.2.1.6.2 Tesis Modernizadora. - Es la segunda tesis planteada por la globalización, y supone la extensión del proceso modernizador surgido originalmente en Europa a escala planetaria, esta tesis implicaría una dimensión técnica, de intercambio comercial y de acumulación capitalista, aspectos políticos como la democracia, el imperio de la Ley o el control de violencia física y cultural, como la secularización o el individualismo.

La versión más famosa de esta tesis fue la desarrollada por Max Weber en el siglo XIX – XX, la misma que hace hincapié en los factores culturales como elementos determinantes en la aparición del capitalismo. En conclusión, la globalización, además, de comercio internacional y flujo de mercancías, capitales y personas supone cambios técnicos, políticos, sociales y culturales que se incorporan a través de una compleja negociación.

La historia habla de una segunda versión, la cual surge posteriormente del éxito que tuvieron países como Japón y los llamados Dragones del imperialismo asiático (Hong Kong, Corea del Sur, Singapur, y Taiwán), a la hora de desarrollar un sistema capitalista competitivo sin ser necesario la incorporación de elementos como la cultura y las instituciones como un todo. Consecuentemente la globalización además del comercio internacional y flujo de mercancías, capitales y personas supone cambios técnicos, políticos, sociales y culturales que son incorporados a través de una compleja negociación y no simplemente de descargas selectivas en culturas no occidentales.

2.2.1.6.3 Tesis Tecnológica. – Quizás una de las más populares y extendidas, considera que la teoría de la globalización se explica principalmente desde su base técnica, afirmando que las comunidades físicas y las tecnologías de la información y comunicación TIC'S, están detrás de la globalización (Castells, 2000; Cebrián, 2000; Langhome, 2001; Negroponte, 1995; citado por Cabello, 2014, p. 343).

La globalización según lo manifestado por el autor (Reyes, 2001), era vista como una teoría de desarrollo, donde se planteaba que todos los países debían superar las barreras institucionales, culturales y locales; y de esta forma, poder convertirse en países desarrollados, de similar condición que los de occidente.

Para este efecto, existía únicamente un camino que podía conducir a un país a la modernidad o progreso lineal, el cual, consistía en la asunción de las instituciones occidentales. Para quienes defienden esta teoría, la tecnología es la base primordial para la ejecución de estos cambios y del proceso de globalización. (Cabello, 2014)

2.2.1.6.4 Tesis del Capitalismo. - Esta última tesis tiene sus orígenes en lo expuesto por Karl Marx (1818-1883), donde señala que el capitalismo no es la forma natural de la economía surgida del intercambio y el comercio, al contrario, se trataría de un modelo específico de economía que apareció en un periodo concreto de la historia y que requiere de un conjunto específico de instituciones.

Esta teoría hace mayor énfasis en la expansión del capitalismo como un fenómeno más amplio dentro del mercado y como motor indispensable de la globalización. Asimismo, sostiene que el desarrollo del capitalismo como sistema

económico y político explicaría la globalización, la cual se constituye en la última fase de este proceso.

2.2.1.7 Teoría de Desarrollo Sustentable. - Esta teoría de desarrollo también conocida como desarrollo sostenible o perdurable se asocia al aumento de bienestar individual o colectivo, la cual, a lo largo del tiempo, evolución y desarrollo, ha sido analizada en base a indicadores de tipo económicos y políticos, vinculados a procesos de mayor o menor crecimiento económico y la redistribución de riquezas. Por otra parte, está la vinculación con los niveles de industrialización, generando una categorización entre los países desarrollados o aquellos que se encuentran en vías de desarrollo. (Equipo Editorial Etecé, 2022)

Esta teoría busca enlazar las necesidades económicas, industriales con el equilibrio ecológico del medioambiente y lo social, cuyo fin es que este desarrollo económico no ponga bajo amenazas la vida en el planeta, para que sea conservado para las generaciones presentes y futuras. Los pilares en que se funda esta teoría son: el desarrollo económico, el medio ambiente y el desarrollo social de las comunidades.

Para el cumplimiento de este equilibrio conocido como sustentable debe realizarse procesos de prácticas tales como: el uso responsable y eficiente de los recursos, estudio de impacto ambiental de algunas actividades prácticas, y la búsqueda de nuevas formas, aplicaciones y tecnologías que permitan el ejercicio de esta teoría de desarrollo sustentable sin perjuicio en el entorno natural y social y dando cumplimiento a su objetivo económico.

A finales de los años setenta se integró la dimensión social del desarrollo, teniendo privilegio lo económico, más adelante en la década de los ochenta se evidenció el estancamiento y el retroceso del bienestar en gran parte de la humanidad según (Bifani, 1994; Citado por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, s.f.)

2.2.2 Modelo de Gestión de Calidad Total. - El marco de gestión de este modelo se basa en la administración o gestión de calidad total, cuyo propósito es mejorar la experiencia del cliente y el valor del producto mediante un compromiso completo de la organización y un proceso organizado y simplificado. Dentro de los beneficios de la administración de la calidad total, en

primer lugar, se encuentra el que se centra en las necesidades de los clientes, y busca satisfacerlo, ayudando a la empresa a determinar qué es lo que el cliente quiere o desea.

En segundo lugar, asegura que el desempeño de la calidad se realice en todos los ámbitos, reconoce las actividades no productivas y las elimina, ayuda a la construcción de un sistema de comunicación suficiente, fomenta la revisión constante del alcance del progreso, aumenta la satisfacción de los empleados. Este modelo fue implementado a finales de los años 70 y comienzos de los 80 cuando los países a nivel mundial se dieron cuenta del liderazgo con el que contaba Japón. (Torreros, 2023)

2.2.3 Modelo de economía circular. – Este modelo de economía circular responde a un cambio de pensamiento científico, político y empresarial; debido a la necesidad de desarrollar mecanismos que permitan hacer posible la sostenibilidad del medio ambiente, sin inobservar los retos económicos y sociales del mundo actual; Igualmente, es fundamental agregar que la economía circular y la concepción de desarrollo sostenible probablemente continuará evolucionando, igual como el pensamiento humano.

Este modelo de economía circular consiste en un flujo cíclico que implica: extraer, transformar, distribuir, usar y recuperar los materiales y la energía de productos y servicios. Los campos de acción de este modelo son los que se aprecian en la siguiente tabla:

Tabla 5

Campos de acción de la teoría de modelo circular

Campos de acción
Extraer: Refiere a la forma en que las industrias toman recurso del entorno, las empresas deben efectuar un uso más eficaz y responsable de recursos biológicos (basados en criterios medioambientales las empresas pueden seleccionar sus proveedores y los materiales).
Transformar: Obtenidos los recursos, inmediatamente se procura el desarrollo de mejores prácticas tecnológicas e innovaciones ecológicas (procurando que el proceso realizado sea el mejor sostenible posible, así como el producto y el servicio).
Distribuir: Las empresas deben garantizar la trazabilidad de sus productos de manera eficiente, reducir el impacto ambiental, en embalajes, rutas, así como en distintas prácticas,

como la logística inversa. En esta fase se desarrolla la logística para la entrega del producto y servicio al cliente.

Usar: El producto se encuentra a disposición de los consumidores o de otras empresas; la economía circular propone reducir el impacto de la energía asociada al uso del producto o la eficiencia del propio producto. La eficiencia del producto, puede ser perfeccionada con su reutilización (producto de segunda mano o reparación). Las empresas deberán innovar en modelos de negocio: Primero: permitir al cliente devolver el producto después de su uso y extender su ciclo de vida a través de servicios de postventa o mantenimiento, Segundo: promoviendo el sistema de modelo de servicio al producto, es decir, usar el servicio de bienes tangibles a través de servicios. De tal forma que la propiedad y gestión del bien la mantiene el productor o distribuidor del servicio. En este campo de acción la innovación es el modelo de negocio debe estar correctamente alineado con canales de distribución y comunicación con el cliente, para que la generación del valor sea optima y se cierre el ciclo de materiales y energía.

Recuperar: Los residuos pueden ser recuperados como recurso biológico o técnico, (biológicamente puede ser devuelto a la biosfera, mientras que técnicamente puede ser reincorporado a un proceso industrial).

Fuente: (Prieto, Jara y Ormazabal, 2017)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Este modelo de economía circular promueve el incentivo del aprovechamiento de los recursos a través de la reducción, reciclaje de residuos en procesos de producción a diferente escala, y reúso, cuyo propósito es generar una economía sostenible que conlleva beneficios para todos los sectores del país. (Ministerio de Producción-Comercio Exterior-Inversiones-Pesca, 2021)

2.2.4 Teoría de la Economía Social y Solidaria. - Teoría que hasta el año 2007 se encontraba aún en construcción, la cual se refiere a las limitaciones de la teoría de desarrollo centrada solamente en el crecimiento económico, planteando un nuevo rol de la economía como ciencia, de manera articulada con la sociedad y en diálogo fructífero de otras ciencias sociales.

Esta teoría compite con otros planteamientos recientes tales como: “el decrecimiento” de Sergio Latouche (2007); “economía participativa” de Michael Albert (2005), y con otras que posiblemente surjan en la medida de que constata un agotamiento y crisis del modelo de economía capitalista.

El surgimiento de todas estas teorías tiene un denominador común que se refiere a la falacia de crecimiento económico como sinónimo de crecimiento y la necesidad de reinsertar a la economía en la colectividad. Esta idea surge de

la obra la “Gran Transformación”, trabajo seminal que es autoría de Karl Polanyi (2000), como lo afirma el autor (Martínez, 2009)

Esta teoría, tiene sus inicios en el Ecuador en un momento de crucial importancia, debido al cambio de modelo político y de la búsqueda de alternativas económicas al modelo neoliberal que predominó en los últimos 20 años. La Constitución del año 2008, hace referencia de esta teoría en algunos párrafos de dicha norma legal.

De esta forma, se puede manifestar que los elementos que conforman la teoría de la economía social y solidaria son: En primer lugar, A) La consolidación de comportamientos solidarios, seguido de B) Una economía incluyente, C) Centrada en el valor uso, y D) Que no excluye al estado ni al mercado. Como se puede deducir los tres primeros elementos guardan una estrecha relación con la construcción de una economía que se funda en prácticas de solidaridad, que de algún modo están presentes entre los productores más pobres de nuestra sociedad. El último elemento, contradice abiertamente a las anteriores, salvo que esto signifique la construcción desde una economía basada en tendencias anteriores y el mercado sea resultado de estas prácticas solidarias; tratándose de otro tipo de sociedad, y no de la capitalista.

Esta teoría de economía social y solidaria destaca su experiencia en América Latina, especialmente en países como Brasil, donde ha alcanzado a institucionalizar su economía social y solidaria. Otro país que podemos mencionar es Argentina, que responde más a una coyuntura de crisis económica que afectó a ese país, especialmente en la década de los noventa.

La economía social y solidaria en el vecino país Brasil, se da como respuesta a la contradicción entre democracia y capitalismo, implicando de esta forma el importante rol que tiene el Estado, para “redistribuir” apoyando a los pequeños productores de mercancías, asociaciones de productores, economía doméstica, de igual forma, a la gobernanza, esto es, en procesos de negociaciones entre movimientos sociales y empresarios.

Sin embargo, este tipo de institucionalización de economía solidaria ha generado grandes expectativas entre varios tipos de beneficiarios, es decir, un alto conjunto heterogéneo de productores, quienes actualmente, se han convertido en un mecanismo de presión sobre los recursos públicos, dentro de

una verdadera maraña de burócratas en la cual se encuentra inmersa y atrapada esta economía solidaria.

Por otro lado, en el caso de Argentina, esta economía no se encuentra institucionalizada como es el caso de Brasil, sino más bien, la existencia de experiencias puntuales que no dejan de ser interesantes, en la medida que permite abrir la reflexión sobre iniciativas de implementación y sus limitantes dentro del marco de una sociedad capitalista en la cual están inscritas.

Asimismo, hay que considerar la importancia de las tendencias que se dan en aquellos países donde la economía solidaria esta mayormente implementada, es decir, principalmente toca mirar hacia Europa o región de Quebec en Canadá. Para los analistas de sociedades desarrolladas, esta teoría de economía social y solidaria cumple un rol muy eficaz en menguar los efectos de la crisis capitalista.

Por tanto, para unos, quizás se trata de una pieza social eficaz, que permita que una sociedad de mercado amortice los efectos del desempleo, la mundialización, y la exclusión. Para otros, es posiblemente, la coartada de un liberalismo que tolera, por el momento entre 6 y 10% de la economía, como una solución de escape a la dictadura de los mercados (Motchane, 2001; Citado por Martínez, 2009, pág. 112)

Finalmente, debido a la crisis capitalista en la actualidad, es importante manifestar que se debe aprovechar esta coyuntura para repensar la realidad en forma creadora y utópica, debido a que los modelos del centro, también se encuentra en crisis. Es importante abrir nuevos debates que permitan abrir discusiones sobre otras alternativas económicas de mercado, pero también es importante efectuar una reflexión profunda sobre nuestra heterogénea realidad. Hay que ser capaces de construir respuestas adecuadas y sustentadas para superar ese costoso mal hábito de aplicar mecanismos que no son adecuados para nuestras economías y que vienen de países del norte.

2.2.5 Teoría del Desarrollo Regional y Local. – Esta concepción expone múltiples conceptos, ideas, modelos y experiencias de forma sistematizada. Seguido, se expone un recorrido por algunas de estas concepciones:

2.2.5.1 Modelo Neoclásico de Crecimiento Regional. - Para este modelo la variable clásica es la fluctuación regional, y la tasa de crecimiento del capital per cápita, lo cual determina el nivel de productividad de la mano de obra, de los salarios y de la renta por habitante. Respecto a condiciones de mercado, afirma, el trabajo se desplazará de las regiones atrasadas a las regiones avanzadas y el capital lo hará en dirección opuesta; la tasa de rendimiento marginal suele ser mayor en aquellas regiones en que los salarios y el capital per cápita son más bajos.

La realidad muestra que la expansión hacia regiones menos favorables se produce en caso de producciones de tipo tradicional (productos de escaso crecimiento), elaborados con tecnología y procesos de producción estándar y mano de obra con bajo nivel de especialidad.

2.2.5.2 Modelo Acumulativo en Relaciones Interregionales. - A diferencia de este modelo, mientras que, en el Modelo Neoclásico de Crecimiento Regional, la variable clásica era la fluctuación regional, y la tasa de crecimiento del capital per cápita, lo cual determinaba el nivel de productividad de la mano de obras y de los salarios, así como la renta por habitante. En este nuevo modelo, la inversión es producida en base de la dimensión de crecimiento y del crecimiento esperado de la demanda, local y extrema.

Para lo cual, las regiones avanzadas aprovechan un doble proceso, el mismo que se describe: En primer lugar, el crecimiento inicial de una determinada región, genera flujo de inmigración, el mismo que a su vez desata la creación de un mercado interno más amplio, hecho que hace que se estimule inversiones. En segundo Lugar, la existencia de economías de escala y aglomeramiento, y la adaptación de innovaciones de proceso que acompañan a las nuevas inversiones y bienes de capital, aumentado la productividad y competitividad de economía local, permitiendo atraer nuevas demandas externas.

Por otro lado, la expansión de importaciones produce aumento del empleo, nuevos flujos de inmigrantes y más desarrollo. Para este efecto, las regiones menos favorecidas entran a un proceso acumulativo de carácter opuesto, registrando emigración, disminución de demanda interna, y reducción

del proceso de acumulación de la inversión. Generalmente, este tipo de regiones suelen perder lo mejor de mano de obra, que se traslada a regiones avanzadas.

2.2.5.3 Teoría de los Polos de crecimiento. - Conocida como teoría de los Polos de desarrollo, asociada a los autores Perroux y Boudeville, tiene en común con el modelo acumulativo en relaciones interregionales, la atención que presta a los procesos acumulativos y de localización, centrándose en la demanda.

El punto de partida de esta teoría, es una unidad de producción “clave” localizada de forma exógena, por decisión de una autoridad, por azar, etc., dentro de una zona económicamente atrasada.

2.2.5.3.1 Las Estrategias de Desarrollo Rural Integrado. – Este modelo de propuesta es considerada como complementaria a la teoría de los polos de desarrollo en América Latina, la cual se enfoca especialmente en las distintas áreas productivas y territoriales de las que se privilegiaban las de polarización. Entre sus antecedentes más destacados e importantes, y soportes teóricos en la experiencia de desarrollo agrícola cooperativo de Israel, se constituye en una propuesta y modalidad de planificación regional que se fundamenta en la idea de región como “cruce de funciones”, por una parte, entre los distintos niveles de planificación (nacional a local), y por otra parte las distintas disciplinas o sectores de planificación.

Este enfoque, manifiesta que el desarrollo rural es el resultado de la coordinación a nivel regional de los objetivos planteados por la política de desarrollo a nivel nacional y de las necesidades particulares a nivel local de cada una de las unidades de producción. El crecimiento del sector agrícola se constituye en factor clave para el desarrollo rural, su fomento exige el desarrollo simultáneo de todos los sectores de la economía.

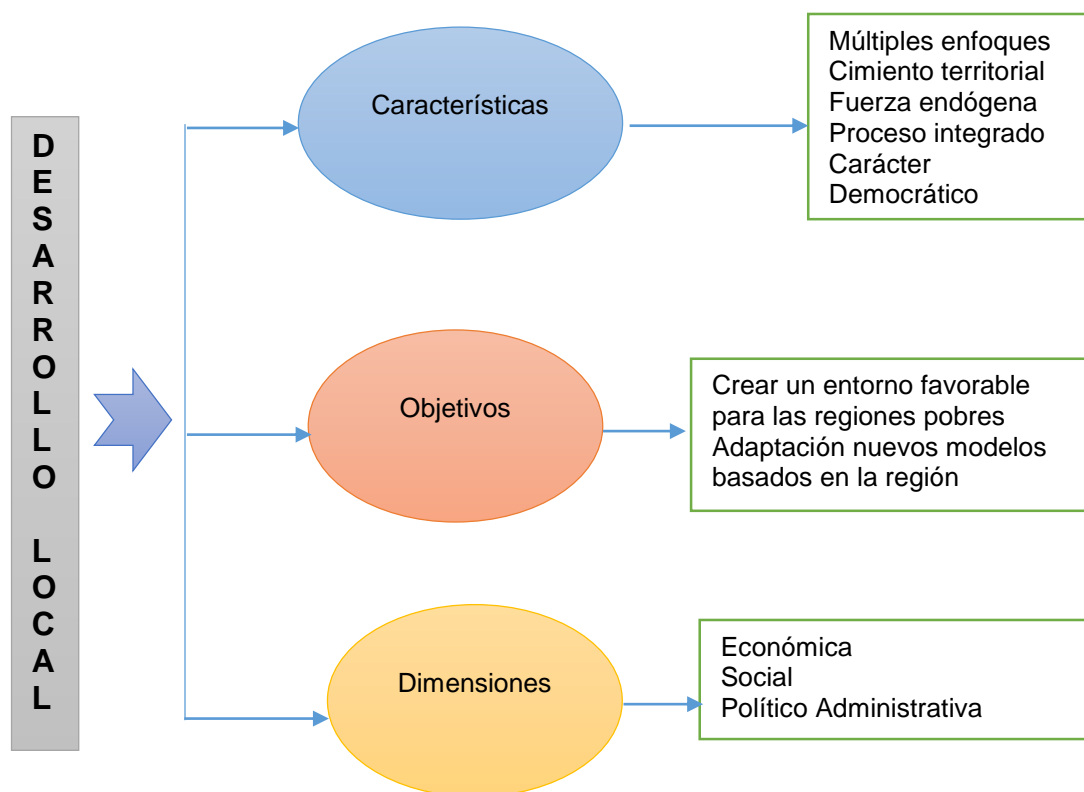
El desarrollo abarca aspectos económicos, sociales, físicos e institucionales, por lo tanto, la planificación comprenderá el tratamiento coordinado de los tres sectores económicos. Para su aplicación integral, requiere de: a) Profundas transformaciones estructurales en las formas de propiedad y tenencia de la tierra rural, b) La distribución y tamaño de establecimientos agrícolas; c) Los mecanismos imperantes para comercialización de producción

agropecuaria, d) Las condiciones vigentes para el crédito rural y para asistencia técnica, entre otros. Que muchas veces han sido impedimentos insuperables en la aplicación de políticas. (Ingaramo, Bianchi y Vivenza, 2009)

2.2.5.3.2 Desarrollo Local: Su origen e inicio data de la década de los años setenta, se basa en la aplicación de teorías del desarrollo endógeno centrada en el análisis de experiencias territoriales centrales. En esta época ocurrieron algunos acontecimientos que provocan el desestabilizamiento del sistema que rige hasta los actuales momentos y se destruya el sistema de producción tradicional. (Romero, 2017)

Figura 1

Bases del Desarrollo Local



Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

El desarrollo local es un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural diseñado para mejorar el nivel de vida de la población local, en el cual se identifican tres dimensiones: económica, social y política administrativa. La primera dimensión, se encuentra conformada por los empresarios locales,

quienes usan su capacidad para organizar los factores productivos locales, de acuerdo a los niveles de productividad suficientes, con el objetivo de ser competitivos en los mercados.

Asimismo, la segunda dimensión, se refiere a los valores y las instituciones, los cuales son considerados la base para el proceso de desarrollo, y la última dimensión es aquella en la cual las políticas territoriales permiten crear entorno económico local favorable, las mismas que protegen estos entornos de interferencias externas y permiten impulsar el desarrollo local. (Vásquez, 1988; Citado por Romero, 2017)

2.2.6 Modelo Embudo de Conversión Tradicional.- Este modelo es aplicable a empresas relacionadas con el Marketing Digital, la esencia de este modelo radica en la fórmula AIDA, siglas que significan (Atención o atracción, Interés, Deseo y Acción), que son las cuatro etapas que lo comprenden. (Yáñez, 2019)

Un embudo de conversión es un proceso o sistema de adquisición de clientes que tiene un determinado negocio; conocido como embudo por el flujo que representa: Se encuentra dividido en fases que siguen un proceso lógico y emocional en la toma de decisiones. El embudo se determina en base a cada una de las fases, debido al volumen de personas que van de mayor a menor, y que se van filtrando como una especie de embudo.

Es muy importante trabajar con este modelo, porque la respuesta final de conversión del enfoca todos tus esfuerzos de Marketing y Ventas en el resultado final que se buscaba (nuevos clientes y nuevas compras/transacciones). (Correa, 2020)

2.2.7 Modelo FODA. - Este modelo consiste en una técnica que se utiliza para identificar las Fortalezas, las Oportunidades, las debilidades y las amenazas, su propósito es desarrollar un plan estratégico para el negocio. (Pursell, 2023)

Este modelo cuando se analiza en conjunto dentro del marco FODA, ofrece una perspectiva más general del estado en que se encuentra el negocio, y cuál es el siguiente paso a seguir. Las fortalezas de FODA o DAFO se refieren a las iniciativas o estrategias internas que utiliza la organización y que han dado

resultados positivos para que la empresa funcione bien, las mismas que pueden ser comparadas con otras estrategias o costado competitivo externo. (Raeburn, 2021)

Las debilidades en FODA, hacen referencia a lo que no está funcionando como debe ser en el negocio, es importantes antes de analizar las debilidades focalizar las fortalezas para generar referencias sobre el éxito o fracaso. La identificación de debilidades internas son el punto de partida para empezar a mejorar el negocio o el proyecto.

Las oportunidades en FODA, son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto a cualquier iniciativa de tipo externa que te colocará en una posición competitiva mucho más sólida. Es muy importante considerar los siguientes puntos antes de empezar a analizar las oportunidades: a) Saber que recursos podemos usar para mejorar las áreas donde se presentan las debilidades, b) Conocer la existencia de brechas de mercado en nuestros servicios, c) Conocer y pronosticar las metas de este año.

Las amenazas en FODA, Se refiere a las áreas donde existe el potencial que va a causar problemas. Difieren de las debilidades, puesto que las amenazas son externas, y están fuera de nuestro control. Un ejemplo a citarse podría ser la Pandemia COVID-19.

Finalmente, una matriz de FODA puede ser desarrollada con representaciones visuales de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esta matriz es excelente para recabar información y documentar las preguntas que te llevarán a la correcta toma de decisiones. No sólo es de utilidad para tenerla a mano y posterior consulta, sino para visualizar los patrones que puedan resultar de su construcción.

2.2.8 Modelos o experiencias análogas:

2.2.8.1 Modelo E.F.Q.M. de Excelencia. - La European Foundation for Quality Management (E.F.Q.M.), que traducido al español es Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, fue creada en 1988, este modelo que se relaciona con la gestión de calidad total. Consta de 9 criterios y 32 sub-criterios y 298 áreas a contemplar, entre los principales criterios que intervienen están: el liderazgo,

Política y Estrategia, Alianzas y recursos, Personas, Procesos, Resultados en clientes, en personas, en la Sociedad, y Resultados claves.

La misión de este modelo es “ser la fuerza que impulsa la Excelencia de las organizaciones europeas de manera sostenida”, su visión radica en “un mundo en que las organizaciones europeas sobresalgan por su Excelencia.”; cuenta en la actualidad con un número de miembros mayor a los 700. (Gobierno de la Rioja, 2014)

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL

2.3.1 Emprendimiento en Ecuador. - La Pandemia COVID-19 ha sido una enorme prueba en el tejido productivo de la economía ecuatoriana, la cual ha revelado un sinnúmero de debilidades, la más importante es la falta de innovación. El Ecuador no es un país con mayor emprendimiento de Latino América, pero sí el segundo país más emprendedor, atrás de Chile. El Ecuador, es un país de los últimos en innovarse, está posicionado en el puesto 99 de 131 países, según la publicación de Global Innovation Index. (Coba, 2021)

La innovación produce cambios significativos en los productos, servicios, procesos y cadena de valor de las empresas que tienen como propósito obtener mejores resultados. La innovación es importante para los negocios, debido a que el mercado demanda soluciones prácticas a un menor costo; es en este preciso momento que entra la innovación para romper cualquier status en las empresas, las que deben dar soluciones conforme a los paradigmas establecidos.

Además, la innovación permite alcanzar lo que el mercado está buscando, además debe tenerse en cuenta que si innovamos debe existir un componente tecnológico y la disrupción, para hacer algo diferente y generar impacto.

Por otro lado, el emprendimiento en el Ecuador se ha desarrollado de acuerdo a varios reportes internacionales, debido a la propensión a emprender y la percepción del emprendedor por parte de la sociedad, la misma que se encuentra entre las más altas del mundo, mientras que la innovación se ha convertido en un eje fundamental, gracias a la propuesta del Gobierno por transformar la matriz productiva.

En base a esto, surge el emprendedor-innovador ecuatoriano como agente de cambio que busca mejorar las condiciones de vida de sus colaboradores, familia, amigos, consumidores y comunidad. Existen en la actualidad algunos estudios desarrollados respecto al tema del emprendimiento, se puede mencionar por ejemplo el que realizó en el año 2020, La Alianza para el Emprendimiento y la Innovación, donde realizó un trabajo estructurado de análisis de ecosistema para identificar los desafíos que debe superar el Ecuador para convertirse en uno de los países más atractivos para emprender. (Alianza emprendimiento e innovación - AEI, 2014)

2.3.2 Microempresa. – Se definen a todas aquellas entidades de producción de bienes o servicios, y que han demostrado en la actualidad ser un medio efectivo para dinamizar la economía en la sociedad, a través de la ejecución de las distintas actividades productivas. En países en vía de desarrollo ocupa un lugar preponderante. (Bustamante y Santistevan, 2018)

2.3.3 Comercio Formal. – El comercio formal está sujeto a determinadas normas de un país donde efectúa dicha actividad, amparándose en estatutos legales vigentes con forme al ordenamiento jurídico. Para el desarrollo de sus actividades requiere de reglas claras y justas con el fin de garantizar los productos que se ofertan al consumidor. (Camara de Industria de Guatemala, 2021)

2.3.4 Diagnóstico Social y Económico. – Es un análisis que consiste en la realización de inventario de los disfuncionamientos que se presentan en una determinada empresa y como resultado del análisis del efecto financiero que han generado dichos disfuncionamientos. Este análisis tiene como propósito ayudar en la dirección de una evaluación precisa de las consecuencias financieras de los disfuncionamientos. Este diagnóstico se apoya en el empleo de diversas técnicas para la recolección de datos que con llevan a una serie de pasos que requieren de una determinada secuencia.

Entre los pasos a seguir dentro del proceso se encuentran: a) Entrevista con el micro espacio, b) Observación del micro espacio, c) Entrevista y observación para identificar los disfuncionamientos, d) Codificación de entrevistas, e) Recopilación y análisis de documentos, f) Entrevistas y

observación para identificar costos ocultos, y g) Análisis de datos y presentación de los resultados. (Savall, 1978; Citado por Ruiz, Bodes y Dominicis, 2016)

2.4 Marco Legal:

Las bases legales que forman parte del fundamento jurídico de la presente investigación científica se sustenta en las siguientes normas que forma parte del ordenamiento jurídico ecuatoriano vigente. El detalle es el que sigue a continuación se encuentra de acuerdo al orden jerárquico de las normas:

Legislación y normativa aplicable desde la Constitución 2008 de la República del Ecuador.

Respecto de la aplicación de políticas económicas, tributarias, arancelarias, aduaneras, de comercio exterior, fiscales y de endeudamiento, la Constitución establece claramente en el artículo 261, en su numeral 5 que: “El Gobierno Central dentro de sus competencias exclusivas se encuentran las siguientes: “(...), numeral 5.- Las políticas de los sectores económicos, tributario, aduanero, arancelario; fiscal, monetario; como el sector de comercio exterior y de endeudamiento”. (Constitución República del Ecuador, 2008, p. 261). El Estado como ente rector es el encargado de dictar, modificar y establecer nuevas políticas que ayuden a regular y a mejorar el comercio y cualquier otra actividad de tipo económica en el Ecuador”.

Asimismo, este mismo cuerpo legal señala dentro de la política comercial, los siguientes objetivos consagrados en el art. 304:

Objetivos: El primer objetivo está encaminado al desarrollo, fortalecimiento y dinamización de mercados internos a través del cumplimiento del objetivo estratégico señalado en el Plan Nacional de desarrollo. El segundo objetivo se enfoca en la regulación, promoción y ejecución de las diversas acciones correspondientes que permitan impulsar la inserción estratégica del país dentro de la economía mundial. El tercer objetivo de la Carta Fundamental se enmarca en el fortalecimiento del aparato productivo y de la producción

nacional, por consiguiente, el cuarto objetivo garantiza la soberanía alimentaria y energética, así como la reducción de las desigualdades internas; el quinto objetivo se enfoca en impulsar el desarrollo económico de escala y del comercio justo. Finalmente, el sexto objetivo se encamina en evitar que se realicen prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y cualquier otra que afecte el funcionamiento de los mercados. (Constitución República del Ecuador, 2008, p. 130)

Igualmente, la Constitución en el art. 335 consagra que:

El Estado es competente para regular, controlar e intervenir, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; asimismo, está facultado para sancionar la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de bienes y servicios; o toda forma que perjudique los derechos económicos, bienes públicos y/o colectivos. (Constitución República del Ecuador, 2008, p. 154)

Por otra parte, el Estado determinará una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado, y alguna otra práctica de competencia desleal que perjudique el intercambio comercial en el país. (Constitución República del Ecuador, 2008, p. 154)

Finalmente, la Constitución en el art. 336 manifiesta. Que:

El Estado impulsará y velará porque se realice actividades de comercio justo, como son los medios de acceso a bienes y servicios de calidad, igualmente, que se minimice las distorsiones de la intermediación y se promueva la sustentabilidad. De igual forma, el Estado mediante el fomento de competencias en igualdad de condiciones y oportunidades, asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados, lo cual definirá mediante norma expresa. (Constitución República del Ecuador, 2008, p. 154)

Por otro lado, otra norma relacionada con esta investigación científica es la **Ley Orgánica para el desarrollo económico y sostenibilidad Fiscal**, la cual manifiesta en su art. 237 sobre buenas practicas regulatorias el objeto y ámbito

de esta ley orgánica, la cual establece que: “El objeto de esta Ley consiste en la promoción del comercio, el desarrollo económico, y la inversión, a través de buenas prácticas regulatorias, tendientes a reducir o eliminar regulaciones innecesarias, onerosas, repetitivas o contradictorias”. (Ley Orgánica para Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, 2021, p. 51)

Por consiguiente, esta misma ley establece en el art. 248, sobre las solicitudes de revisión lo siguiente:

Toda persona interesada tendrá la oportunidad de presentar solicitudes escritas ante cualquier autoridad reguladora, para su correspondiente emisión, modificación, o derogación de regulación. Dichas solicitudes podrán basarse, en hechos que, a juicio de la persona interesada, la regulación se ha vuelto ineficaz e improductiva para proteger su salud, bienestar, o seguridad; es decir, el trámite se ha vuelto más oneroso (pesado) de lo necesario para alcanzar su objetivo.

Se cita, por ejemplo, respecto a su impacto en el comercio; o cuando la regulación no tiene en cuenta las nuevas circunstancias, (...), o que ésta se basa en información incorrecta, desactualizada u obsoleta. Por lo tanto, La autoridad reguladora está obligada a dar respuesta a la solicitud de revisión, conforme las reglas del procedimiento administrativo. (Ley Orgánica para Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, 2021, p. 53)

Norma Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero del Ecuador

La Economía popular y solidaria forma parte del sistema económico, social y solidario conforme lo establece la Constitución desde el año 2008. La presente norma de Economía popular y solidaria se fundamenta en la construcción de una sociedad que se sustenta en la conveniencia humana, la solidaridad y el planeta, a través de la organización, la comunidad y cooperatividad, asimismo, las distintas formas de producción y transformaciones políticas que buscan mejorar la calidad de vida y el bien común. (Fondo Ítalo-Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible FIEDS, 2021)

Esta economía popular y solidaria se fundamenta en los siguientes principios, conforme lo establece el art. 4 de esta misma Ley:

Principios. – Esta ley de economía popular y solidaria consagra que las personas individuales y colectivas; sean éstas personas naturales o jurídicas, o a vez comunidades, pueblos u organizaciones amparadas bajo esta norma, se regirán por los siguientes principios en el desenvolvimiento de sus actividades, según corresponda: a) El principio de búsqueda del bien común y el buen vivir; b) Principio de prelación de la jornada de trabajo sobre el capital e intereses colectivos sobre los individuales; y c) Principio de comercio justo y consumo ético y responsable (...) (Ley Economía Popular y Solidaria Sistema Financiero, 2011, p. 3)

Por otra parte; este mismo cuerpo legal establece en el art. 137.- Medidas de promoción. - El Estado establecerá las siguientes medidas de promoción a favor de las personas y organizaciones amparadas bajo esta Ley: a) Promoción de asociación a través de planes y programas públicos; b) Propender la remoción de obstáculos administrativos que prohíban el ejercicio de actividades; c) Facilitar el acceso a la innovación tecnológica y organizativa; d) Fomentará el comercio e intercambio justo y el consumo responsable; (...). (Ley Economía Popular y Solidaria Sistema Financiero, 2011)

Código Orgánico de Comercio

Art. 1.- El Código de Comercio, es la norma que rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y en actos y contratos de comercio; aunque éstos sean ejecutados por personas no comerciantes. (Código de Comercio, 2019, p. 3)

Art. 3.- Los principios que rigen esta ley son los siguientes: “a) Libertad de actividad comercial; b) Transparencia; c) Buena fe; d) Licitud de la actividad comercial; e) Responsabilidad social y ambiental; f) Comercio justo; g) Equidad de género; h) Solidaridad; i) Identidad cultural; y, j) Respeto a los derechos del consumidor”. (Código de Comercio, 2019, p. 3) . Y demás artículos referentes a la actividad comercial y al tema en cuestión.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida del Ecuador
(Plan Nacional Desarrollo Toda una vida, 2017-2021)

El eje 2 de este Plan de desarrollo, se refiere a “Economía al servicio de la sociedad” y establece dentro de sus objetivos lo siguiente:

Objetivo 4

El Objetivo 4 del Plan Nacional de Desarrollo 2017 -2021, se fundamenta en Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización (Plan Nacional Desarrollo Toda una vida, 2017-2021, p. 76).

El punto 4.10 se refiere a una de las políticas establecidas dentro del objetivo 4 que manifiesta lo siguiente: **4.10** Promoción de competencia en mercados a través de regulación y controles eficaces, en concentración del poder, fallas en mercado y cualquier práctica monopólica, que generen condiciones idóneas para el crecimiento de actividad económica, inclusión de nuevos actores productivos y comercio justo, que coadyuve al mejoramiento en la calidad de bienes y servicios para beneficio de su clientela. (Plan Nacional Desarrollo Toda una vida, 2017-2021, p. 79)

Por otro lado, el objetivo 8 de este mismo Plan de Desarrollo tiene como objetivo principal:

Objetivo 8

Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social, las mesas de diálogo concentrarán sus propuestas en temas de transparencia y propuestas de reforma regulatorias. (Plan Nacional Desarrollo Toda una vida, 2017-2021, p. 103)

Entre las principales políticas fijadas dentro del objetivo 8 se encuentra la siguiente: **8.5.** Promoción de un pacto ético nacional e internacional para alcanzar justicia económica, la eliminación de paraísos fiscales, el combate a la defraudación fiscal y el comercio justo global. (Plan Nacional Desarrollo Toda una vida, 2017-2021, p. 103)

Plan Nacional de Oportunidades 2021-2025 del Ecuador

El Plan de oportunidades del Gobierno actual, consta de 16 objetivos. Dentro de los objetivos de desarrollo sostenible ODS, se encuentra el objetivo 2, el cual establece lo siguiente:

Objetivo 2:

Este objetivo busca impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional. (Plan de Oportunidades 2021-2025 del Ecuador, 2021, p. 18)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología empleada en el desarrollo de la presente investigación es la que se describe a continuación de este apartado, y se basó en el método deductivo, puesto que se partió de premisas de un razonamiento general y lógico hasta llegar a lo particular de un hecho concreto.

3.1 Enfoque de la investigación:

El trabajo investigación se desarrolló mediante el uso de enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo; debido a las cualidades que posee dicho enfoque, lo que permitió que el objeto de estudio sea investigado de forma amplia y con mayor profundidad, lo que permitió una mayor posibilidad de amplitud de sus dimensiones; e implicó un mayor alcance en su estudio.

Dentro del enfoque cuantitativo se utilizó los métodos estadístico y deductivo para determinar los índices de las variables de nivel social y económico de los comerciantes formales del Mercado Colon del Cantón Milagro. Mientras que el enfoque cualitativo se aplicó conjuntamente con el método inductivo para determinar las cualidades respecto de la situación socio-económica del comercio post pandemia COVID-19.

De esta forma, se definió con mayor exactitud las razones del comportamiento de las variables en los distintos escenarios del antes y el después de la pandemia en el comercio formal del Mercado Colon, Cantón Milagro, Provincia Guayas. En virtud de lo antes mencionado la autora Cedeño, (2012) señala que: “El método mixto se ha consolidado en el mundo, porque es reconocido como un enfoque que presenta varias perspectivas en su utilización, método que consiste en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio cuya finalidad es obtener un retrato más completo del fenómeno de estudio”. (Cedeño, 2012)

3.2 Alcance de la investigación

El alcance que tuvo la presente investigación fue el que se describe a continuación:

Descriptivo: Este alcance descriptivo fue usado para especificar las cualidades de las variables que intervinieron en el objeto de estudio de la investigación científica, el cual fue de gran utilidad para precisar la búsqueda de la información, así como en la recolección de los datos especialmente para establecer la información del diseño de la encuesta.

3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas empleadas en el desarrollo de esta investigación científica fueron: la encuesta y de la entrevista.

Encuesta: esta técnica se utilizó durante la recolección de datos y sirvió para efectuar las consultas sobre la información socio-económica de los comerciantes formales del Mercado Colon, Cantón Milagro, Provincia Guayas.

Entrevista: Esta técnica fue utilizada para realizar las respectivas consultas a los expertos del tema, y de los comerciantes a fin de obtener un criterio profesional, de mayor aporte y objetividad respecto de la temática de estudio.

3.4 Población y muestra:

Para efectos de la investigación científica la población y la muestra se determinó bajo el siguiente esquema:

- Población: Corresponde al universo de estudio que abarcó a todos los comerciantes formales del Mercado Colon del Cantón Milagro, comprendidos entre los años 2019 al 2022.
- Se determinó que la muestra fue de tipo representativo.
- Para efectuar el análisis de los datos de la investigación científica se utilizó el muestreo de conveniencia.

3.5 Análisis de resultados

Los resultados presentados en este apartado guardan relación con los objetivos específicos declarados en el capítulo I de esta investigación.

3.5.1 Situación socioeconómica actual de los comerciantes formales del Mercado Colon del Cantón Milagro, Provincia Guayas

Figura 2

Comercio Formal Mercado Colon, Milagro, Guayas, Ecuador, 2023



Fuente: (Google Earth, 2022)

Reseña Mercado Colon, Milagro, Guayas

El Mercado Colon se encuentra se encuentra Ubicado en la ciudad de Milagro, Provincia Guayas, Ecuador.

Cuenta con 89 locales comerciales a disposición de la ciudadanía en general

Actualmente laboran 59 locales comerciales

Existe 30 locales comerciales desocupados

El mercado cuenta con área de ventas de legumbres, frutas, carnes, pescado, pollo, porcino, lácteos, huevos, aliños, y demás víveres de primera necesidad, adicional cuenta con parqueadero, patio de comida, y locales con vista externa para cualquier actividad comercial adicional.

El Horario de atención del Mercado es: 6h00 a.m. hasta 18h00

Días de labores: Este mercado, labora todos los días del año

3.5.1.1 Resultados obtenidos a partir de la encuesta

Información Personal

Género

Tabla 6

Género que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

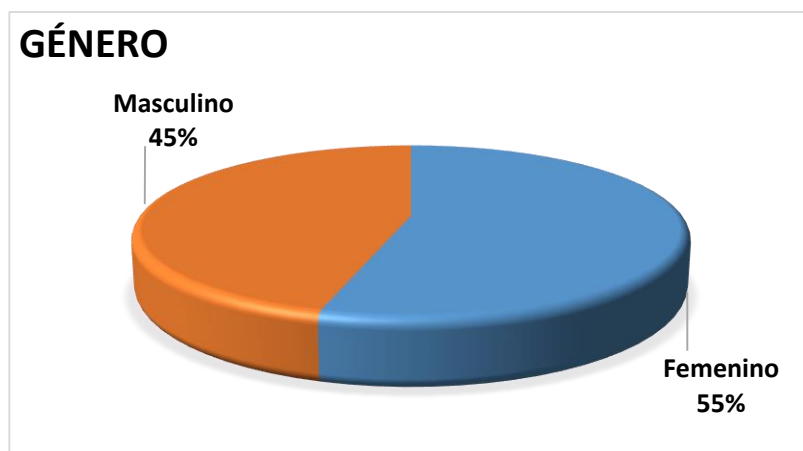
Opciones	Indicador	Encuestados
Femenino	54,55	32
Masculino	45,45	27
	100,00	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 1

Género que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 6, Gráfico 1, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, la mayor parte son mujeres, siendo los resultados del muestreo los siguientes: 55% femenino y 45% masculino.

Edad

Tabla 7

Edad que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

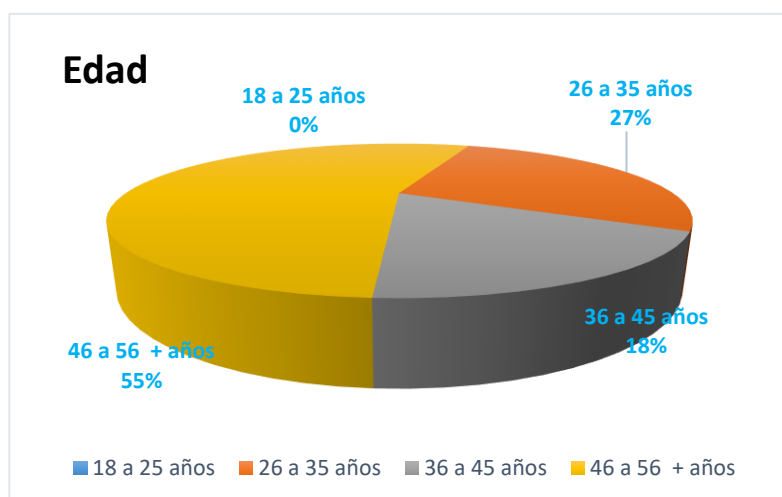
Opciones	Indicador	Encuestados
18 a 25 años	0	0
26 a 35 años	27,27	16
36 a 45 años	18,18	11
46 a 56 + años	54,55	32
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 2

Edad que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 7, Grafico 2, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, en su mayor parte son de edades comprendidas entre los 46 a 56 + años en adelante, es decir, son adultos experimentados, no hay comerciantes en el rango de edad más joven (18 a 25 años); siendo los resultados del muestreo los siguientes: adultos experimentados 55%, seguidos de jóvenes en edades comprendidas entre 26 a 35 años con 27%, posteriormente adultos en edades comprendidas entre 36 a 45 años con un 18%

y jóvenes 18 a 25 años 0%. Determinándose que las edades de los comerciantes van en rango de 26 a 56 años.

Estado civil

Tabla 8

Estado civil que tienen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

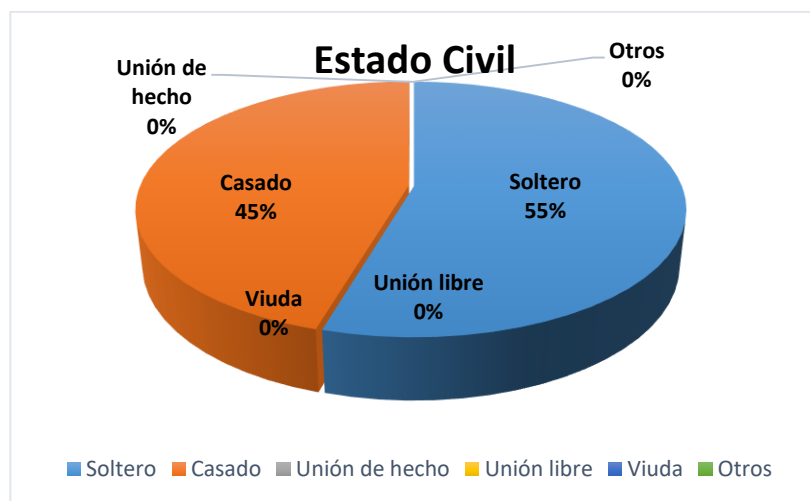
Opciones	Indicador	Encuestados
Soltero	54,55	32
Casado	45,45	27
Unión de hecho	0	0
Unión libre	0	0
Viuda	0	0
Otros	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 3

Estado civil que tienen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 8, Gráfico 3, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro la mayor parte son solteros y casados, siendo los resultados del muestreo los siguientes: 55% solteros, 45% casados, los demás estados civiles con porcentaje de 0%.

Etnia

Tabla 9

Etnia que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

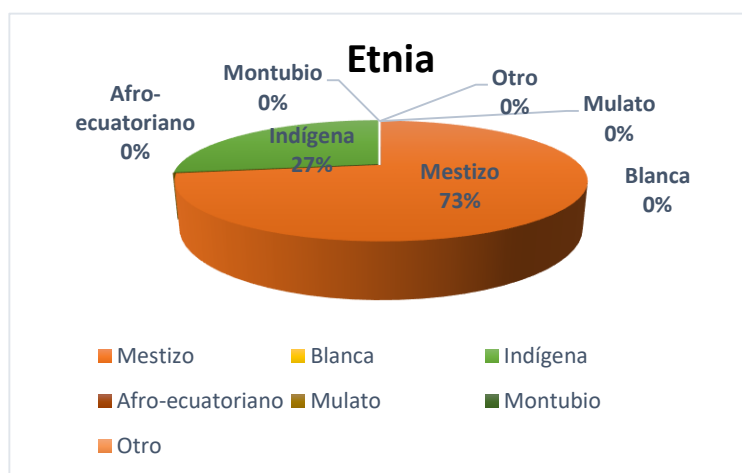
Opciones	Indicador	Encuestados
Mestizo	72,73	43
Blanca	0	0
Indígena	27,27	16
Afro-ecuatoriano	0	0
Mulato	0	0
Montubio	0	0
Otro	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 4

Etnia que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 9, Gráfico 4, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro la mayor parte son mestizos, seguidos de los indígenas, siendo los resultados del muestreo los siguientes: 73% etnia mestiza, 27% etnia indígena, el resto de las opciones tales como afro ecuatoriano, blancos, mulatos, montubios y otros con 0%.

Lugar de Nacimiento

Tabla 10

Lugar de Nacimiento de los comerciantes pertenecientes al Comercio formal Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

Opciones	Indicador	Encuestados
Milagro	54,55	32
Colta	27,27	16
Riobamba	18,18	11
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaan, G. (2023)

Gráfico 5

Lugar de Nacimiento de los Comerciantes pertenecientes del Comercio formal Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Bajaan, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 10, Gráfico 5, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro la mayor parte son Milagreños, Chimboracense (Riobamba y Colta), siendo los resultados del muestreo los siguientes: 55% Milagreños, Chimboracenses provenientes de Colta 27%, y 18% de Riobamba.

Antigüedad en local

Tabla 11

Antigüedad que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

Opciones	Indicador	Encuestados
1 a 5 años	18,18	11
6 a 10 años	36,37	21
11 a 15 años	27,27	16
16 a 20 + años	18,18	11
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 6

Antigüedad que poseen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 11, Gráfico 6, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, en su gran mayoría poseen una antigüedad considerable, siendo los resultados del muestreo los siguientes: 37% rango de 6 a 10 años, 27% rango 11 a 15 años, 18% rango 16 a 20 años y 18% 1 a 5 años respectivamente. Por lo que se concluye manifestando que los propietarios de los negocios en su gran mayoría poseen una buena experiencia en el manejo de este tipo de negocios.

Visión futura de la actividad comercial

Tabla 12

Visión futura de la actividad comercial que tienen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

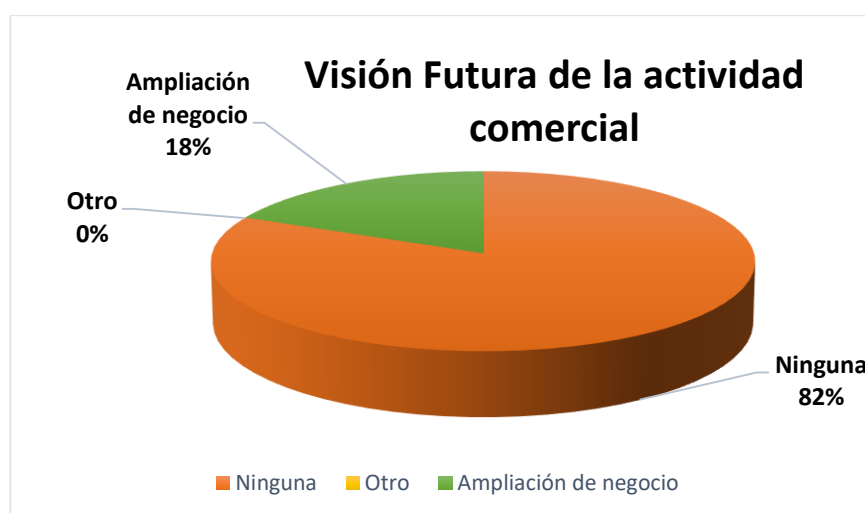
Opciones	Indicador	Encuestados
Ninguna	81,82	48
Otro	0	0
Ampliación de negocio	18,18	11
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 7

Visión futura de la actividad comercial que tienen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 12, Gráfico 7, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colón de la ciudad de Milagro en gran mayoría no tienen cultura de inversión y visión futura, desconocen información sobre préstamos y servicios financieros que pueden ayudar a aumentar la capacidad de sus negocios; siendo los resultados del muestreo los siguientes: 82% no tiene visión futura de su actividad comercial, seguido del 18% que manifestó que si tiene

visión futura, mientras que la opción otra tuvo 0% de respuestas por parte de los comerciantes.

Información Social, familiar y Académica

Vivienda

Material de la Vivienda

Tabla 13

Materiales de la vivienda de los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

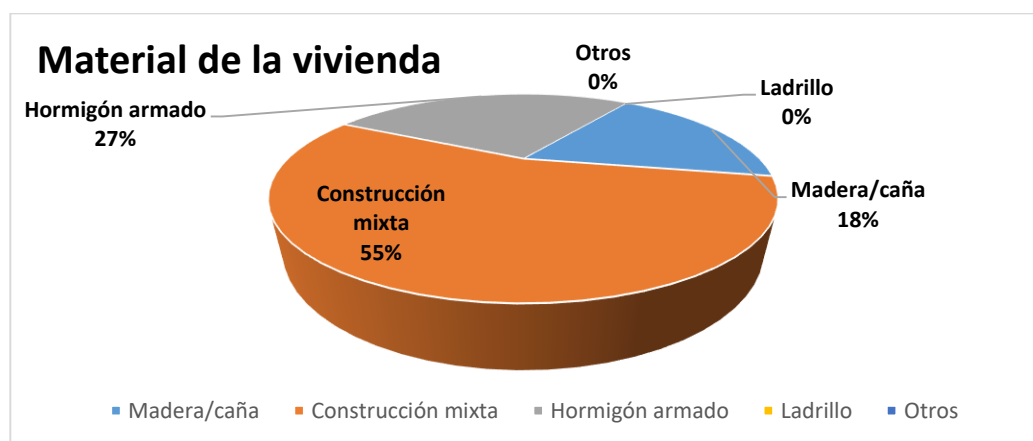
Opciones	Indicador	Encuestados
Madera/caña	18,18	11
Construcción mixta	54,55	32
Hormigón armado	27,27	16
Ladrillo	0	0
Otros	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 8

Materiales de la vivienda de los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 13, gráfico 8, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, en su mayoría habitan en casas de construcción mixta con un porcentaje del 55%, seguido de 27% de

comerciantes que habitan o poseen casas de hormigón armado, posteriormente sigue un 18% que habita en casas de madera/caña y finalmente 0% señaló algún otro material de vivienda.

Servicios higiénicos

Tabla 14

Características de los servicios higiénicos de los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

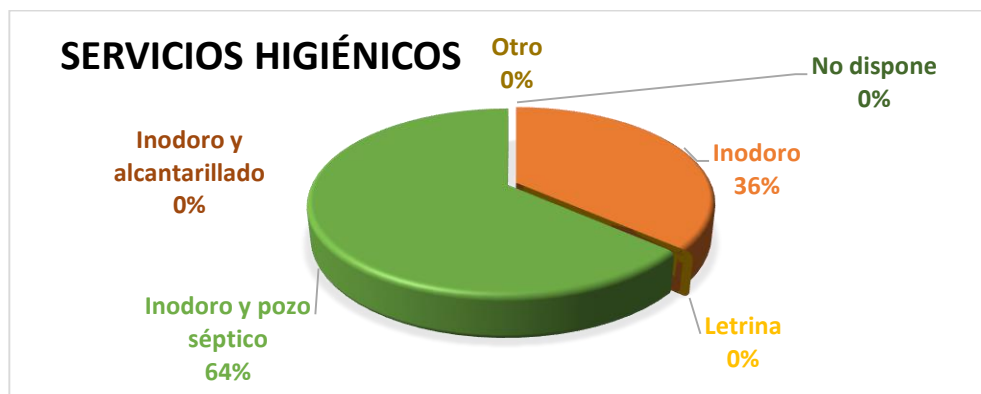
Opciones	Indicador	Encuestados
Inodoro	36,37	21
Letrina	0	0
Inodoro y pozo séptico	63,63	38
Inodoro y alcantarillado	0	0
Otro	0	0
No dispone	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 9

Características de los servicios higiénicos de los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 14, Gráfico 9, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, utilizan servicios higiénicos con las siguientes características conforme a los porcentajes del muestreo, el cual se coloca de forma descendente para efectos de mejor comprensión: 64%

utiliza Inodoro y pozo séptico, seguido de 36 % que usa Inodoro; es decir, no hay existencia de uso de letrina, alcantarillado o de algún comerciante que no disponga de servicios higiénicos u algún otro tipo de servicios higiénicos, lo ratifica el muestreo con porcentaje de 0%.

Servicios básicos

Tabla 15

Servicios básicos con los que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

Opciones	Indicador	Encuestados
No dispone de Telefonía Fija	0	0
No dispone de Alcantarillado	18,18	11
Disponen de todos los servicios básicos	81,82	48
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 10

Servicios básicos con los que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 15

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 15, Gráfico 10, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro poseen en porcentaje de 82% todos los servicios básicos incluyendo el uso de Internet,

seguido de un 18% que indica no contar con servicio de alcantarillado, y 0% telefonía fija.

Medicina Prepagada

Tabla 16

Servicios de medicina prepagada con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

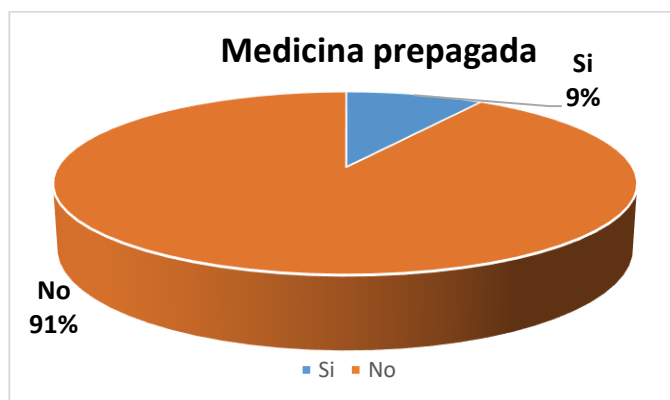
Opciones	Indicador	Encuestados
Si	9	5
No	91	54
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 11

Servicios de medicina prepagada con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 16, Gráfico 11, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro la mayor parte no poseen servicio de medicina prepagada, así lo demostró el muestreo que arrojó los siguientes resultados: 91% no cuenta con este servicio de medicina prepagada, y 9% sí posee este servicio.

Seguro Social

Tabla 17

Seguro social con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

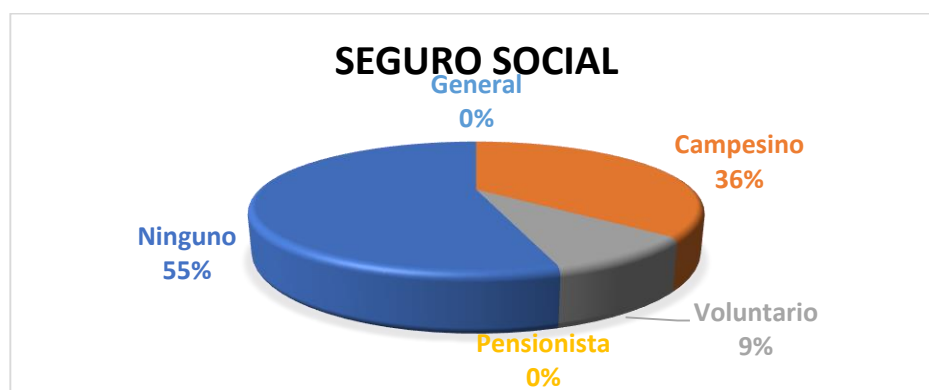
Opciones	Indicador	Encuestados
General	0	0
Campesino	36,37	21
Voluntario	9	5
Pensionista	0	0
Ninguno	54,63	33
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 12

Seguro social con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 17

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 17, Gráfico 12, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, en su mayoría no dispone de ningún Seguro Social, el 55% seleccionó la opción ninguna, 36% dijo estar afiliado al Seguro Social Campesino, un 9% posee Seguro Social Voluntario, y no existen comerciantes jubilados o pensionistas, tampoco alguno que tenga Seguro Social General, el muestreo arrojó en estas dos últimas opciones 0%.

Educación

Tabla 18

Nivel de educación

Nivel de educación con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

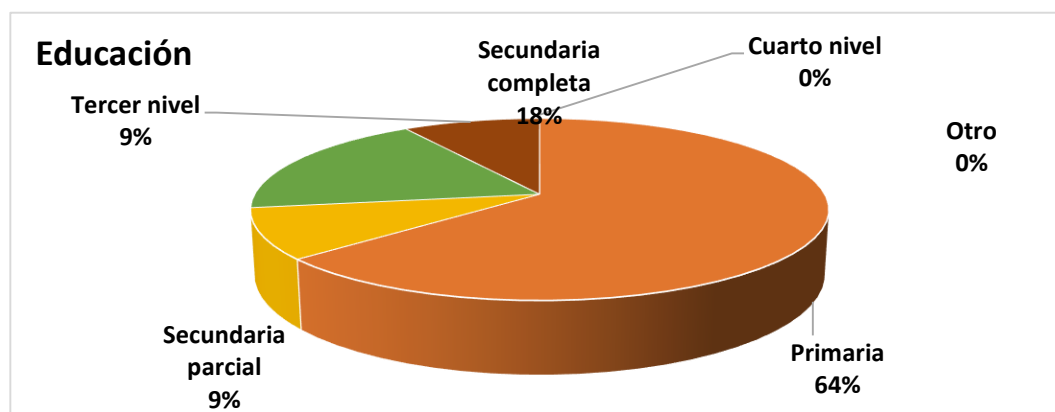
Opciones	Indicador	Encuestados
Primaria	63,63	38
Secundaria parcial	9	5
Secundaria completa	18,37	11
Tercer nivel	9	5
Cuarto nivel	0	0
Otro	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 13

Nivel de educación con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 18

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 18, Gráfico 13, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro en su gran parte han culminado únicamente la instrucción primaria demostrado con un 64%, seguido de 18% Secundaria completa, luego 9% Secundaria parcial, es decir, que aún no terminan el bachillerato, 9% posee un título de Tercer Nivel;

para las opciones de cuarto nivel y algún otro tipo de estudio el porcentaje obtenido fue del 0%.

¿Actualmente estudia?

Tabla 19

Actualmente se encuentran estudiando los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

Opciones	Indicador	Encuestados
Si	0	0
No	100	59
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 14

Actualmente se encuentran estudiando los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 19

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 19, Gráfico 14, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro no se encuentran realizando ningún tipo de estudio. Razón que es preocupante debido a que cuando se les pregunto su nivel de estudio en su gran parte solo tenía la primaria, lo cual queda demostrado con el porcentaje del muestreo de la gráfica 14 de porcentaje 0% no estudia.

¿Dónde estudia?

Nota: Esta interrogante no pudo ser analizada basado en que ningún comerciante del comercio formal del Mercado Colon se encuentra estudiando.

Información Económica

Familia

Tabla 20

Número de integrantes de la familia que tienen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

Opciones	Indicador	Encuestados
1 a 3	9	5
4 a 6	82	49
7 a 10	9	5
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 15

Número de integrantes de la familia que tienen los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 20

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 20, Gráfico 15, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro en la mayor parte sus familias se encuentran conformadas por cuatro y seis integrantes, así lo refleja el muestreo realizado 82% 4 a 6 integrantes, 9% 1 a 3 integrantes, y 9% de 7 a 10 integrantes.

Dispone de Servicios Financieros

Tabla 21

Servicios financieros con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

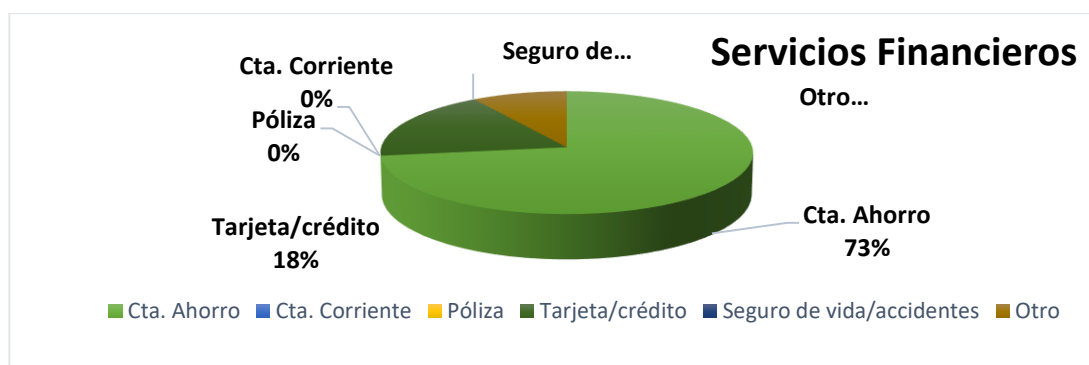
Opciones	Indicador	Encuestados
Cta. Ahorro	72,82	43
Cta. Corriente	0	0
Póliza	0	0
Tarjeta/crédito	18,18	11
Seguro de vida/accidentes	0	0
Otro	9	5
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colón (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 16

Servicios financieros con que cuentan los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 21

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 21, Gráfico 16, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colón de la ciudad de Milagro, respecto de los servicios financieros el 73% maneja cuentas de ahorro, seguido del 18% que posee algún tipo de tarjeta de crédito, respecto de los otros servicios tales como cuenta corriente, certificados de depósitos a plazo fijo (póliza) y seguros de vida y accidentes el muestreo demostró que los comerciantes no manejan este tipo de servicios financieros, lo cual queda demostrado con el porcentaje del 0%, según los datos y la gráfica.

Ingresos

Tabla 22

Ingresos de los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

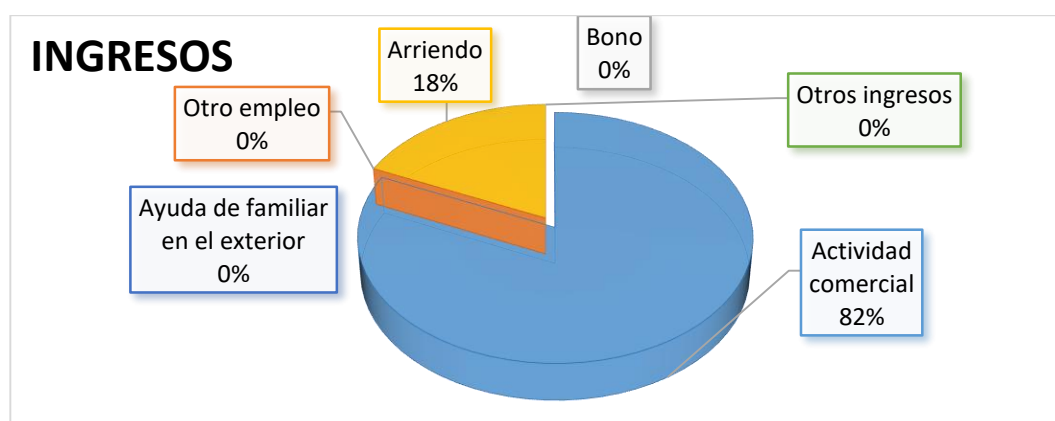
Opciones	Indicador	Encuestados
Actividad comercial	81,82	48
Otro empleo	0	0
Bono	0	0
Arriendo	18,18	11
Ayuda de familiar en el exterior	0	0
Otros ingresos	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 17

Ingresos de los propietarios de negocios de locales comerciales del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 22

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 22, Gráfico 17, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, la mayor parte obtienen sus ingresos de la actividad comercial que desarrollan, y adicionalmente otros reciben otros ingresos por concepto de arriendo. Respecto a las demás opciones tales como otro empleo, bonos del estado, otros ingresos, o ayuda de familiar en el exterior, los comerciantes señalaron que no reciben, lo cual queda demostrado con el porcentaje de 0%, conforme la gráfica y los datos establecidos en la tabla 21.

Egresos/ gastos

Tabla 23

Egresos y gastos de los propietarios de negocios de locales comerciantes del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

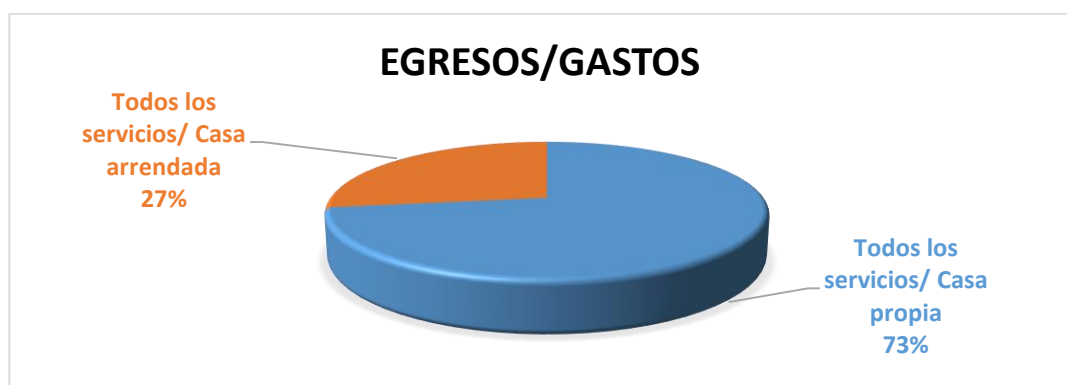
Opciones	Indicador	Encuestados
Gastos de todos los rubros de servicios/ Casa propia	72,73	43
Gastos de todos los rubros de servicios/ Casa arrendada	27,27	16
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 18

Egresos y gastos de los propietarios de negocios de locales comerciantes del Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 23

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 23, Gráfico 18, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro la mayor parte realizan gastos en todos los rubros de servicios esto es, transporte, salud, alimentación, educación, vestimenta, alquiler de vivienda, servicios básicos y otros servicios. El muestreo reflejó lo siguiente: 73% de los comerciantes realiza gastos en todos los rubros de servicios, pero posee casa propia; mientras que el 27% realiza gastos en todos los rubros de servicios, pero adicional paga canon de alquiler por renta de casa, es decir, vive en casa alquilada.

Destino de ganancias actividad comercial

Tabla 24

Destino de ganancias actividad comercial de los comerciantes del Comercio formal Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

Opciones	Indicador	Encuestados
Inversión negocio	91	54
Inversión ahorro	0	0
Inversión bienes	9	5
Inversión parcial	0	0
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Gráfico 19

Destino de ganancias actividad comercial de los comerciantes del Comercio formal Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 24

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 24, Gráfico 19, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro en la gran mayoría destinan sus ganancias a la actividad económica que realizan, el muestreo determinó lo siguiente: 91% invierte en su negocio, mientras que el 9% invierte en bienes, ninguno de los comerciantes manifestó que hace inversión parcial, tampoco que ahorra, el muestreo determinó para estas dos últimas opciones 0%.

Préstamos

Tabla 25

Información de los Prestamos de los comerciantes del Comercio formal Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023

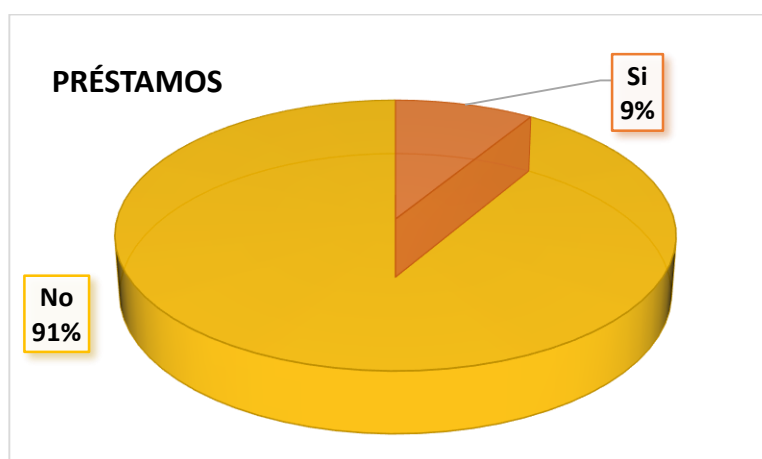
Opciones	Indicador	Encuestados
Si	9	5
No	91	54
	100	59

Fuente: Encuesta aplicada a propietarios de negocios de locales comerciales Mercado Colon (anexo 1)

Elaborado por: Bajaan, G. (2023)

Gráfico 20

Información de los Prestamos de los comerciantes del Comercio formal Mercado Colón, Milagro, Ecuador, 2023



Fuente: Tabla 25

Elaborado por: Bajaan, G. (2023)

Análisis: Con relación a la Tabla 25, Gráfico 20, se constató que los comerciantes formales del Mercado Colon de la ciudad de Milagro, la gran mayoría de los comerciantes no realizan prestamos, el 91% dijo no en la encuesta, mientras que el 9% dijo que sí realiza préstamos.

3.5.1.2 Resultados obtenidos a partir de la entrevista

Entrevista a Expertos en el tema

Tabla 26

Primera entrevista

Primera	Entrevista
Fecha y año	Julio, 28 del 2023
Entrevistado	Nombres: José Vargas Profesión: Economista Experiencia: Comercialización de productos y Presidente de la Cámara de Comercio Milagro
Lugar	Milagro - Ecuador

Detalle de la Entrevista

1.- ¿Qué opinión le merece el comportamiento que ha tenido el comercio formal en el Mercado Colon de la Ciudad de Milagro en el Post Covid-19?

El comercio formal post Covid-19 se ha ido recuperando de manera paulatina ya que después del confinamiento muchos de los comerciantes no contaban con la liquidez necesaria.

2.- ¿De acuerdo a sus conocimientos, el sector comercial del Mercado Colon luego de la pandemia ha tenido una recuperación favorable?

Si bien es cierto el comercio no ha decaído de forma alarmante más que todo en la venta de productos de consumo masivo el incremento de este se ha ido recuperando en un 10% en comparación del año 2020 - 2021. El comercio se empezó a recuperarse este año con un 2.5 % del PIB, aunque el Banco Mundial fue un poco pesimista y nos dio un 1%. Cuantos estos agentes se mueven se van generando de a poco liquides en el mercado.

3.- ¿Durante el Covid-19, se implementó algún tipo de estrategia para mejorar los índices de ventas?

Por supuesto que sí, se implementaron los muy conocidos Delivery que para bien ofrecían una gran gama de productos y de manera enfática el uso de la tecnología que dio pie para que muchos negocios pudieran comercializar sus productos, algunos emprendimientos de los que hoy son muy conocidos fueron gracias a esta herramienta importante quien no está con la tecnología no está en nada.

La tecnología dio un paso trascendental incluso en la educación de tal forma que usted puede estudiar del otro lado del mundo con un solo aparato electrónico y la ayuda de la tecnología.

4.- ¿De acuerdo a las estadísticas, este gremio de comerciantes a nivel mercados, tuvo baja en la comercialización de productos?

Si nos referimos durante el confinamiento podemos recordar que las salidas de nuestros hogares eran de forma rigurosa y muchos de los locales fueron cerrados quien diga que no perdió durante el Covid estaría mintiendo. Pero el comercio general como, por ejemplo: Ferreterías, Comercialización de ropa, etc. Ellos fueron los que más perdieron.

5.- ¿Qué tipo de inconvenientes se presentaron antes y después de la pandemia y durante el confinamiento por la emergencia sanitaria?

Durante la emergencia muchos de los negocios optaron por no abrir por temor a contagiarse en el peor de los casos morir, en el confinamiento donde las medidas eran estrictas muchos de los

comerciantes no tenían liquidez para seguir invirtiendo ya se por deudas al sector bancario o por otro tipo.

6.- ¿Cree usted que el comercio informal afecta a los comerciantes formales del Mercado Colon?

El comercio informal siempre afectara al comerciante formal que cumple con pagar todos sus impuestos, tasas, rentas y un sin número de permisos. Sin tomar en cuenta el tiempo que toma tramitarlos todo esto hace que el producto encarezca a diferencia del informal quien pone su triciclo fuera del negocio sin pagar un centavo vendiendo lo mismo pero con la diferencia de 3 veces menos el valor del producto.

7.- ¿En la actualidad, el comercio formal del Mercado Colon ha mejorado sus ventas? ¿Se podría manifestar que se ha recuperado el comercio en este mercado, o existe aún niveles de insatisfacción por parte de los comerciantes propietarios de estos locales? Claro que sí, el comercio del Mercado ha mejorado de manera satisfactoria.

Se ha recuperado en su gran mayoría, pero muchos de los comerciantes quedaron con deudas las cuales a finales del año 2022 pudieron solventarlas. Pero podemos decir que estamos logrando las mismas ventas de años anteriores de que se presentara la emergencia sanitaria.

Conclusión: Se puede concluir luego de efectuada la entrevista al Experto en el tema al Economista José Vargas, Presidente de la Cámara de Comercio Milagro, quien manifestó que, durante la pandemia COVID-19 la situación para los comerciantes fue difícil, puesto que tuvieron que afrontar diversas situaciones como restricciones en la atención al cliente, reducción de horarios, poca afluencia de clientes en el Mercado debido a las medidas de bioseguridad que el gobierno Central y Municipal estableciera con la finalidad de evitar la propagación de la pandemia. Crisis económica, pérdida de productos, entre otras situaciones.

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Segunda entrevista a experto

Tabla 27

Segunda entrevista

Segunda	Entrevista
Fecha y año	Julio, 28 del 2023
Entrevistado	Nombres: Willy Daza Profesión: Comerciante Experiencia: Joyero y Ex-Presidente de la Asociación de Comerciantes de Milagro
Lugar	Milagro - Ecuador

Detalle de la Entrevista

1.- ¿Qué opinión le merece el comportamiento que ha tenido el comercio formal en el Mercado Colon de la Ciudad de Milagro en el Post Covid-19?

El comercio formal post Covid-19 tuvo un impacto negativo durante el año 2021 y 2022 pero lo que va del año 2023 tuvo un aumento significativo para los comerciantes por las diversas técnicas que se implementaron para poder vender.

2.- ¿De acuerdo a sus conocimientos, el sector comercial del Mercado Colon luego de la pandemia ha tenido una recuperación favorable?

La reactivación y recuperación de la economía se fue reestructurando debido a las políticas que permitieron que muchos comerciantes pudieran mantener sus negocios, aunque algunos tuvieron que cerrar por falta de liquidez.

3.- ¿Durante el Covid-19, se implementó algún tipo de estrategia para mejorar los índices de ventas?

Por supuesto que tuvimos que adaptarnos a la tendencia actual el uso de redes sociales que fue para algunos una herramienta importante para poder comercializar sus productos, incluso mucho de los emprendimientos que hoy en día son conocidos fue gracias al uso exclusivo de la tecnología. Y lo más importante el servicio puerta a puerta para facilidad y comodidad del cliente .

4.- ¿De acuerdo a las estadísticas, este gremio de comerciantes a nivel mercados, tuvo baja en la comercialización de productos?

Para algunos comerciantes la falta de ingresos y productos escasos fue un lado negativo, pero como nos referimos a productos de consumo masivo las estadísticas no son alarmantes a diferencia de un negocio de productos de ferretería u otros.

5.- ¿Qué tipo de inconvenientes se presentaron antes y después de la pandemia y durante el confinamiento por la emergencia sanitaria?

Como se trata de consumo de alimentos la cuestión es un poco más compleja porque es una necesidad vital. Pero podemos acotar que las ventas fueron relativamente bajas, pero durante el último trimestre del 2022 y lo q va del presente el comercio en general se ha recuperado notablemente.

6.- ¿Cree usted que el comercio informal afecta a los comerciantes formales del Mercado Colon?

El comercio informal es y sigue siendo un factor negativo para el formal, ya que ellos no tienen que pagar ningún tipo de impuesto o tasas para comercializar sus productos. A diferencia de comercio formal que sino está al día con sus impuestos nos tenemos que sujetar a multas.

Pero la gran ventaja del Mercado Colon es que se encuentra situado dentro de un predio donde no se puede establecer informales a diferencia del mercado central que debe lidiar diariamente con muchos informales quienes se posesionan a las afueras de sus negocios.

7.- ¿En la actualidad, el comercio formal del Mercado Colon ha mejorado sus ventas? ¿Se podría manifestar que se ha recuperado el comercio en este mercado, o existe aún niveles de insatisfacción por parte de los comerciantes propietarios de estos locales? Desde luego que sí, el comercio del Mercado ha mejorado de gran manera.

Algunos de nuestros comerciantes tuvieron una serie de inconvenientes para poder salir adelante con sus negocios pero podemos decir que durante el presente años las ventas y los ingresos han sido mejores que antes de iniciar la pandemia.

Conclusión: Se concluye señalando que de acuerdo a lo expuesto por el Artesano Willy Daza respecto al desarrollo de la actividad comercial durante la pandemia pudo expresar esta disminuyo y que no se cumplió con normalidad debido a las circunstancias y condiciones anteriormente señaladas. También hizo énfasis que durante la pandemia hubo pérdidas, cierre de negocios, déficit.

Entrevista a Comerciante del Mercado Colon

Tabla 28

Tercera entrevista

Tercera	Entrevista
Fecha y año	Julio, 28 del 2023
Entrevistado	Nombres: Manuel Toapanda Profesión: Comerciante Experiencia: Ventas de productos consumo masivo
Lugar/ entrevista	Milagro - Ecuador

Detalle de la Entrevista

1.- ¿Qué opinión le merece el comportamiento que ha tenido el comercio formal en el Mercado Colon de la Ciudad de Milagro en el Post Covid-19?

Puedo acotar que durante el año 2022 y lo que va de este año las ventas han ido mejorando de manera favorable, aunque tenemos inconvenientes con algunos productos han encarecido.

2.- ¿De acuerdo a sus conocimientos, el sector comercial del Mercado Colon luego de la pandemia ha tenido una recuperación favorable?

El comercio, aunque durante la pandemia fue baja ahora puedo decir que la recuperación fue favorable.

3.- ¿Cuántos años tiene laborando en este Mercado Colon?

20 años

4.- ¿Durante la pandemia COVID-19, se implementó algún tipo de estrategia para mejorar los índices de ventas?

Lo que concierne a mi negocio tuve que poner un puesto afuera de mi domicilio para poder vender mis productos.

5.- ¿Su negocio se ha visto afectado por el comercio informal?

A manera personal no me he visto afectado por el comercio informal ya que este mercado no tiene apertura para que informales puedan asentarse en las afueras del mercado.

6.- ¿Qué tipo de problemas se presenta actualmente en su negocio?

Actualmente algunos productos se han encarecido y uno que otro escaso.

7.- ¿Ha recibido apoyo o alguna ayuda por parte del gobierno central? Lamentablemente no hemos recibido ayuda del gobierno aquí cada uno de los comerciantes nos ha tocado ver por nuestro negocio y buscar la manera de salir adelante.

8.- ¿En la actualidad, el comercio formal del Mercado Colon ha mejorado sus ventas? ¿Se podría manifestar que se ha recuperado el comercio en este mercado, o existe aún niveles de insatisfacción por parte de los comerciantes propietarios de dichos locales?

Actualmente se ha recuperado en su gran mayoría los productos que se comercializan aquí son de rotación diaria perdidas no tenemos en ocasiones baja un poco, pero es por los escasos de producto o porque no llega a tiempo a la ciudad, pero las ventas se mantienen estables.

Conclusión: Luego de efectuada la entrevista al señor Comerciante Manuel Toapanta, se concluye indicando que la pandemia COVID-19 fue para él una oportunidad debido que pudo establecer

un nuevo negocio en las fueras de su domicilio donde pudo comercializar sus productos en vista que el mercado tuvo que cerrar sus puertas por las medidas establecidas por el Gobierno central para precautelar la salud.

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4.1 Consideraciones generales

A continuación, se detallan los aspectos más significativos y de gran relevancia respecto de los resultados obtenidos del diagnóstico de la situación socio-económica del Comercio Formal del Mercado Colón, de la ciudad de Milagro, Provincia Guayas.

La mayoría de los propietarios de los locales comerciales del Mercado Colón son mujeres y las edades fluctúan entre los 46 a 56 años, por lo que se puede determinar que son comerciantes experimentados, convirtiéndose en una fortaleza dentro del negocio. También se puede manifestar sobre la existencia de un grupo de comerciantes jóvenes y que su edad oscila entre los 18 a 25 años de edad; otro factor fundamental, ya que por ser jóvenes gozan de más oportunidades, por tanto, pueden desarrollar mucho mejor la actividad y obtener beneficios financieros a temprana edad.

Respecto de su estado civil, la gran mayoría de los comerciantes son personas de estado civil soltero, seguido de un buen número de personas de estado civil casado. La mayor parte de los comerciantes de este Comercio Formal del Mercado Colón son de etnia mestizo, seguido de los indígenas; esto obedece a que gran parte de estos comerciantes son oriundos de la localidad de Milagro, y el restante vienen de la Provincia de Chimborazo, de ciudades como Riobamba y Colta.

Otro factor que sobresale en este diagnóstico socio-económico de los comerciantes del Comercio Formal del Mercado Colón es la antigüedad que poseen la gran mayoría de los comerciantes que fluctúa entre los 6 y 15 años, es decir, son comerciantes ya establecidos y conocedores del negocio. En lo que respecta a información de los grupos familiares, se puede manifestar que los miembros de la familia la integran entre 4 a 6 miembros, estableciéndose una carga promedio de 6 personas por familia de comerciante. Por las descripciones señaladas en lo que respecta del indicador social se puede señalar que la gran mayoría de estos comerciantes pertenecen a la clase media.

Asimismo, se puede indicar que los comerciantes de este Mercado, tienen cultura de ahorro puesto que manejan cuentas de ahorro, no hacen prestamos, e invierten sus ganancias en inversión del mismo negocio, lo que contribuye a mantener un negocio estable. Por otro lado, también hay que destacar la existencia de un pequeño segmento de comerciantes que sus ganancias las invierten en bienes.

Una debilidad que se puede citar, es la poca cultura que tienen estos comerciantes para adquirir servicios financieros, que pueden resultar provechosos si se maneja correctamente la herramienta y los créditos. Por otro lado, se puede señalar que los gastos identifican un comportamiento usual en los destinos comunes tales como: alimentación, salud, educación, vestimenta, transporte y otros servicios.

Por otro lado, las entrevistas efectuadas han aportado similar información y detalles, respecto de la actividad comercial y del trabajo que realiza el comerciante para garantizar el cuidado y mantenimiento de sus familias. El experto en el tema señaló que, durante el post COVID-19, los comerciantes no tenían la liquidez necesaria para comercializar sus productos, obligándose algunos a tener que cerrar sus negocios. El comercio no cayó de forma alarmante en los mercados debido al target de productos que manejan. El cual se recuperó en un 10% entre el año 2021 – 2022, y en el año 2023 se recuperó en un 12,5 %.

De mantenerse la línea de equilibrio con tendencia al alza, probablemente en el año 2024 los comerciantes que adquirieron deudas a causa de la pandemia COVID-19, van a recuperarse.

Respecto a la entrevista realizada a un propietario con una antigüedad de 20 años, de un negocio de un local del comercio formal del Mercado Colon manifestó que, durante la pandemia COVID-19 el no enfrento perdida en su negocio, más bien aprovecho la situación con inversión propia abrió otro local en su domicilio. Manifestó que durante el confinamiento sus ingresos se incrementaron, aprovecho realizando delivery y ventas exprés. Además, manifestó que no recibió ayuda del estado de ninguna índole tampoco ofrecimiento por parte de la banca privada

Una vez realizado el análisis, se puede señalar que se han establecido importantes fortalezas y oportunidades, de igual forma surgen algunas debilidades y amenazas, las cuales han sido plasmadas en la matriz FODA desarrollada en esta

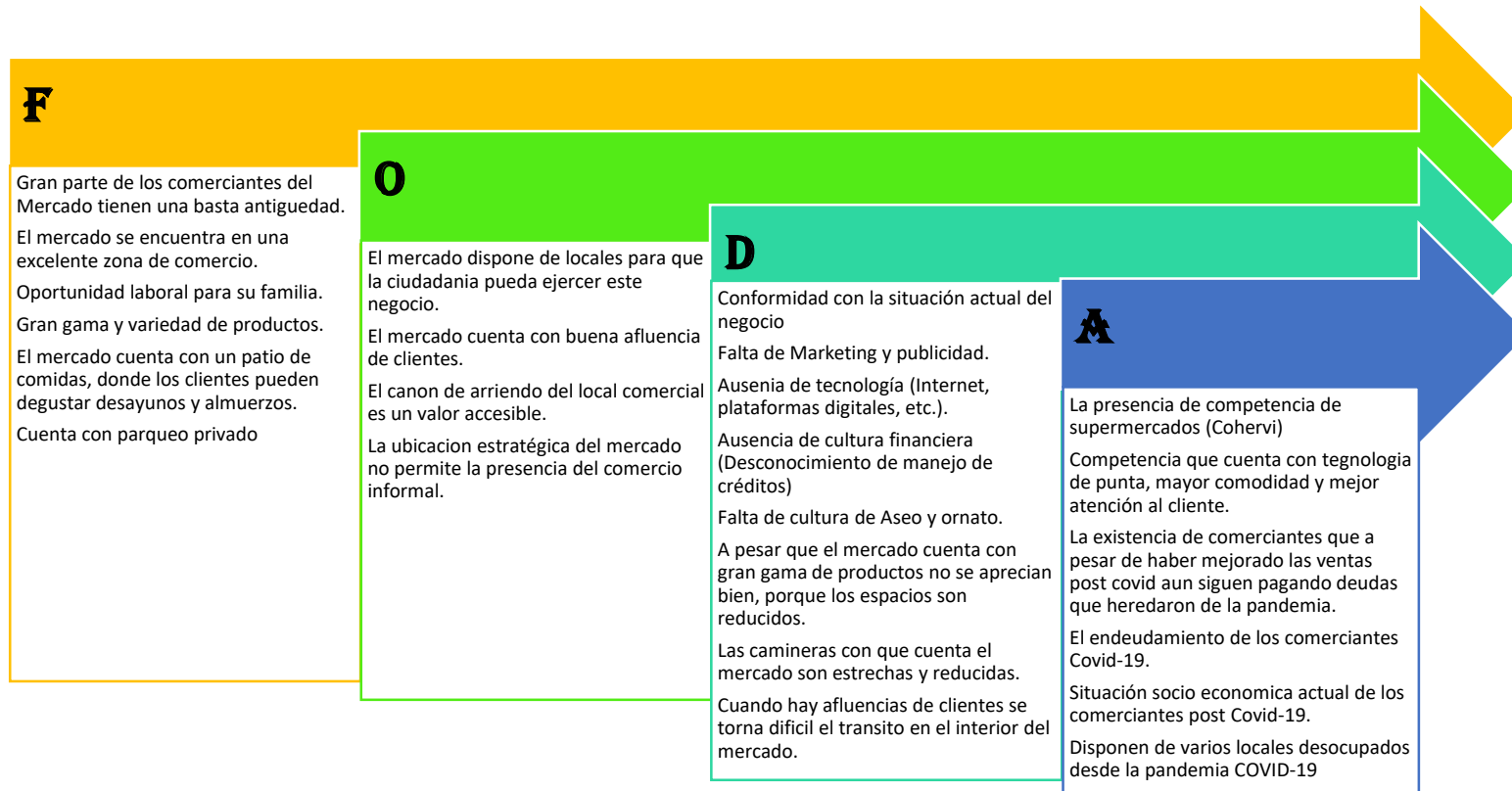
investigación, y que por su contenido se han elaborado importantes recomendaciones como parte del desarrollo de esta investigación científica.

4.2 PROPUESTA

4.2.1 Presentación Matriz FODA

Figura 3

Matriz FODA de la actividad comercial en el Mercado Colon, Cantón Milagro



Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

CONCLUSIONES

Luego de concluido la presente investigación científica sobre el DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023, se enlistan las siguientes conclusiones respecto de los objetivos planteados:

Dentro de las teorías analizadas en esta investigación, y una de las concepciones más apegadas a este tipo de comercio, es la relacionada con la Teoría de la Globalización con fundamento en la Tesis del Intercambio Comercial, basada en el libre comercio con fundamentos de la oferta y la demanda de productos. Otra teoría a la cual se apega este tipo de comercio formal, está relacionada con la Teoría de Desarrollo Sustentable que consiste en el aumento de bienestar individual o colectivo a lo largo de tiempo, evolución y desarrollo.

El desarrollo del presente trabajo de investigación permitió diagnosticar la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro, cuyo análisis reveló la situación socio-económica y financiera de los comerciantes pre y post pandemia; confirmando que la pandemia COVID-19 afectó a un gran número de comerciantes, y que a pesar de que la situación ha venido mejorando, aún queda déficit por mejorar.

El análisis socio-económico, determinó en su análisis que la situación socio-económica de los comerciantes formales del Mercado Colón de la ciudad de Milagro, promete seguir mejorando, por tanto, el déficit seguirá disminuyendo, favoreciendo de manera positiva en la situación actual de los comerciantes.

Respecto del marco referencial y los antecedentes de la investigación, se puede manifestar que fueron extraídos de los repositorios almacenados en la web de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte ULVR de trabajos similares anteriores desarrollados respecto del tema de investigación.

Referente del marco legal, se puede concluir manifestando que se analizó toda la legislación nacional respecto de la temática de investigación, cuyo orden descriptivo fue colocado en orden jerárquico de las leyes del ordenamiento jurídico ecuatoriano.

En lo que refiere al marco conceptual, se concluye manifestando que se estudiaron y analizaron diversas teorías, conceptos, y modelos económicos que permitieron la construcción del marco teórico conceptual de esta investigación científica. Información que fue extraída de varias fuentes: estudios científicos, páginas web, libros, documentos, revistas científicas, en otras fuentes primarias y secundarias que aportaron al desarrollo y construcción de este estudio.

Finalmente, se desarrolló un análisis FODA sobre el diagnóstico de la situación socio-económica post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro, donde se detalla de manera resumida sus fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas del comercio de este mercado.

RECOMENDACIONES

Considerando los resultados obtenidos sobre la situación socio-económica del post COVID-19 en el comercio formal del Mercado Colon perteneciente al Cantón Milagro, Provincia Guayas, Ecuador, ubicado en la Cdla. Nuevo Milagro, sector sur, Av. Cristóbal Colón entre las intersecciones de Federico Páez e Ignacio Veintimilla, se propone las siguientes recomendaciones:

Difundir los resultados obtenidos mediante este estudio con el fin de socializar con los propietarios de los negocios de locales comerciales del Mercado Colon a fin de que conozcan la situación socio-económica resultante de esta investigación.

Coordinar con personal del sistema financiero para que a través de estas instituciones se les proporcione información referente a servicios financieros, especialmente los relacionados a créditos y préstamos dirigidos a pequeñas y medianas empresas y los beneficios que estos representan en este sector económico y comercial.

Socializar y fomentar una cultura de inversión a corto y mediano plazo para que los comerciantes inviertan en sus negocios e innoven la imagen de sus negocios, ya que se pudo evidenciar la falta de Publicidad y Marketing en el lugar.

Realizar mingas periódicas afín de que todos los comerciantes del Mercado Colon, trabajen en beneficios de ellos mismos, teniendo un mercado mucho más limpio y una cultura de buenas prácticas de aseo y limpieza. Y de ser factible incentivar la cultura del reciclaje.

Solicitar al GAD Municipal del Cantón Milagro, se capacite a los comerciantes en charlas respecto de mejores prácticas de atención al cliente, aprovechamiento de herramientas de Tecnologías de la Información y Comunicación para publicitar u ofrecer otros servicios como delivery, servicios Express o alianzas estratégicas con otros negocios.

Bibliografía

- Alcivar, S. (2022). *DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE LOS PROPIETARIOS DE LOS MICRO EMPRENDIMIENTOS DE COMIDA PREPARADA UBICADOS EN SAUCES III A CONSECUENCIA DEL COVID-19*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5446/1/T-ULVR-4425.pdf>
- Alianza emprendimiento e innovación - AEI. (2014). *Ecuador, un País Emprendedor e Innovador en el 2020*. https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.p
- Angarita, L. (2018). El Neoconstitucionalismo Económico: Una visión contemporánea. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 2(XXIV), 50. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/364/36461095014/html/>
- Avila. (27 de 05 de 2021). *Impacto del Covid en la Economía Ecuatoriana*. <https://ecovis.com.ec/impacto-del-covid-en-la-economia-ecuatoriana/>
- Banco Mundial. (2023). *Informe sobre el desarrollo mundial 2022*. www.bancomundial.org: <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>
- Bifani, 1994; Citado por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. (s.f.). www.fao.org: <https://www.fao.org/3/x5600s/x5600s05.htm>
- Blacutt, 2013, citado por Moré. (2022). Croquis paradigmático de la Teoría de la Modernización. Una perspectiva desde la economía del desarrollo. *Ad Gnosis*, 11(11), 28. <https://doi.org/https://doi.org/10.21803/adgnosis.11.11.493>
- Bustamante y Santistevan. (2018). Las Microempresas y la necesidad de fortalecimiento: Reflexiones de la zona Sur de Manabí, Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(5), 323-326. <https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-323.pdf>
- Cabello, A. (2014). Teorías sobre la Globalización: Una evaluación crítica. *OBETS, Revista de Ciencias Sociales*, 9(2), 333-359. <https://doi.org/DOI:10.14198/OBETS2014.9.2.04>

- Camara de Industria de Guatemala. (2021). El comercio formal y su lucha contra el contrabando. *Revista Industrial&Negocios*, Volumen 12, 9-21. <https://doi.org/https://revistaindustria.com/2021/05/el-comercio-formal-y-su-lucha-ante-el-contrabando/>
- Castells, 2000; Cebrián,2000; Langhome, 2001; Negro ponte, 1995; citado por Cabello. (2014). Teorías sobre la globalización: Una evaluación crítica . *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 9(2), 333-359. <https://doi.org/DOI:10.14198/OBETS2014.9.2.04>
- Cedeño, N. (2012). La Investigación Mixta, estrategia Andragógica Fundamental para Fortalecer las Capacidades Intelectuales Superiores. *Res Non Verba*, 17-36. <https://doi.org/https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20MIXTA%20ESTRATEGIA%20ANDRAG%C3%93GICA%20FUNDAMENTAL.pdf>
- Coba, G. (13 de 02 de 2021). *Ecuador: Un país de emprendedores, pero con poca innovación.* www.primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-empre>
- Código de Comercio. (29 de 05 de 2019). www.supercias.gob.ec: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Constitución República del Ecuador. (20 de 10 de 2008). www.oas.org: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Correa, G. (2020). *Desarrollo Estrategias de Marketing Digital & Crecimiento para empresas B2B y negocios de servicio.* <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-un-embudo-de-conversi%C3%B3n-y-por-tendr%C3%ADa-que-como-giulio-correa>
- Equipo Editorial Etecé. (08 de 02 de 2022). *Desarrollo Sostenible.* <https://concepto.de/desarrollo-sustentable/>
- Fondo Ítalo-Ecuatoriano para el Desarrollo Sostenible FIEDS. (2021). *Hablemos de la economía popular y solidaria.* <https://fieds.org/hablemos-de-la-economia-popular-y->

solidaria/#:~:text=La%20Econom%C3%ADa%20Popular%20y%20Solidaria%20se%20basa%20en%20la%20construcci%C3%B3n,pol%C3%ADticas%20que%20buscan%20mejorar%20la

Gobierno de la Rioja. (08 de 2014). *Modelo de Excelencia EFQM*. www.arnaut.es:
<https://www.arnaut.es/wp-content/uploads/2014/08/ader-modelo-efqm.pdf>

Google Earth. (2022). *Mercado Colon, Milagro, Guayas, Ecuador*.
<https://earth.google.com/web/@-2.13874835,-79.58809043,13.85424877a,430.24892907d,35y,-6.85353967h,44.99541436t,360r>

Huerta de Soto, 2010; Citado por Cabello. (2014). Teorías de la Globalización: Una evaluación crítica. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 9(2), 333-359.
<https://doi.org/DOI: 10.14198/OBETS2014.9.2.04>

Ingaramo, Bianchi y Vivenza. (2009). *Evolución de las teorías de desarrollo regional*.
<https://cdsa.aacademica.org/000-062/500.pdf>

Katz, C. (2016). El surgimiento de las Teorías de la Dependencia. *CADTM*, 65.
https://doi.org/http://www.cadtm.org/spip.php?page=imprimer&id_article=13759

Ley Economía Popular y Solidaria Sistema Financiero. (29 de 11 de 2011).
www.oas.org: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_econ.pdf

Ley Orgánica para Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal. (29 de 11 de 2021).
www.produccion.gob.ec: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/Ley-Organica-para-el-Desarrollo-Economico-y-Sostenibilidad-Fiscal-tras-la-Pandemia-Covid-19.pdf>

Limones, D. (2022). *Estudio Comparativo del Comportamiento del Consumo de los Hogares en Ecuador, antes y durante la Pandemia*.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5616/1/T-ULVR-4566.pdf>

Limones, M. (2022). *Análisis Socio-Económico del Sector Florícola Ecuatoriano en la Pandemia de COVID-19*.
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/REPULVR_cd68f0ddf1e75104dccb5c53b4db32cc

- Manssur, A. (2022). *Estudio Comparativo del Comportamiento del Consumidor en el Comercio Electrónico en Ecuador previo y durante COVID-19*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5266/1/T-ULVR-4259.pdf>
- Martínez, L. (2009). La Economía social y solidaria: ¿mito o realidad? *Íconos Revista de Ciencias Sociales*(34), 107-113. <https://doi.org/file:///C:/Users/Asistente%20Gerencia/Downloads/Dialnet-LaEconomiaSocialYSolidaria-3318646.pdf>
- Ministerio de Producción-Comercio Exterior-Inversiones-Pesca. (2021). *Libro Blanco de Economía Circular de Ecuador*. www.produccion.gob.ec/: https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Libro-Blanco-final-web_mayo102021.pdf
- Moré , E. (2022). Croquis paradigmático de la Teoría de la Modernización. Una perspectiva desde la economía del desarrollo. *Ad- Gnosis*, 11(11), 28. <https://doi.org/https://doi.org/10.21803/adgnosis.11.11.493>
- Motchane, 2001; Citado por Martínez. (2009). La Economía Social y solidaria: ¿mito o realidad? *Íconos*(33), 107-113. <https://doi.org/file:///C:/Users/Asistente%20Gerencia/Downloads/Dialnet-LaEconomiaSocialYSolidaria-3318646.pdf>
- Noticias Naciones Unidas. (11 de 01 de 2022). *La Pandemia frenará la economía durante los dos próximos años, prevé el Banco Mundial*. <https://news.un.org/es/story/2022/01/1502402>
- Osorio, J. (2015). El Sistema-mundo Wellerstein y su transformación. Una lectura crítica. *Scielo*, 28(77), 117. https://doi.org/https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952015000100007
- Pérez y Valencia, 2004; Citado por Angarita. (2018). El Neoconstitucionalismo Económico: Una visipon contemporánea. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XXIV(2), 50. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/364/36461095014/html/>

- Plan de Oportunidades 2021-2025 del Ecuador. (2021).
<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador>
- Plan Nacional Desarrollo Toda una vida. (2017-2021).
<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- Playful Agency. (2023). *Coronavirus ¿Qué es, dónde surgió y cómo protegerse?*
<https://policlinicametropolitana.org/informacion-de-salud/el-nuevo-coronavirus-que-es-donde-surgio-y-como-protegerse/#:~:text=El%20virus%20COVID-19%20fu>
- Prieto, Jara y Ormazabal. (2017). Economía circular: Relación con la evolución del concepto de sostenibilidad y estrategias para su implementación. *Memoria Investigaciones en Ingeniería*(15), 85-95. [https://doi.org/ISSN 2301-1092](https://doi.org/ISSN%202301-1092) • ISSN (en línea) 2301-1106 - https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/53653/1/Economia_Circular.pdf
- Pursell. (23 de 02 de 2023). *Análisis FODA de una empresa: Qué es, cómo se hace y ejemplos*. www.questionpro.com: <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Raeburn, A. (01 de 07 de 2021). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo (Con ejemplos)*. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Reyes. (2001). Teoría de la Globalización: Bases Fundamentales. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas Nómadas*(3), 11. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/181/18100308.pdf>
- Reyes, 2007; Citado por Moré. (2022). Croquis paradigmático de la Teoría de la Modernización. Una Perspectiva desde la economía del desarrollo. *Ad-Gnosis*, 11(11), 28. <https://doi.org/https://doi.org/10.21803/adgnosis.11.11.493>
- Reyes, G. (2001). Teoría de la Globalización: Bases Fundamentales. *Red de Revistas Científicas de América Latinas REDALYC*(3), 11. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/>

- Romero, M. (2017). *Teorías del Desarrollo regional y Local*.
https://doi.org/https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/19764/RomeroVidal_Mart%C3%ADn_TFG_2017.pdf
- Rosenberg, 2005; Citado por Cabello. (2014). Teoría sobre la globalización una evaluación crítica. *OBETS. revista de Ciencias Sociales*, 9(2), 333-359.
<https://doi.org/DOI: 10.14198/OBETS2014.9.2.04>
- Savall, 1978; Citado por Ruiz, Bodes y Dominicis. (2016). Metodología de intervención socioeconomica: una experiencia en la empresa cubana. *Scielo*, 157 (2).
https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842016000200006#:~:text=%2D%20Diagn%C3%B3stico%20socioecon%C3%B3mico%3A%20es%20la%20realizaci%C3%B3n,consecuencias%20financieras%20de%20los%20disfuncionamientos.
- Silva. (11 de 06 de 2020). *Pérdidas por covid-19 en Ecuador llegaron a USD 14.101 millones en mayo*. www.elcomercio.com:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/perdidas-covid19-ecuador-economia-negocios.html>
- Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015; citado por Moré. (2022). Croquis paradigmático de la Teoría de la Modernización. Una perspectiva desde la economía del desarrollo. *Revista Ad- Gnosis*, 11(11), 28.
[https://doi.org/1Revista Ad- Gnosis • Vol.11, No.11 • Enero – Diciembre 2022 • P.P. 11-27. • ISSN: 2745-1364 \(Digital\)ARTÍCULO DE REFLEXIÓNhttps://doi.org/10.21803/adgnosis.11.11.493](https://doi.org/1Revista Ad- Gnosis • Vol.11, No.11 • Enero – Diciembre 2022 • P.P. 11-27. • ISSN: 2745-1364 (Digital)ARTÍCULO DE REFLEXIÓNhttps://doi.org/10.21803/adgnosis.11.11.493)
- Torreros. (20 de 01 de 2023). *¿Qué es la gestión de la calidad total (TQM)?*
<https://blog.hubspot.es/service/gestion-calidad-total#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20o%20gesti%C3%B3n%20de,y%20un%20proceso%20organizativo%20simplificado.>
- Vargas, J. (2008). *Análisis Crítico de las Teorías del Desarrollo Económico*. www.unisc.br: <https://www.unisc.br/site/sidr/2008/textos/63.pdf>
- Vásquez, 1988; Citado por Romero. (2017). *Teorías del Desarrollo Regional y Local*.
ruc.udc.es:

https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/19764/RomeroVidal_Mart%C3%ADn_TFG_2017.pdf

Yáñez. (02 de 2019). *Análisis de la comunicación digital a través del modelo de embudo de conversión para los emprendimientos dentro de los espacios de coworking del D.M.Q. durante el Periodo 2017-2018.* <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16720/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20%20Katherine%20Elizabeth%20Y%C3%A1ñez%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Encuesta dirigida a los propietarios de negocios de locales comerciales del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro, Provincia Guayas.

Objetivo: Recabar información sobre la situación socio-económica de los comerciantes propietarios de negocios de locales comerciales del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro, Provincia Guayas, como una de las actividades programadas en los objetivos de este estudio titulado DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023

Fecha de aplicación: 15 de julio 2023

Aplicador: Génesis Carolina Bajaña Jiménez



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA ECONOMÍA**

Encuesta sobre Ficha Socio-económica Comercio Formal Mercado Colon

Lea detenidamente y llene la ficha con su información

Información Personal:					
Género:	Femenino	<input type="checkbox"/>	Estado Civil:	Soltero (a)	<input type="checkbox"/>
	Masculino	<input type="checkbox"/>		Casado (a)	<input type="checkbox"/>
Edad:	<input type="text"/>		Unión Hecho	de	<input type="text"/>
			Unión Libre		<input type="checkbox"/>

Etnia:	Mestizo	<input type="checkbox"/>	Viuda	<input type="checkbox"/>
	Blanca	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
	Indígena	<input type="checkbox"/>		
	Afro-ecuadoriano	<input type="checkbox"/>	Lugar/nacimiento:	<input type="text"/>
	Mulato	<input type="checkbox"/>	Antigüedad en local:	<input type="text"/>
	Montubio	<input type="checkbox"/>	Visión futura de la actividad comercial:	<input type="text"/>
	Otro	<input type="checkbox"/>		

Información Social Familiar y Académica:		
Vivienda:	Subraye según sea su condición:	
1.- Material de la vivienda:	Madera/caña	<input type="checkbox"/>
	Construcción mixta	<input type="checkbox"/>
	Hormigón armado	<input type="checkbox"/>
	Ladrillo	<input type="checkbox"/>
	Otros	<input type="checkbox"/>
2.-Servicios higiénicos:	Inodoro	<input type="checkbox"/>
	Letrina	<input type="checkbox"/>

Inodoro y pozo séptico

Inodoro y alcantarilla

Otro

No dispone

3.- Servicios Básicos:

Energía eléctrica

Agua potable

Telefonía fija

Telefonía móvil/
Celular

Internet

Alcantarillado

Todas las anteriores

4.- Medicina prepagada:

Sí

No

Si su respuesta es sí, Cuál?

5.- Seguro Social:

General

Campesino

Voluntario

Pensionista

6.- Educación:

Responda el nivel alcanzado

Primaria

Secundaria parcial

Secundaria
Completa

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

Otro

Actualmente estudia?

Sí

No

Dónde estudia?

Información Económica

1.- Familia:

Número de integrantes

Personas que aportan en el hogar:

Número de cargas familiares:

2.- Dispones de Servicios Financieros:

Cta. Ahorro

Cta. Corriente

Póliza

Tarjeta/crédito

Seguro (vida/
accidente):

Otro

3.- Ingresos:

Actividad Comercial

Otro empleo

Bono

Arriendo

Ayuda de familiar en el
exterior

Otros ingresos

4.- Egresos/gastos:

Transporte

Salud

Alimentación

Educación

Vestimenta

Alquiler/vivienda

Servicios básicos

Otros servicios

5.- Destino de ganancias actividad comercial:

Inversión negocio

Inversión ahorro

Inversión bienes

Inversión parcial Indicar porcentaje

6.- Préstamos:

Sí

No

Nota: Encuesta de tipo personal y anónima.

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Entrevista realizada a expertos en el tema

Objetivo: Recolectar información y su criterio personal respecto de la situación socio-económica de los comerciantes propietarios de negocios de locales comerciales del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro, Provincia Guayas, como una de las actividades programadas en los objetivos de este estudio titulado DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO CARRERA ECONOMÍA

Entrevista - Expertos

Tema: DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombres:

Profesión:

Experiencia

Cargo que ocupa en la

actualidad:

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Banco de Preguntas:

1.- ¿Qué opinión le merece el comportamiento que ha tenido el comercio formal en el Mercado Colón de la Ciudad de Milagro en el Post COVID-19?

2.- ¿De acuerdo a sus conocimientos, el sector comercial del Mercado Colon luego de la pandemia ha tenido una recuperación favorable?

3.- ¿Durante la pandemia COVID-19, se implementó algún tipo de estrategia para mejorar los índices de ventas?

4.- ¿De acuerdo a las estadísticas, este gremio de comerciantes a nivel de mercados, tuvo baja en la comercialización de productos?

5.- ¿Qué tipo de inconvenientes se presentaron antes y después de la pandemia y durante el confinamiento por la emergencia sanitaria?

6.- ¿Cree Usted que el comercio informal afecta a los comerciantes formales del Mercado Colon?

7.- ¿En la actualidad, el comercio formal del Mercado Colon ha mejorado sus ventas? ¿Se podría manifestar que se ha recuperado el comercio en este mercado, ó existe aún niveles de insatisfacción por parte de los comerciantes propietarios de dichos locales?

Desarrollo de la Entrevista:

Elaborado por Bajaña, G. (2023)

Entrevista realizada a expertos en el tema

Objetivo: Recolectar información y su criterio personal respecto de la situación socio-económica de los comerciantes propietarios de negocios de locales comerciales del Comercio Formal del Mercado Colón, Milagro, Provincia Guayas, como una de las actividades programadas en los objetivos de este estudio titulado DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO CARRERA ECONOMÍA

Comerciante antiguo/ nuevo de la zona

Tema: DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO POST COVID-19 DEL COMERCIO FORMAL DEL MERCADO COLÓN, CANTÓN MILAGRO, ECUADOR 2023

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombres:

Profesión:

Experiencia

**Cargo que ocupa en la
actualidad:**

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Banco de Preguntas:

1.- ¿Qué opinión le merece el comportamiento que ha tenido el comercio formal en el Mercado Colón de la Ciudad de Milagro en el Post COVID-19?

2.- ¿De acuerdo a sus conocimientos, el sector comercial del Mercado Colon luego de la pandemia ha tenido una recuperación favorable?

3.- ¿Cuántos años tiene laborando en este Mercado Colon?

4.- ¿Durante la pandemia COVID-19, se implementó algún tipo de estrategia para mejorar los índices de ventas?

5.- ¿Su negocio se ha visto afectado por el comercio informal?

6.- ¿Qué tipo de inconvenientes se han presentaron antes y después de la pandemia y durante el confinamiento por la emergencia sanitaria?

7.- ¿Qué tipo de problemas se presenta actualmente en su negocio?

8.- ¿Ha recibido apoyo o alguna ayuda por parte del gobierno central?

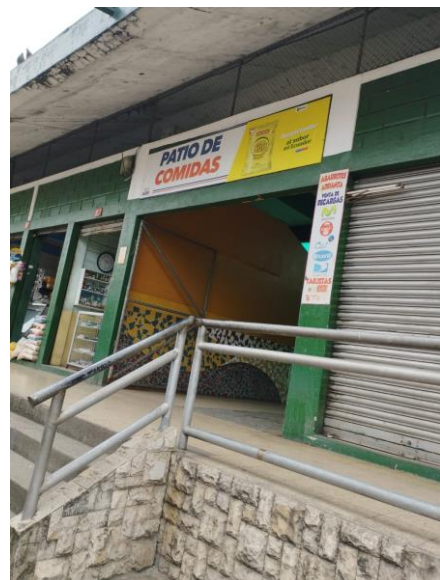
8.- ¿En la actualidad, el comercio formal del Mercado Colon ha mejorado sus ventas? ¿Se podría manifestar que se ha recuperado el comercio en este mercado, o existe aún niveles de insatisfacción por parte de los comerciantes propietarios de dichos locales?

Desarrollo de la Entrevista:

Elaborado por: Bajaña, G. (2023)

Anexo 4

Fachadas principales del Mercado Colón - Milagro desde todos sus ingresos



Elaborado por: Bajaña, G. (2023), fotografías tomadas por Bajaña, G. (2023)

Anexo 5

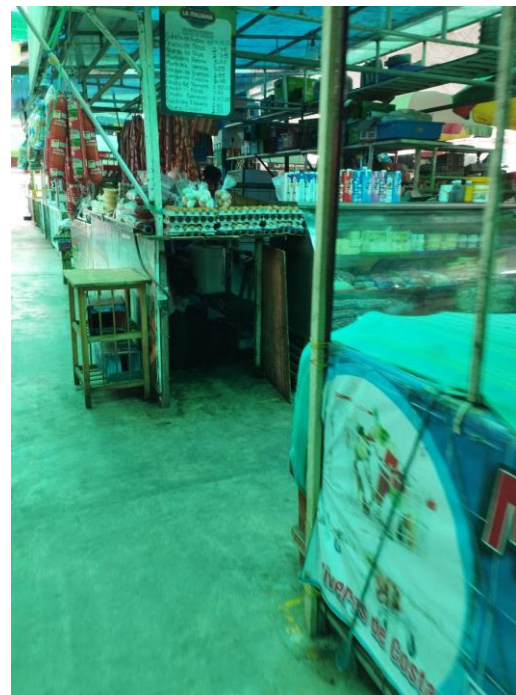
Interior del Mercado Colón - Milagro



Elaborado por: Bajaña, G. (2023), fotografías tomadas por Bajaña, G. (2023)

Anexo 6

Interior Mercado Colón – Milagro, puestos de Carnes, pollos, lacteos y embutidos



Elaborado por: Bajaña, G. (2023), fotografías tomadas por Bajaña, G. (2023)

Anexo 7

Vista del Patio de Comida – Mercado Colón - Milagro



Elaborado por: Bajaña, G. (2023), fotografías tomadas por Bajaña, G. (2023)

Anexo 8

Vista del parqueadero Mercado Colón - Milagro



Elaborado por: Bajaña, G. (2023), fotografías tomadas por Bajaña, G. (2023)

Anexo 9

Foto entrevista al Presidente Cámara de Comercio Milagro

Figura 4



Elaborado por: Bajaña, G. (2023), fotografías tomadas por Bajaña, G. (2023)