



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA**

TEMA:

**ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DE LA ESPAM MFL Y SU
IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN EL SECTOR COMERCIAL
EN LA CIUDAD DE CALCETA**

AUTORAS:

**ALCÍVAR FALCONES JÉSSICA ALEJANDRA
BRAVO MENDIETA JOHNNYA ESPERANZA**

TUTORA:

LCDA. FÁTIMA PALACIOS BRIONES, MGS

CALCETA, DICIEMBRE 2015

DERECHOS DE AUTORÍA

Jéssica Alejandra Alcívar Falcones y Johnnya Esperanza Bravo Mendieta, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

.....
JÉSSICA A. ALCÍVAR FALCONES

.....
JOHNNYA E. BRAVO MENDIETA

CERTIFICACIÓN DE TUTORA

Fátima Palacios Briones certifica haber tutelado la tesis **ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DE LA ESPAM MFL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN EL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE CALCETA**, que ha sido desarrollada por Jéssica Alejandra Alcívar Falcones y Johnnya Esperanza Bravo Mendieta, previa la obtención del título de Ingeniera Comercial con Mención Especial en Administración Pública, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
LCDA. FÁTIMA PALACIOS BRIONES, MGS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis **ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DE LA ESPAM MFL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN EL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE CALCETA**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Jéssica Alejandra Alcívar Falcones y Johnnya Esperanza Bravo Mendieta, previa la obtención del título de Ingeniera Comercial con Mención Especial en Administración Pública, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
LCDA. DIANA M. MACÍAS
INTRIAGO, MBA.

MIEMBRO

.....
ECON. ERNESTO GUEVARA
CUBILLAS, MG.

SECRETARIO

.....
ING. MARYS B. IRIARTE VERA, MG.

PRESIDENTA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la fortaleza y permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida, a mi familia que siempre ha estado brindándome su apoyo incondicional cuando más lo he necesitado.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López y a todos los profesionales que la conforman por todos los conocimientos impartidos, por las recomendaciones y consejos brindados los cuales me han ayudado a crecer como profesional.

JÉSSICA A. ALCÍVAR FALCONES

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento de este proyecto va dirigido primero a Dios ya que sin su bendición no hubiera llegado a la culminación, a mi familia que sin duda alguna ha sido un pilar fundamental en mi trayectoria como estudiante.

También un agradecimiento muy especial a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López por abrirme las puertas para cumplir una de mis metas tan anheladas como es el de ser una profesional y a cada uno de sus educando por sus enseñanzas y consejos brindados para llegar hasta la culminación de este proyecto.

JOHNNYA E. BRAVO MENDIETA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto primero a Dios ya que sin el nada de esto puede ser posible.

A las personas más importantes en mi vida como son mis padres por su amor, trabajo y sacrificio de todos estos años que me han acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida hasta convertirme en una profesional, quienes han inculcado en mi valor, fortaleza y valentía para cumplir cada una de mis metas, y también se lo dedico a mis hermanos quienes me brindaron su confianza y apoyo absoluto.

JÉSSICA A. ALCÍVAR FALCONES

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mi esposo por su paciencia, comprensión, bondad y la fortaleza que siempre me brindo, por cada una de las palabras de apoyo que siempre tenía para mí en el momento justo y cuando más lo necesitaba, también a mis dos pequeños hijos que fueron la inspiración y el motor principal que me inculcan cada día a ser una mejor persona.

A mis padres que han estado en este camino importante desde que nací y ahora son cómplices de mi felicidad al cumplir otra meta más en mi vida, quienes han velado y siguen velando por mi bienestar, a mis hermanos por cada uno de los consejos que me brindaron y a cada una de las personas que de una u otra forma están a mi lado apoyándome.

JOHNNYA E. BRAVO MENDIETA

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTORA	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE CUADROS	x
CONTENIDO DE FIGURAS	xi
CONTENIDO DE GRÁFICOS.....	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.3. OBJETIVOS	4
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	4
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.4. IDEA A DEFENDER	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. ESTUDIO	6
2.1.1. TIPOS DE ESTUDIO	6
2.1.2. TÉCNICAS PARA REALIZAR UN ESTUDIO.....	8
2.2. INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD EN LA SOCIEDAD.....	10
2.3. IMPACTO	11
2.3.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO.....	12
2.4. ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO	13
2.5. EMPRESA / NEGOCIO	13
2.6. SECTORES DE LA ECONOMÍA	15
2.6.1. SECTOR COMERCIAL.....	16
2.7. DESARROLLO	18

2.7.1. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	20
2.8. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ (ESPAM MFL)	23
2.8.1. MISIÓN.....	24
2.8.2. VISIÓN	24
2.8.3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES	24
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	25
3.1. UBICACIÓN	25
3.2. DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.3. VARIABLES DE ESTUDIO.....	26
3.4. MANEJO DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.4.1. MÉTODOS.....	26
3.4.2. TÉCNICAS	27
3.4.3. HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	27
3.4.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	28
3.5. PROCEDIMIENTO	29
3.5.1. PRIMERA ETAPA	29
3.5.2. SEGUNDA ETAPA.....	30
3.5.3. TERCERA ETAPA.....	31
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1. PRIMERA ETAPA.....	32
4.1. SEGUNDA ETAPA	33
4.3. TERCERA ETAPA	42
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
5.1. CONCLUSIONES	45
5.2. RECOMENDACIONES.....	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS.....	56

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 3.1. Niveles de confianza Z deseados.....	30
Cuadro 3.2. Niveles de precisión d absoluta.....	30

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de estudio.	7
Figura 2. Impacto social y económico.....	12
Figura 3. Sectores de la economía.	15
Figura 4. Tipos de desarrollo.....	18
Figura 5. Relación entre los sectores educativo, social y económico.....	19
Figura 6. Etapas que comprenden un desarrollo socioeconómico.....	21

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1. Año de creación del negocio.	33
Gráfico 4.2. Nivel académico de los comerciantes	34
Gráfico 4.3. Capital inicial y actual.....	35
Gráfico 4.4. Cantidad inicial y actual de trabajadores.....	36
Gráfico 4.5. Estabilidad económica del negocio.	37
Gráfico 4.6. Permanencia de la ESPAM MFL genera oportunidad de emprendimiento.	38
Gráfico 4.7. Utilidades generadas en el período 2012-2014.	39
Gráfico 4.8. Crecimiento de las ventas por aumento poblacional como consecuencia de la ESPAM MFL.....	40
Gráfico 4.9. Asistencia a capacitación brindada por la ESPAM MFL.....	41
Gráfico 4.10. Impacto de la ESPAM MFL en el crecimiento del sector comercial.....	42

RESUMEN

Con el propósito de determinar la influencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López y su impacto socioeconómico en el sector comercial de Calceta durante el período 2012-2014; se inició con la identificación de los negocios establecidos en esta jurisdicción para lo cual se acudió al departamento de avalúos y catastros del Gobierno Municipal de Bolívar, contabilizando que hasta el 2015 existen 267 comercios registrados en la base de datos; seguidamente se calculó una muestra de 58 propietarios a quienes se aplicó un cuestionario para medir el impacto socioeconómico; obteniendo que 34 negocios fueron creados antes o a partir del establecimiento de la universidad y 24 durante el período en estudio; 18 comerciantes tienen preparación académica de tercer y cuarto nivel que respalda las decisiones financieras y administrativas del negocio, habiendo en contraparte 40 propietarios con conocimientos básicos, sin embargo solo 10 acuden con frecuencia a las capacitaciones brindadas por la universidad; respecto del capital sólo 10 comerciantes se encuentran en período de recuperación y 48 ya lo recuperaron e incrementaron valiéndose de estrategias para satisfacer las necesidades de los estudiantes que por influencia de la universidad se han radicado en Calceta, situación que para los 58 cuestionados genera oportunidades de emprendimiento y fuentes de empleo; además se generaron utilidades que en el 2012 y 2013 estuvieron en 4.000-5.000 dólares pero para el 2014 se dispararon a 5.000-6.000 dólares, brindando estabilidad económica a los propietarios de los negocios que conforman el sector comercial de Calceta.

PALABRAS CLAVE

Negocio, crecimiento comercial, capital, empleo, utilidad, estabilidad económica.

ABSTRACT

In order to determine the influence of the Agricultural Polytechnic School of Manabí Manuel Félix López and its socio-economic impact in the commercial sector of Calceta during the period of 2012-2014; the study started with the identification of the established businesses in the jurisdiction of the Department of valuation and land registry of the Municipal Government of Bolivar, until 2015 there are 267 businesses registered in the database; a sample of 58 owners answered a questionnaire to measure the socio-economic impact; obtaining 34 businesses that were created before or since the establishment of the university and 24 businesses during the study period; 18 merchants have academic preparation of third and fourth degree that supports administrative and financial business decisions, in counterpart 40 owners have basic knowledge, however only 10 came frequently to the trainings provided by the university; with respect to the capital only 10 dealers are in recovery period and 48 already increased by using strategies to meet the needs of students who have settled in Calceta, for the 58 owners generated opportunities for entrepreneurship and employment sources; by influence of the university also generated profits during 2012 and 2013 were 4.000-5.000 dollars but increased to 5.000-6.000 dollars in 2014, providing economic stability to the owners of the businesses that make up the commercial sector of Calceta.

KEYWORDS

Business, business growth, capital, employment, utility, economic stability.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo socioeconómico es un aspecto en el que, individual o colectivamente, los hombres y mujeres de todo el mundo trabajan para conseguir estabilidad financiera tratando de superar indicadores negativos como la pobreza y el desempleo, razón por la cual emprenden pequeños negocios formales o informales previo un análisis de oportunidad que se presente en el mercado.

Ecuador es un país que ha enfrentado hasta la actualidad muchas adversidades similares dentro del contexto económico y social. Recordando la historia, en 1998 enfrentó una gran crisis socioeconómica que afectó al sector primario que hasta ese entonces era la rama ocupacional en que la población se desenvolvía y que por lo tanto calificaba al país como subdesarrollado.

En efecto, durante esa época la provincia de Manabí atravesó graves problemas sociales y económicos, tales como el fenómeno El Niño que arrasó con gran parte de la producción agrícola, las vías de comunicación se destruyeron y la producción se redujo. En 1999, ocurrió el feriado bancario, la congelación de fondos de los cuenta ahorristas, inflación galopante debido al tipo de cambio acelerado del sucre frente al dólar desembocó el cierre de muchos negocios, empresas y entidades financieras, para lo cual el Gobierno de turno en el año 2000 estableció como sistema monetario a la dolarización como tabla de salvación económica (Zambrano, 2010).

La ciudad de Calceta (cabecera cantonal de Bolívar) ante el crítico escenario socioeconómico nacional se mostró optimista, sus habitantes necesitaban revertir esta situación, por lo que la mayoría de las personas, instituciones públicas, empresas privadas, comerciantes y centros educativos se han esforzado por mejorar o impulsar la economía del cantón.

Para responder a lo mencionado, un visionario propició la creación del Instituto Tecnológico Superior Agropecuario de Manabí (ITSAM) en el año 1996, que luego se convertiría en Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM MFL) a partir de mayo de 1999, es tal como reza su Ley de creación "...propender al desarrollo de la región"; sin embargo esto no ha sido comprobado porque no se ha realizado desde su establecimiento un estudio sobre su influencia en el crecimiento o desarrollo del sector comercial de la ciudad de Calceta.

Otro problema identificado es que no se cuenta o al menos no está disponible para la ciudadanía una matriz que identifique los negocios establecidos en la ciudad Politécnica para conocer sus actividades comerciales; lo cual tiene como efecto que se desconozca el crecimiento comercial al menos del período 2012-2014.

Por otra parte, tampoco se ha conseguido medir el impacto socioeconómico en el sector comercial de Calceta; es decir, se desconoce qué oportunidades de emprendimiento identificaron los habitantes a partir del establecimiento de esta institución de educación superior (IES) y qué decisiones de política económica han tomado para constituirse, organizarse, producir, generar recursos y fuentes de trabajo.

Ante los problemas mencionados las investigadoras se plantean la siguiente interrogante:

1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Permitirá el estudio de la influencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López medir el impacto socioeconómico de la ciudad de Calceta?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Uno de los desafíos de las IES es formar agentes de desarrollo local, personas con aptitudes y conocimientos específicos para llevar a cabo funciones de animación económica y social; de esta manera según Madoery (2006) citado por Herrera (2011) se estimula el conocimiento, organiza el potencial de desarrollo local, promueve la asociación, la auto-organización y el cambio cultural de emprendimiento.

En el aspecto legal se hace referencia a la Asamblea Nacional que a través de la Constitución de la República del Ecuador (2008), en su artículo 27 establece que “la educación superior se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico...impulsará la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para trabajar”. Por lo que se asume que los profesionales titulados de las universidades, institutos y escuelas politécnicas egresan con la capacidad de desarrollar ideas comerciales o de industria para emprender y generar desarrollo, aportando localmente a la construcción de un país soberano y estratégico.

La carta magna en el artículo 107 dispone también que “las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad...a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional (...)” orientándose al cumplimiento del buen vivir y que potencien el crecimiento de la estructura productiva y socioeconómica del país, en este caso de la ciudad de Calceta.

El estudio de la influencia de la ESPAM MFL y su impacto socioeconómico en el sector comercial de la ciudad de Calceta tiene justificación teórica porque se basará en la investigación bibliográfica para extraer las definiciones científicas que proporcionen los elementos más apropiados para construir la herramienta de diagnóstico.

Todo lo mencionado proporcionará la información necesaria a partir de un diagnóstico socioeconómico, el mismo que reportará la influencia de la ESPAM MFL en el crecimiento comercial de Calceta; esto permite justificar metodológicamente este trabajo porque se hará uso de varios métodos, técnicas y tipos de investigación, importantes para realizar un análisis efectivo.

Esta investigación se justifica porque se conocerá el impacto económico que han tenido los negocios establecidos antes y después del establecimiento de la ESPAM MFL en Calceta, y como han apostado a las inversiones en un mercado que se encuentra en desarrollo.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Estudiar la influencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López y su impacto socioeconómico en el sector comercial en la ciudad de Calceta durante el período 2012 – 2014.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los negocios establecidos de la ciudad de Calceta para conocer sus actividades comerciales.
2. Medir el impacto socioeconómico en el sector comercial de la ciudad de Calceta a partir de la influencia de la ESPAM MFL para conocer su crecimiento.
3. Analizar cualitativamente los datos obtenidos para valorar el impacto socioeconómico de la pertinencia de la ESPAM MFL en la ciudad de Calceta.

1.4. IDEA A DEFENDER

Con el estudio de la influencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López en la ciudad de Calceta se logrará medir su impacto socioeconómico en el sector comercial.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. ESTUDIO

Un estudio es un proceso de investigación llevado a cabo individual o colectivamente por personas con habilidades de observación, indagación, análisis e interpretación. Hernández *et al.*, (2010) menciona que un estudio se realiza cuando “el objetivo es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado”, y para conseguirlo se deben planificar sistemáticamente varias etapas o actividades que permitan recopilar información oportuna.

Los estudios según Serrate (2014) “adquieren gran importancia para la cadena de mando de una organización en tanto revelan los aspectos que inciden de manera favorable o no en la dinámica laboral”; pero no solo se aplican a lo interno de la empresa sino en su entorno y de esta manera conocer su comportamiento en el sistema socioeconómico de un mercado.

Un estudio es un proceso sistemático que se planifica para ejecutar cronológicamente actividades de observación, recopilación de información, procesamiento y análisis de una determinada situación o problema, ya sea este de carácter laboral, social, económico, ambiental, entre otros. Por tal razón se convierte para los investigadores en una herramienta importante que permite conocer una realidad.

2.1.1. TIPOS DE ESTUDIO

Entre los tipos de estudio más comunes se encuentran el exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. En ocasiones se utiliza sólo uno, pero existen investigaciones que requieren la aplicación de dos o más, según la necesidad de la situación o problema a estudiar. En la figura 1 se detalla el propósito de cada uno de los tipos de estudio.

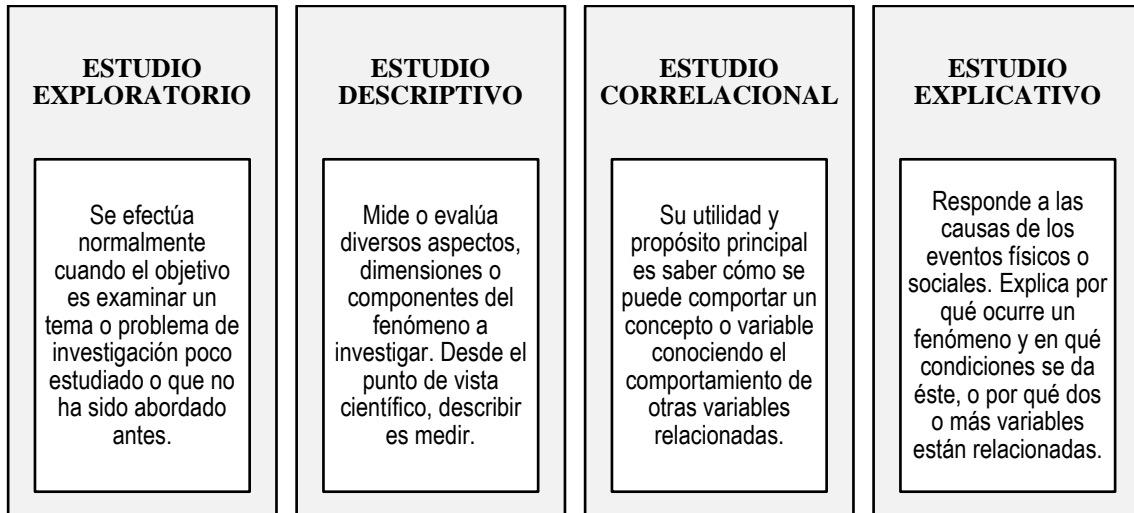


Figura 1. Tipos de estudio.
Fuente: Hernández *et al.*, 2010.

Los tipos de estudio descritos, revelan la importancia de reconocer en primera instancia la naturaleza de una investigación ya que de esto dependen las actividades y estrategias que se planifican para la obtención de información. El diseño, los datos que se recopilen, la forma de indagarlos, el muestreo y demás componentes del proceso de investigación son distintos en cada estudio. En la práctica se pueden mezclar, todo depende del conocimiento actual que se tenga de la situación a estudiar y del enfoque que el investigador pretenda dar.

Esta investigación tiene un lineamiento correlacional por este motivo el INTER (2013) hace énfasis en que este tipo de estudio “no pretende establecer una explicación completa de la causa-efecto de lo ocurrido, solo aporta indicios sobre las posibles causas de un acontecimiento” por la relación entre dos variables.

Una correlación entre dos o más variables o conceptos no implica una relación causal entre ellos, es decir sólo significa que dichos valores están relacionados ya sea de forma positiva (se elevan o disminuyen juntos) o en forma negativa (cuando uno se eleva el otro disminuye) y una relación causal implica necesariamente que un evento es consecuencia de otro que le antecede y que sin este el último no se presentará (Vergara, 2012).

El estudio correlacional hace énfasis en investigar la relación entre dos variables (independiente y dependiente); es decir, describir su causalidad. Para conseguirlo primero se miden las variables y después mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima correlación.

2.1.2. TÉCNICAS PARA REALIZAR UN ESTUDIO

Una vez establecido el enfoque de la investigación y el o los tipos de estudio a emplear, se debe definir la herramienta y técnica a utilizar para recopilar la información; y la más idónea se consideró como herramienta a la encuesta y como técnica al cuestionario.

La herramienta de la encuesta según Parada *et al.*, (2010) consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener la información, la entrevista y el cuestionario.

Para efectos de este estudio se utilizó técnica al cuestionario que según Meneses y Rodríguez (2012) “es el instrumento estandarizado que se utiliza para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas” a través varias que preguntas cerradas y elaboradas cuidadosamente sobre los hechos de los cuales se pretende indagar.

El cuestionario es para González (2015) “una forma organizada y práctica de hacer preguntas y respuestas, es un sistema adaptable a cualquier campo que busque una opinión generalizada de un tema en específico”. Los requisitos básicos de un cuestionario son propuestos por López y Sandoval (2011):

- a) Validez.- Debe de haber un acuerdo entre los objetivos de investigación y los del cuestionario. Existe validez cuando los datos obtenidos miden o representan lo que realmente se quiere medir.
- b) Confiabilidad.- Se refiere al grado de confianza que existe en el instrumento para obtener iguales o similares resultados, aplicando las mismas preguntas acerca del mismo fenómeno.

Por otra parte se plantean también algunos consejos útiles antes de elaborar un cuestionario:

- a) Selección de los temas a tratar.
- b) Determinar cuál es el orden posible del cuestionario.
- c) Definir el lenguaje a emplear, esto tomando en cuenta a quien va dirigido el cuestionario.
- d) Tiempo máximo de duración.
- e) Tener presente los efectos posibles como la influencia de algunas preguntas sobre otras, el hecho de que los entrevistados respondan cuidando su prestigio.
- f) Cuáles serán los encabezados y datos del entrevistado.
- g) Instrucciones al entrevistador.
- h) Material auxiliar a utilizar.
- i) Impresión y diseño final.

López y Sandoval (2011) hacen notar también varias recomendaciones para la redacción de las preguntas en un cuestionario:

- a) Utilizar lenguaje entendible.
- b) Lo más cortas posibles.
- c) Tratar de ser neutras.
- d) No incluir temas difíciles.
- e) Excluir palabras cargadas de connotaciones determinadas.
- f) Tono amable, la pregunta natural con lenguaje normal.
- g) Se pueden introducir preguntas de control.
- h) Preguntas sencillas al principio.

- i) Cuidar el orden de las preguntas.

De acuerdo a lo manifestado, el cuestionario es una técnica de investigación representado a través de un instrumento impreso que contiene variedad de preguntas, las cuales se orientan a obtener información sobre un mismo objeto de estudio. La amplia y fácil aplicación de esta técnica en cualquier área de investigación la hace ventajosa porque su costo y tiempo es relativamente bajo, además facilita cuantificar, analizar e interpretar los datos con mayor eficacia.

2.2. INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD EN LA SOCIEDAD

El establecimiento de una institución de educación superior (IES) es sin duda para los ciudadanos de una determinada localidad la mejor opción de desarrollo académico, pero también socioeconómico ya que su influencia puede generar oportunidades en los visionarios de emprendimiento.

Lo mencionado es respaldado por Watson (2007), quién citado por Camejo y Rebolledo (2013) escribió que “las IES y las comunidades aprenden unas de las otras en un proceso de colaboración, impulsando nuevas maneras de trabajar juntas, de crear conocimientos nuevos y de afrontar problemáticas sociales complejas” dentro del sentido de vinculación que una universidad tiene para cumplir su compromiso de propender al desarrollo local.

Por otra parte Hernández *et al.*, (2012) manifiesta que “para producir el acercamiento universidad – comunidad siempre es necesario replantearse las relaciones y responsabilidades mediante nuevos objetivos para la educación superior en el contexto de la competitividad y las demandas socioeconómicas”. Es decir que esta relación puede afianzarse mediante el reforzamiento de los programas en que la universidad pueda influir en los sectores económicos para impulsar el desarrollo y por ende generar bienestar social.

Por esta razón es que la sociedad actual exige altos niveles de participación, donde los actores, propongan, negocien, y busquen mejores condiciones de vida. Esa participación debe ser la base sobre la cual se fundamente el desarrollo de la comunidad, que promueva el proceso de transformación basada en una democracia participativa y protagónica donde la escuela y la comunidad estén integradas y cohesionadas para la formación integral (Briceño y Villegas, 2012).

Una de las partes fundamentales en que la universidad influye en la sociedad es el medio productivo, que se realiza a través de la asistencia técnica y consultoría, la innovación y transferencia tecnológica, la investigación aplicada y la educación continua. Aunque el medio productivo o comercial juega un papel fundamental en el desarrollo de un país, los centros de saber y estudio (representados por las universidades) deben ser lugares creadores de conciencia para las generaciones presentes y futuras (Navarro y Villarroel, 2011).

Basándose en los criterios establecidos, existe un consenso de que la vinculación universidad – comunidad es un indicador que se establece en las IES para que antes de llegar a ser profesional, el /la estudiante sea persona, un ser humano diferente, honesto, emprendedor, visionario y sensible ante los problemas de la comunidad, interviniendo e invirtiendo sus conocimientos y herramientas para generar desarrollo y lograr impacto económico y social.

2.3. IMPACTO

Es el cambio o conjunto de cambios duraderos que se producen en la sociedad, la economía, la ciencia, la tecnología y el medio ambiente, mejorando sus indicadores, como resultado de la ejecución de acciones de investigación, desarrollo e innovación que introducen valor agregado a los productos, servicios, procesos y tecnologías (Lozano *et al.*, 2011).

El impacto según Bello (2011) está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas. Para Milanés *et al.*, (2010) estos efectos significan o determinan la existencia de un cambio, de una transformación cualitativa, estructural en un grupo social o en la sociedad en general.

Es el impacto, un efecto de cambio que se produce por un acontecimiento que puede ser positivo o negativo para la sociedad. Son modificaciones o alteraciones ambientales, laborales, sociales, económicas y de otras índoles; generalmente provienen por la ejecución de un proyecto, pero en otras ocasiones pueden darse de manera natural.

2.3.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

A efectos de esta investigación de impacto socioeconómico, el término será analizado en primera instancia por separado.

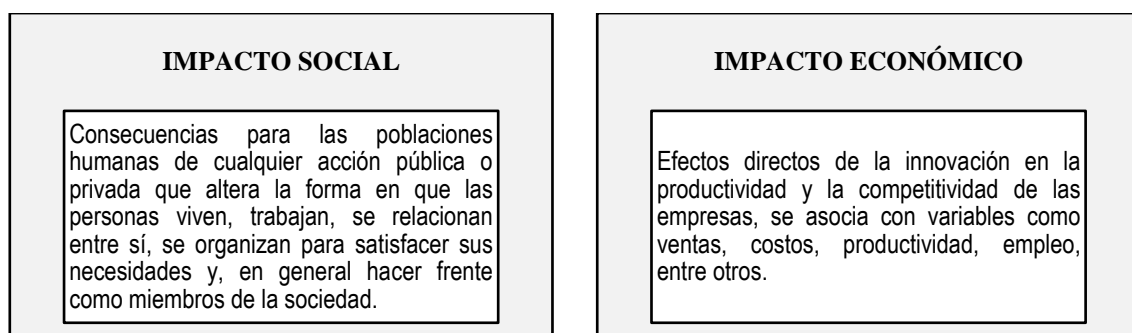


Figura 2. Impacto social y económico.

Fuente: Richards y Panfil, 2011; Milanés *et al.*, 2010.

Se determina entonces que el impacto social es aquel que se vincula a la calidad de vida de la población y satisfacción de sus necesidades; por su parte el impacto económico es aquel que influye en el desarrollo financiero y comercial a través de la innovación, el emprendimiento y la competitividad. Ya de manera conjunta el impacto socioeconómico es según CSR-Innolabs (2013)

un conjunto de consecuencias relativas a la sociedad y la economía provocadas por una actuación en un entorno local.

2.4. ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Según Bello (2011) la evaluación de impacto “tiene por objeto determinar si el programa produjo los efectos deseados en las personas, hogares o instituciones y si esos efectos son atribuibles a la intervención del programa”. A lo que Richards y Panfil (2011) agrega que es “el proceso de identificación de las consecuencias futuras de una acción actual o propuesta. El impacto es la diferencia entre lo que pasaría con la acción y lo que pasaría sin la acción”.

El estudio o medición del impacto socioeconómico ayuda a las empresas a identificar oportunidades y riesgos asociados a la gestión de un proyecto o proceso y a mejorar la comunicación y el diálogo con grupos de interés clave. Además, desde un punto de vista empresarial, lo que se mide se gestiona y lo que se gestiona importa (CSR-Innolabs, 2013).

Lo manifestado da extensión para definir que el estudio del impacto socioeconómico está orientado a indagar sobre los aspectos que han influido en el crecimiento empresarial o de negocios y sobre esto la estabilidad financiera de los agentes de comercio. La universidad puede ser un factor de impacto socioeconómico; por tal razón un estudio de esta naturaleza es identificar que oportunidades de negocio identifican los actores sociales a partir del establecimiento de una IES.

2.5. EMPRESA / NEGOCIO

Rojo (2007) citado por Medina (2011) dice que hay que considerar a la empresa como un ente fundamental dentro de la actividad económica en la que participan de manera relacionada diversos agentes económicos, cuyo

comportamiento se explica por el valor económico que, a su vez, depende de las expectativas de dichos agentes”; es decir, estas últimas están en función de la satisfacción que las personas esperan obtener con sus conductas.

Para Ugarte (2013) la actual empresa ha dado paso a una nueva modalidad de organización que se constituye por múltiples unidades económicas; dichas unidades, que se encuentran ligadas por la propiedad o control financiero, pueden establecer tanto relaciones de coordinación horizontal como de control vertical.

Las empresas a nivel general son sistemas que mueven la economía del mundo, si su naturaleza se enfoca a lo comercial, se las puede concebir como personas jurídicas dedicadas a la compra y venta de productos, pero también a la distribución a unidades de comercio más pequeñas denominadas negocio.

Páez (2004) citado por Acosta *et al.*, (2010) define a los negocios como dispositivos socioeconómicos que generan riquezas y empleo. Según ITAM (2014) consisten en una actividad, sistema, método o forma de generar valor tanto a aquella entidad o persona que es su dueño, lo implementa, o lo explota, como a aquellos a quienes dirige la oferta de bienes o servicios.

La competitividad de un negocio viene dada por la capacidad que posea para generar, desarrollar o mantener una ventaja competitiva. Ello fluye de los procedimientos, tecnología y conocimiento, que la unidad realiza para desarrollar el negocio (Medina y Severino, 2014).

Lo importante de un negocio es entender que la mayor característica para que sea exitoso es que se convierta en un verdadero sistema donde cada persona que consume el producto pueda integrarse y tener la capacidad, el conocimiento y el apoyo para hacer de esto una oportunidad de

emprendimiento, creando una red de empleo que genere desarrollo social y crecimiento económico a través de los distintos sectores de la economía.

2.6. SECTORES DE LA ECONOMÍA

Los sectores de la economía (Figura 3) son cuatro: primario, secundario, terciario y cuaternario; cada uno representa el escenario microeconómico y macroeconómico en que las empresas y/o negocios se desenvuelven.



Figura 3. Sectores de la economía.

Fuente: Cruz y Polanco, 2014; Millares, 2013; Ayén, 2013; Morán, 2012.

El sector primario se basa en la explotación de recursos naturales, se refiere a actividades como la agricultura, pesca, minería, entre otras, es decir que las personas se dedican ocupaciones que los vinculan directamente a riquezas provenientes de la naturaleza.

El sector secundario de la economía por consiguiente es aquel que compra los productos provenientes del sector primario para someterlos a un proceso de transformación por medio de maquinarias, lo cual se conoce como actividad industrial, entre otras también se encuentran la construcción, la generación de electricidad y demás ocupaciones que vinculen al hombre con la tecnología.

El tercer sector de la economía como ya se mencionó se basa en la compra y venta de bienes y servicios; es decir que quienes se desenvuelven en este tipo de actividades no intervienen en la transformación de los productos, simplemente ganan comisiones por lograr mayor cantidad de negociaciones con locales comerciales (negocios pequeños) o venta directa al consumidor; pero también están los que reciben remuneración mensual sin necesidad de medir la cantidad del servicio. Como se observa, este sector se destaca mucho más en los servicios como pueden ser la distribución del comercio, turismo, publicidad, servicios sociales (sanidad, justicia), educación, entre otros.

El sector cuaternario es naciente debido al gran avance que presenta el mundo en cuanto a investigaciones científicas e innovación en tecnología; pero además en este sector se considera también a la educación, servicios de información, empleos desde casa a través del internet. Otro aspecto muy importante de este sector es la reducción de costes en las grandes compañías al momento de estudiar y expandir mercados.

Todos los sectores de la economía son importantes para el desarrollo de quienes se mantienen económicamente activos. Sin embargo, esta investigación se enfoca a los sectores comerciales, mismos que se encuentran entre el segundo (muchas empresas o negocios transforman los productos y se encargan de la venta al por mayor y menor) y tercer sector de la economía.

2.6.1. SECTOR COMERCIAL

El sector comercial se refiere básicamente a una estructura de mercado en donde se ubican variedad de locales dedicados al comercio. Y de acuerdo a González (2010) se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra-venta de bienes y servicios.

Según Queirolo (2014) “los agentes de mercado dentro del sector comercial tienen una ocupación destacada dentro de la clase trabajadora porque buscan en el corto plazo la subsistencia cotidiana, sin dejar de apostar en el largo plazo un crecimiento económico y social” proveniente del ahorro que incrementa el capital.

Jansen y Lee (2012) consideran que “el comercio se expande porque las personas y las empresas de todo el mundo exportan cada vez más bienes y servicios, presumiblemente porque les resulta ventajoso”. Por tal motivo la UNAM (2013) considera que “el comercio se constituye a través de las actividades económicas de intercambio que realizan dos o más personas sobre los bienes y servicios, jurídicamente, ese intercambio se puede llevar a cabo a través de un acto jurídico regulado por el derecho mercantil o civil.

Lo indicado permite determinar que el sector comercial está constituido por agentes de mercado que se ocupan en actividades de compra-venta de bienes y servicios a grandes cantidades para luego distribuirlos a los consumidores, generando así una ganancia. El dinero es representativo en este tipo de intercambios, no obstante existen leyes de derecho mercantil y ordenanzas municipales que regulan cualquier actividad comercial.

2.6.1.1. ACTIVIDAD COMERCIAL

La actividad comercial se expresa a través de la comercialización, entendida ésta como el proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. La comercialización involucra actividades de compra-venta al por mayor y menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento, entre otras (Crespo, 2010).

La comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o trueque que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese

conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción (Orozco, 2011).

Las actividades económicas permiten la generación de riqueza dentro de una comunidad mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o servicio buscando la satisfacción de las necesidades humanas. El cumplir con ese proceso requiere de personal capacitado, por lo tanto se genera trabajo y a su vez desarrollo de todos los actores sociales.

2.7. DESARROLLO

Reyes (2010) dice que el desarrollo es la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados. El término desarrollo es utilizado con distintos motivos según distintas disciplinas de las ciencias sociales (Figura 4):

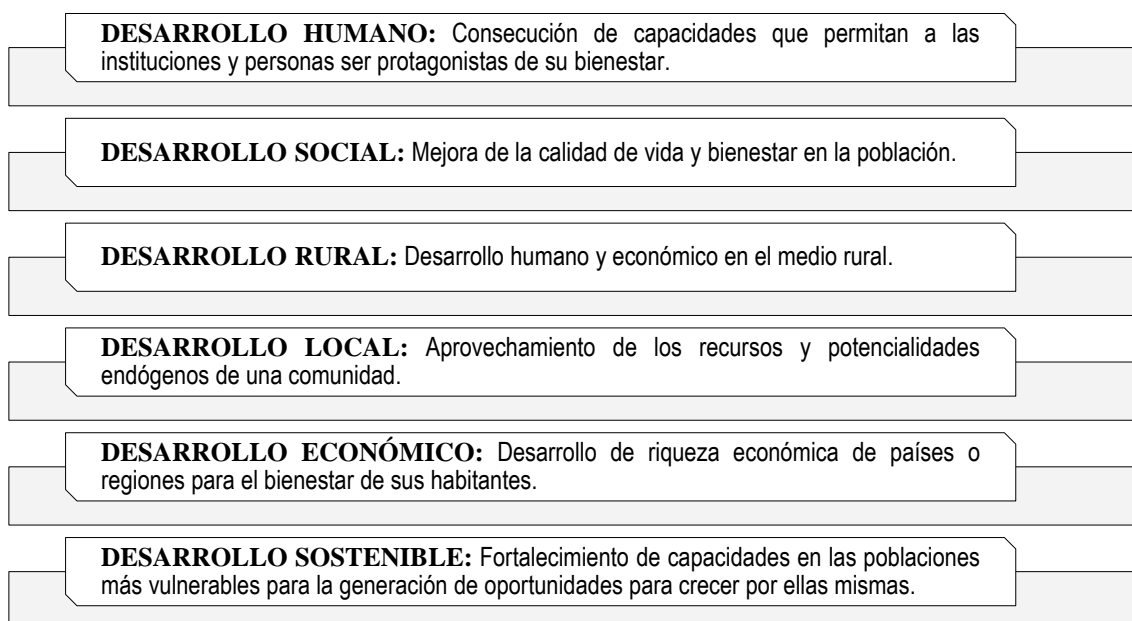


Figura 4. Tipos de desarrollo.

Fuente: Reyes, 2010.

Como se observa en la figura 4 existen varios tipos de desarrollo, sin embargo ninguno se desliga de los otros, porque habiendo principalmente desarrollo económico por ende se van a generar proyectos orientados al progreso de la población en todos los aspectos en que sus necesidades sean satisfechas.

En aporte al desarrollo, el establecimiento de las IES, es ser el motor generador de oportunidades, de impulsar la competitividad de los diferentes sectores económicos; pero también es importante saber que esto se hace realidad cuando la calidad de la formación del ser humano es excelente, generando valor en la transmisión del conocimiento a la sociedad (Sandoval, 2010).

En este sentido Cassaigne (1997) citada por Sandoval (2010) explica que la formación de profesionales a cargo de las IES debe tener como punto de partida la comunicación con las empresas, así como la interacción con los sectores social y económico (productivo), los que a su vez definen el comportamiento del mercado laboral y las necesidades de la sociedad a la cual sirven.

Estos tres elementos conforman un proceso de retroalimentación continuo (Figura 5) para integrar el proceso de influencia, tal como se muestra a continuación:

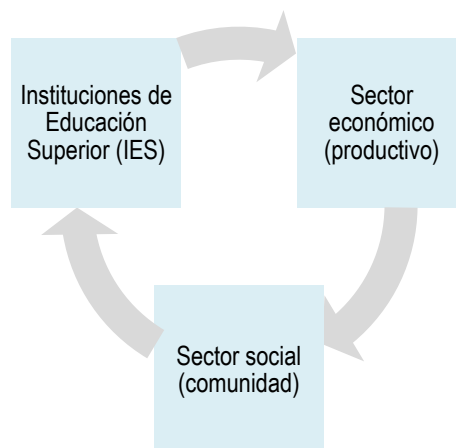


Figura 5. Relación entre los sectores educativo, social y económico.
Fuente: Sandoval, 2010.

En este contexto, para Lanz y Ferguson (2011) citados por Pertúz (2014) la influencia de la universidad y su impacto socioeconómico se define como la respuesta a las demandas de emprendimiento y oportunidad de empleo, así también a la investigación asociada a problemas locales y regionales, la generación de conocimientos científicos y tecnológicos, que deben responder a condiciones fundamentales del desarrollo económico y social de la nación.

Por lo mencionado es que Villalobos y Ponce (2011) consideran que “cuando se cuenta con la estructura social que permita la movilidad ascendente y un contexto económico favorable, la educación produce un capital humano más rico y variado, reduciendo las desigualdades sociales endémicas en la sociedad”. De esta manera la política educativa puede convertirse en fuerza impulsora del desarrollo económico y social cuando forma parte de una política general de desarrollo y cuando ambas son puestas en práctica en un contexto nacional propicio.

Con los argumentos expuestos se puede considerar que el desarrollo económico significa un avance financiero para los sectores que a través de la mejor utilización de sus recursos se mantienen activos por capitales propios o por influencia de otros actores sociales como es la universidad, donde ya interviene el aspecto social, es decir que sus actores ya no solo promoverían la generación de riqueza sino que integre a toda la sociedad para que esta sea distribuida de manera más equitativa; y así de manera conjunta generar bienestar socioeconómico.

2.7.1. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

El desarrollo socioeconómico de una circunscripción geográfica relativamente pequeña según Polanco (2011) “está basado generalmente en actividades agropecuarias, de industrialización artesanal y de servicios, practicadas en su mayoría por pequeños productores o comerciantes dedicados a la compra y venta para el consumo local” de manera que se genera trabajo, circulación de

dinero y por ende desarrollo de quienes se encuentran inmersos en el sistema comercial.

Desde el punto de vista educativo se puede favorecer al desarrollo socioeconómico equitativo a través de la fomentación de la cultura emprendedora que promueva el equilibrio entre un progreso económico sostenible y el desarrollo social-humano (Martínez y Amador, 2010).

Los cambios que favorecen a la sociedad en el desarrollo socioeconómico según Fuentes (2013) son:

- a) Apoyar a la pequeña empresa: Procurar que el crédito sea canalizado a las empresas pequeñas y medianas sin acceso a los recursos de la banca.
- b) Elevar la competitividad: La competitividad se sustenta en mejoras de la productividad (reducciones reales de costos) y en mejoras de la calidad y variedad de los bienes y servicios producidos.

Así mismo indica que las etapas que comprenden un desarrollo socioeconómico son las que se muestran en la figura 6.

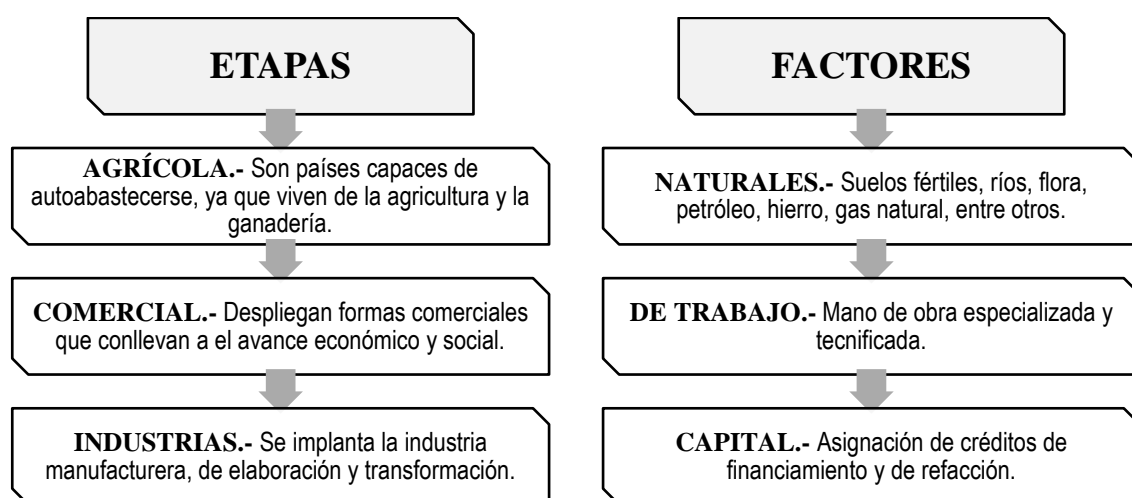


Figura 6. Etapas que comprenden un desarrollo socioeconómico.

Fuente: Fuentes, 2013.

El desarrollo socioeconómico significa entonces crecimiento social y económico pero de manera sólida y sostenible donde los hombres y mujeres ejecutan funciones o venden su fuerza de trabajo para construir un sistema comercial-financiero con igualdad de oportunidades donde existan cambios positivos en las técnicas de producción, en las actitudes sociales e institucionales. Es decir cambiar principalmente el sistema económico para que sea de fácil acceso, de esta manera las personas con visión comercial puedan incursionar en el mercado y competir para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente a través del factor trabajo.

2.7.1.1. CRECIMIENTO ECONÓMICO

El crecimiento económico viene dado por el desarrollo socioeconómico; implícitamente Pérez (2013) supone que “un elevado crecimiento económico es beneficioso para el bienestar de la población, es decir que un elevado crecimiento económico sería un resultado deseado por las autoridades políticas y por la población de un país.

Bell (1976) citado por Galindo (2011) el crecimiento económico se ha convertido Según en la religión secular de las sociedades industriales para avanzar. Es para Uxó (2014) el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado.

El crecimiento económico es el aumento en la cantidad producida de bienes y servicios finales en una economía durante un tiempo determinado; y para medir el crecimiento se utiliza el PIB (Producto Interno Bruto), el cual es un indicador que se utiliza para medir la productividad de un país en un período determinado. Por lo tanto el crecimiento económico es una meta de cualquier sociedad porque involucra un incremento importante de los ingresos y del estilo de vida de los individuos.

2.8. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ (ESPAM MFL)

Las gestiones para la creación de una institución de educación superior (IES) empezaron en el Congreso Nacional y luego en otras instancias desde 1995. Se crea así el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR AGROPECUARIO DE MANABÍ, ITSAM, mediante Ley N°. 116, publicada en el R.O. N°. 935, el 29 de abril de 1996.

Tres años después, el Congreso Nacional expidió la Ley Reformatoria que transformaba el ITSAM, en ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ, ESPAM, cuya Ley 99-25 fue publicada en el R.O. el 30 de abril de 1999.

La Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí nace como persona jurídica de derecho público, autónoma, que se rige por la Constitución Política del Estado, Ley de Educación Superior, su Estatuto Orgánico y Reglamentos, para preparar a la juventud ecuatoriana y convertirla en profesionales, conforme lo exigen los recursos naturales de su entorno.

La ESPAM inicia sus labores con las carreras de Agroindustria, Medio Ambiente, Agrícola y Pecuaria. Posteriormente, mediante un estudio de mercado, se crea la carrera de Informática, emprendiendo así, un riguroso programa de fortalecimiento académico, con el fin de formar profesionales idóneos que ejecuten proyectos sustentables, generadores de fuentes de trabajo.

Ante la demanda de nuevas carreras, los directivos de la ESPAM, no han escatimado esfuerzos para incrementar otras, de tipo empresarial. Es así como desde el año 2003 funcionan dos nuevos programas: Administración Pública y Administración de Empresas, los que se cumplen en horarios nocturnos, al

igual que la Carrera de Informática. A partir del año 2007 y, producto de un estudio, los estudiantes tienen una nueva opción: Ingeniería en Turismo. Con ello se busca potenciar a la población manabita, ávida de lograr una profesión acorde con sus aspiraciones.

2.8.1. MISIÓN

Formación integral y continua de profesionales que contribuyan de forma proactiva y creativa al desarrollo cultural, económico, político y social sostenible de su entorno y nación, para lo cual hace suya las aspiraciones más legítimas de sus profesionales, trabajadores y estudiantes en un clima de participación y compromiso social.

2.8.2. VISIÓN

Coadyuvar al desarrollo de la región y el país como un centro referencial de la calidad en la formación de profesionales en las carreras existentes y en las que para el efecto se crearen.

2.8.3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES

- a) Proporcionar a los estudiantes una formación humanística general que dentro del contexto de la realidad nacional, les permita una plena realización personal.
- b) Formación en las diversas especialidades académicas, equipos profesionales en los campos humanísticos, científicos y tecnológicos.
- c) Capacitar a los estudiantes para su participación activa en los procesos de cambios estructurales del país, con espíritu crítico.
- d) Realizar actividades orientadas a proyectar su preparación y trabajo académico a la sociedad ecuatoriana y de preferencia a los sectores menos favorecidos del país.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1. UBICACIÓN

El presente trabajo se realizó en Calceta que es una ciudad ecuatoriana, cabecera del cantón Bolívar, en la provincia de Manabí. Esta ciudad limita al norte con Chone, al sur con Junín, al este con la parroquia rural Quiroga del cantón Bolívar y al oeste con Tosagua (Foto 1).

El territorio es bastante montañoso con una extensión de 537,8 km² y una población total de 17.632 habitantes según lo indica el censo realizado por el INEC (2010). Además se resalta que esta circunscripción tiene una temperatura promedio de 26°C y se localiza entre las coordenadas -0.85 latitud y -80.1667 longitud; con una altitud media 22 msnm.

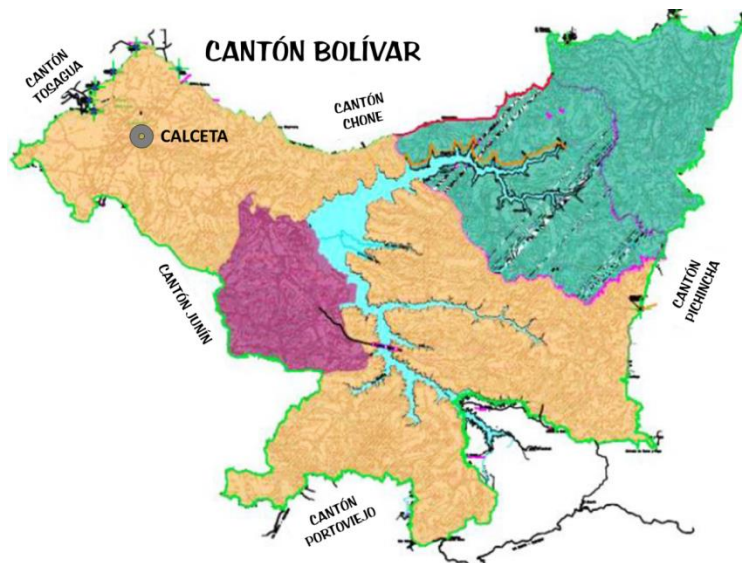


Foto 1. Mapa político del cantón Bolívar - Ubicación geográfica de la ciudad de Calceta.
Fuente: GAD Municipal del cantón Bolívar, 2014.

3.2. DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación sobre el estudio de la influencia de la ESPAM MFL y su impacto socioeconómico en el sector comercial en la ciudad de Calceta se

realizó en el transcurso estimado de nueve meses comprendidos desde noviembre 2014 hasta agosto 2015.

3.3. VARIABLES DE ESTUDIO

Las variables que se manejaron en esta investigación fueron:

Variable independiente: Influencia de la ESPAM MFL.

Variable dependiente: Impacto socioeconómico en el sector comercial.

3.4. MANEJO DE LA INVESTIGACIÓN

Consistió en complementar todos los métodos, técnicas y tipos de investigación necesarios para actuar adecuadamente durante todo el proceso de recolección de información, procesamiento, análisis y redacción.

3.4.1. MÉTODOS

El método empleado en esta investigación fue no experimental y se basó en dos métodos como son el histórico y el inductivo-deductivo, mismos que permitieron seguir un procedimiento efectivo para recopilar información veraz y llegar a la verdad de los hechos.

- **Histórico:** Se aplicó para investigar documentos que exponían los antecedentes del crecimiento comercial que ha tenido la ciudad de Calceta en los últimos años.
- **Inductivo-deductivo:** Se utilizó para realizar el análisis cualitativo de los datos cuantitativos obtenidos con la aplicación del cuestionario; logrando describir la información para llegar a conclusiones generales y específicas sobre la influencia de la ESPAM MFL y su impacto en el sector comercial de la ciudad de Calceta.

3.4.2. TÉCNICAS

Fueron aplicadas en la investigación de campo para recolectar información directa de los objetos de estudio, entre estos se encuentran la observación y el cuestionario.

- **Observación:** Se utilizó esta técnica a través de la herramienta cuaderno de notas, mismo en el que se fue registrando todos los negocios establecidos en la ciudad de Calceta y la descripción de su naturaleza o actividad comercial a la que se dedica.
- **Cuestionario:** Esta técnica (Anexo 1) se basó en la herramienta de investigación como es la encuesta y fue fundamental en la recogida de información cuantitativa de los criterios que los comerciantes tienen respecto de la influencia que la ESPAM MFL ha tenido y su impacto socioeconómico sobre el crecimiento del sector comercial en la ciudad de Calceta.

3.4.3. HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Las herramientas que se utilizaron como complemento para la elaboración de los instrumentos de recogida de datos fueron el cuaderno de notas y la encuesta.

- **Cuaderno de notas:** Esta es una libreta de bolsillo que las investigadoras utilizaron para escribir toda la información necesaria sobre los negocios o comercios establecidos en la ciudad de Calceta. Fue una herramienta muy útil debido a que permitió no obviar ningún dato.

- **Encuesta:** A través de esta herramienta se estructuró un formulario con preguntas cerradas (cuestionario) formuladas en orden secuencial y lógico que fueron desde lo informativo hasta lo específico de lo que se pretendía investigar, que en este caso fue sobre la influencia que los comerciantes consideran ha tenido la ESPAM MFL sobre su desarrollo y crecimiento socioeconómico.

3.4.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación utilizados en la ejecución de este trabajo son de campo, descriptivo y explicativo, mismos que proporcionaron datos directos de la zona objeto de estudio para un análisis de influencia e impacto socioeconómico.

- **De campo:** Se utilizó para la recolección directa de información en los agentes de comercio representantes de cada uno de los negocios y empresas que conforman el sector comercial de Calceta.
- **Descriptivo:** Se aplicó en esta investigación porque se estudió y describió los diversos aspectos que desde el establecimiento de la ESPAM MFL en Calceta han impactado sobre el sector comercial para impulsar su desarrollo socioeconómico.
- **Explicativo:** Este tipo de estudio fue esencial para el desarrollo de esta investigación porque a partir de la descripción de los datos se logró analizar y explicar cómo ha intervenido la permanencia de la ESPAM MFL en la ciudad de Calceta para el desarrollo socioeconómico del sector comercial.

3.5. PROCEDIMIENTO

El procedimiento con el que se guió el estudio de la influencia de la ESPAM MFL y su impacto socioeconómico en el sector comercial en la ciudad de Calceta estuvo conformado por tres etapas que tuvieron coherencia con los objetivos planteados:

3.5.1. PRIMERA ETAPA

En esta etapa se identificaron los negocios establecidos en la ciudad de Calceta para conocer sus actividades comerciales, realizando las siguientes actividades:

- 1) Solicitud al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Bolívar una copia impresa de la base de datos sobre las patentes que registran los comercios o negocios que operan en la ciudad de Calceta.
- 2) Elaboración de una matriz a partir de la información proveniente de la herramienta cuaderno de notas y que permitió identificar los representantes, actividad comercial y demás datos necesarios para los análisis posteriores.
- 3) Determinación de una muestra a partir del total de negocios identificados y registrados en la base de catastros municipal, para esto se aplicó la fórmula 3.1 propuesta por Aguilar (2005):

$$n = \frac{NZ^2pq}{(d^2(N-1)) + (Z^2pq)} \quad [3.1]$$

Dónde:

n = Total de negocios a encuestar (muestra)

N = Total de negocios identificados (universo)

Z = Nivel de confianza (1.96) = 95%

Se fija en función del interés del investigador. Los valores más comunes son los que se precisan en el cuadro 3.1:

Cuadro 3.1. Niveles de confianza Z deseados.

% Error	Nivel de confianza	Valor de Z calculado en tablas
1	99%	2.58
5	95%	1.96
10	90%	1.645

p = proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia ($5\% = 0.05$).

q = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio ($1 - p$), en este caso $1 - 0.05 = 0.95$.

La suma de la p y la q siempre debe dar 1.

d = Nivel de precisión absoluta (0.05)

Las precisiones absolutas comúnmente utilizadas son las que se muestran en el cuadro 3.2:

Cuadro 3.2. Niveles de precisión d absoluta.

%	Valor d
90	0.1
95	0.05
99	0.001

3.5.2. SEGUNDA ETAPA

En esta etapa se midió el impacto socioeconómico en el sector comercial de la ciudad de Calceta a partir de la influencia de la ESPAM MFL para conocer su crecimiento; para esto se realizaron las siguientes actividades:

- 1) Elaboración del cuestionario basándose en los indicadores socioeconómicos en que una IES pueda influir para el crecimiento y desarrollo del sector comercial. Para el diseño de la técnica se siguió este proceso:
 - a) Se definió el objetivo del cuestionario para que los comerciantes se familiarizaran con la finalidad de la investigación.
 - b) Se elaboraron las preguntas en base a los siguientes indicadores socioeconómicos:
 - i. Año de creación del negocio.
 - ii. Preparación académica del dueño del negocio.
 - iii. Capital inicial y actual.

- iv. Cantidad inicial y actual de trabajadores.
 - v. Estabilidad financiera.
 - vi. Oportunidad de emprendimiento por influencia de la universidad.
 - vii. Crecimiento de ventas por aumento poblacional.
 - viii. Generación de utilidades.
 - ix. Asistencia administrativa por parte de la universidad.
 - x. Impacto de la universidad en el crecimiento del sector comercial.
- 2) Correspondiente al trabajo de campo se acudió a cada uno de los negocios establecidos en la muestra para aplicar a sus representantes la encuesta elaborada.

3.5.3. TERCERA ETAPA

Esta etapa de la investigación consistió en el análisis de cómo ha intervenido la permanencia de la ESPAM MFL en la ciudad de Calceta para el desarrollo socioeconómico del sector comercial, llevando a cabo las siguientes actividades:

- 1) Elaboración de las tablas de frecuencia a través del software Microsoft Excel 2010 que permitió organizar los datos y poderlos representar porcentualmente a través de gráficos ilustrativos y la comparación de los datos.
- 2) Descripción, análisis y discusión de los resultados, con lo que se pudo determinar la relación entre las variables de estudio.
- 3) A partir de los datos se comprobó la idea a defender para poder emitir las respectivas conclusiones del estudio.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. PRIMERA ETAPA

Identificación de los negocios establecidos en la ciudad de Calceta: Se acudió al Departamento de Avalúos y Catastros de Gobierno Autónomo Municipal del cantón Bolívar para a través de la investigación de campo recabar datos sobre el sector comercial en la ciudad de Calceta, obteniendo que hasta el 2015 existen 267 negocios porque no han variado desde el 2014 (Ver anexo 2), distribuidos de la siguiente manera:

	2012	2013	2014
Farmacias	19	20	21
Tiendas de abarrotes	47	47	47
Panaderías	12	12	12
Picanterías	09	10	11
Bar – Restaurantes	39	40	42
Estaciones de servicios y petróleos	02	02	02
Centros de tolerancia	01	01	01
Funerarias	05	05	05
Micro mercados	07	07	07
Supermercados y comisariatos	01	01	01
Tercenas	08	08	08
Hoteles	05	05	05
Moteles	04	05	05
Hostales	03	03	03
Establecimientos de plaguicidas	05	05	05
Salones de belleza	05	05	05
Peluquerías	09	09	09
Soda bares	06	06	06
Productos naturales	04	04	04
Plantas procesadoras	06	06	06
Salones de billar	05	06	06
Salones de eventos	05	05	05
Discotecas y peñas	03	03	03
Licorerías	02	02	02
Gimnasios	02	02	02
Asilo de ancianos	01	01	01
Recreación (piscinas)	04	04	05
Heladerías	02	03	03
Consignaciones y bodegas	03	03	03
Aserraderos	02	02	02
Cementerio	01	01	01
Centro de faenamiento	01	01	01
Distribuidoras de gas	02	03	03
Distribuidora de medicamentos	00	01	01
Ópticas	01	02	02
Bar – Restaurantes escolares	15	15	15
Bar – Karaoke	07	07	07
Total de negocios o comercios	253	262	267

Identificados un total de 267 negocios o comercios y registrados en la base de catastros municipal, se procedió a aplicar la fórmula 3.1 para calcular el tamaño de la muestra que fue el objeto de estudio; y reemplazando se obtuvo:

$$n = \frac{267 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{(0.05^2(267 - 1)) + (1.96^2 * 0.05 * 0.95)}$$

$$n = \frac{267 * 3.8416 * 0.05 * 0.95}{(0.0025 * 266) + (3.8416 * 0.05 * 0.95)}$$

$$n = \frac{48.721092}{0.665 + 0.182476}$$

$$n = \frac{48.721092}{0.847476}$$

$$n = 58/.$$

Es decir que en esta investigación se trabajó con una muestra de 58 locales del sector comercial de Calceta a través de sus representantes o propietarios.

4.1. SEGUNDA ETAPA

Medición del impacto socioeconómico en el sector comercial de calceta a partir de la influencia de la ESPAM MFL: Se realizó con la aplicación del cuestionario a los 58 negocios seleccionados al azar, obteniendo los siguientes resultados:

Año en que se creó el negocio:

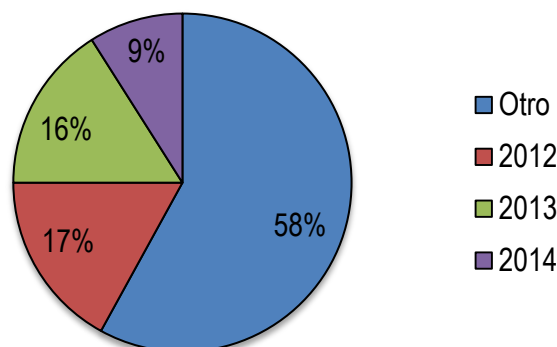


Gráfico 4.1. Año de creación del negocio.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

La mayoría de los comerciantes indicaron que sus negocios fueron creados antes del período 2012-2014 (58%), según lo manifestaron ya tienen 15 años, otros entre 22 y 24 años que están consolidados en el mercado de Calceta; por otra parte el gráfico 4.1 revela que el 17% de comercios se crearon en el 2012, el 16% en el 2013 y en el 2014 un 9%. Es decir que en mayor proporción los negocios que conforman el sector comercial de Calceta fueron creados antes o a partir del establecimiento de la ESPAM MFL, no obstante se determina que en el último período trianual el crecimiento comercial se ha disparado considerablemente.

Nivel académico de los comerciantes:

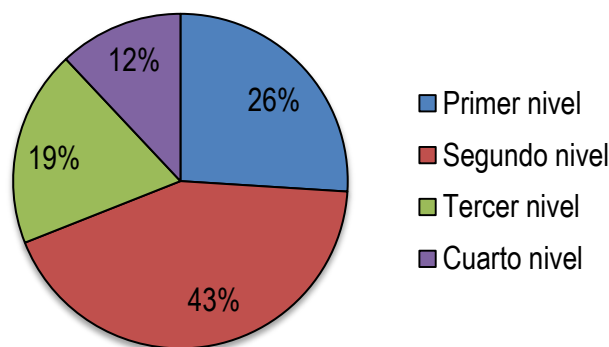


Gráfico 4.2. Nivel académico de los comerciantes

Fuente: Sector comercial de Calceta.

El gráfico 4.2 revela que el 43% de los comerciantes tienen nivel académico de segundo nivel, el 26% primer nivel, el 19% tercer nivel y por último un 12% que ha concluido o incurso en un cuarto nivel. Con estos datos se determina que la mayoría de los comerciantes poseen conocimientos básicos para emprender actividades mercantiles; reafirmando así la posición de Obando (2008) quién citado por Ávalos y Murillo (2013) expone que: “La probabilidad de encontrar propietarios de microempresa con educación superior completa es sin duda mucho más baja que en cualquier otro estrato”. Sin embargo por motivos de estrategia competitiva se requiere que el capital humano tenga el mayor nivel académico posible, ya que según Rojas (2012): “La educación es un factor importante en la explicación del crecimiento económico”. En palabras de

Calderón y Mousalli (2012): “El elemento monetario es un objetivo vital, pero es solo a través del conocimiento que se logran recursos financieros de un negocio con el capital intelectual”. Esto quiere decir que aún se requiere que los comerciantes de la ciudad de Calceta culminen su proceso curricular, al menos hasta el tercer nivel que le dé un respaldo técnico a todas las decisiones económicas y administrativas que tomen en función de su negocio.

Capital:

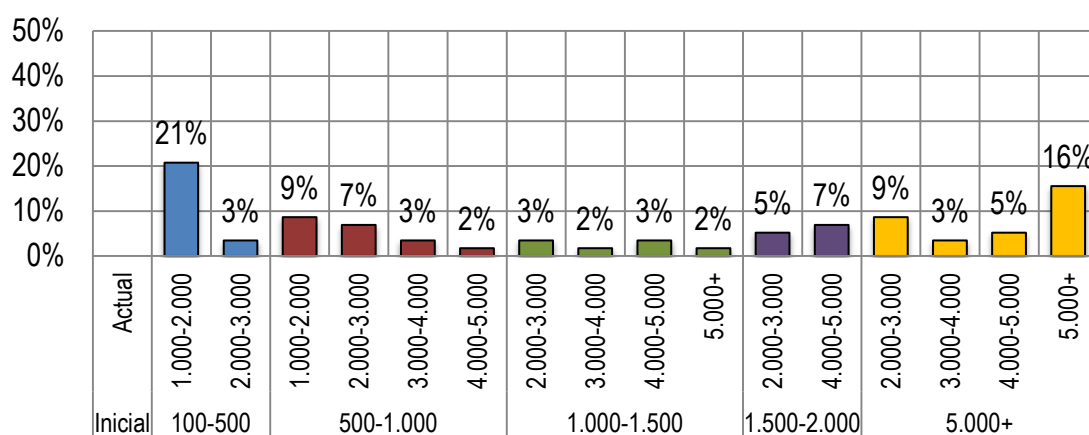


Gráfico 4.3. Capital inicial y actual.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

El capital es la cantidad de dinero (o bienes) que una o más personas invierten en una idea de negocio y de la cual se espera una rentabilidad para que un determinado porcentaje sea reinvertido e incrementarlo. En el gráfico 4.3 se observan los siguientes resultados:

- De los negocios que iniciaron sus actividades con 100-500 dólares, el 21% actualmente ya cuentan con un capital entre 1.000-2.000 dólares.
- Los negocios cuyo capital inicial fue de 500-1.000 dólares; el 9% lo estima actualmente entre 1.000-2.000; el 7% entre 2.000-3.000 y el 5% restante entre 3.000-5.000 dólares.
- Aquellos que iniciaron con capital de 1.000-1.500 el 5% lo calcula actualmente entre 2.000-4.000 y el otro 5% entre 4000-5000+.
- De los negocios que iniciaron con 1.500-2.000 dólares el 7% ya cuenta con un capital entre 4.000-5.000 y el 5% entre 2.000-3.000.

- Los negocios cuya inversión superó los 5.000 dólares, el 16% supera el capital inicial (se estima entre 10.000-20.000+) y el 17% restante aún se encuentran en el período de recuperación porque su capital actual oscila entre los 2.000-5.000 dólares.

Rivas (2010) indica que: “Existe una relación capital-trabajo eficiente que genera un crecimiento óptimo” y esto se comprobó con los resultados obtenidos, ya que de acuerdo a los datos la mayoría de los negocios después del trabajo constante y empleo de estrategias han conseguido incrementar su capital y solo aquellos negocios con poco tiempo de operación aún se encuentran en el período de recuperación de capital. Para que una inversión produzca beneficios en el sector comercial según Morales *et al.*, (2014): “Los comerciantes deben aprovechar los productos básicos que se industrializan en la zona, tratando de asegurar primero el mercado local, tanto para comprar como para vender; después comenzar un proceso de expansión” donde conquistar nuevos mercados seguramente genera mayores beneficios económicos que incrementen el capital.

Generación de empleo:

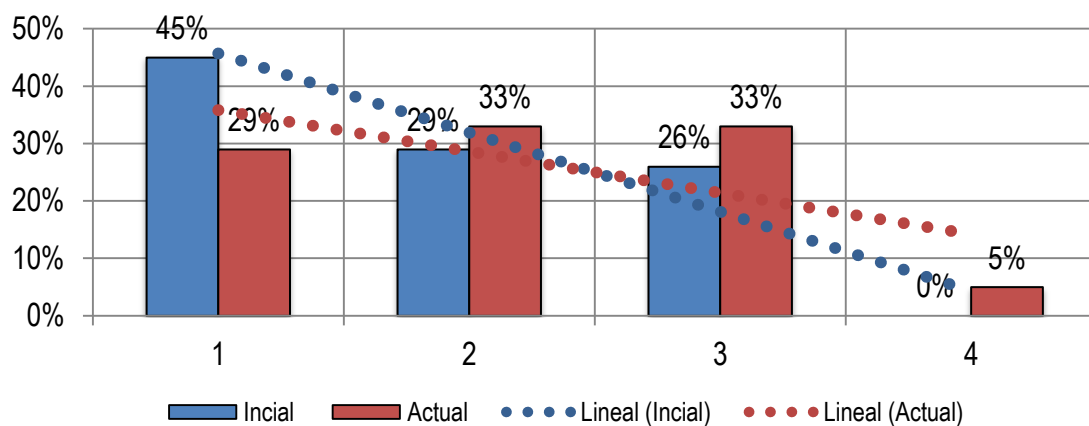


Gráfico 4.4. Cantidad inicial y actual de trabajadores.

Fuente: Sector comercial de Calceta.

La planificación de los recursos humanos dentro del proceso de administración garantiza que el negocio cuente en todo momento y de forma adecuada con el personal que se necesita (Polanco, 2013). En el caso del sector comercial de

Calceta se observa en el gráfico 4.4 que el 45% de negocios empezaron con un trabajador, pero se ha reducido a 29% ya que se ha hecho necesario emplear a más personas porque el mercado ha crecido y por consiguiente las actividades han aumentado; y esto se comprueba porque del 29% y 26% de negocios que empezaron con dos y tres empleados respectivamente han aumentado al 33% y algunos llegan a tener hasta cuatro trabajadores (5%).

Los negocios del sector comercial según Hernández *et al.*, (2010) citados por Mendoza y Toledo (2014): “Son pequeñas unidades de compra y venta, carentes de una estructura organizacional formal en donde todos los miembros de la familia participan, por lo tanto la mayoría no contrata empleados para llevar a cabo las diferentes etapas del comercio” pero haciendo la comparación de las líneas de tendencia inicial y actual se observa que esta última está descendiendo en la izquierda y ascendiendo en la derecha, esto es positivo ya que significa que con el crecimiento del sector comercial la contratación de un solo empleado ya no es suficiente sino que se requiere de más personas para cumplir con todas las actividades. Esto determina que en el último período se han generado más fuentes de empleo en el sector comercial de Calceta.

Estabilidad económica:

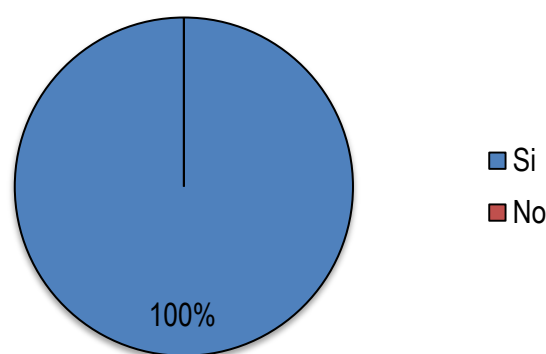


Gráfico 4.5. Estabilidad económica del negocio.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

Como se muestra en el gráfico 4.5 el 100% de los negocios que conforman el sector comercial de Calceta brindan estabilidad económica a sus dueños. Es decir que las estrategias de desarrollo de actividades para vender y generar

ingresos han sido buenas, cumpliendo así lo planteado por Dávila y Escamilla (2013) que: “El desempeño se mide a través de las tasas de crecimiento de las actividades comerciales, así como por los cambios en sus niveles de estabilidad económica” que en el caso de los negocios situados en la ciudad Politécnica han tenido una varianza positiva que brindan estabilidad.

Permanencia de la ESPAM MFL genera oportunidad de emprendimiento:

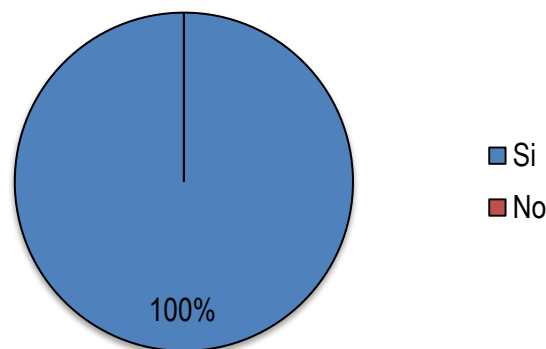


Gráfico 4.6. Permanencia de la ESPAM MFL genera oportunidad de emprendimiento.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

El 100% de los encuestados indicó que la permanencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López si ha generado y genera oportunidades de emprendimiento en la Ciudad de Calceta (Gráfico 4.6). Por tal razón se confirma lo concluido por Rodeiro *et al.*, (2012) en que: “Los emprendimientos o negocios creados a partir del establecimiento de una universidad y que se sitúan cerca de ella favorecen al desarrollo local, generan empleo, impulsan cambios y a la vez se benefician de los profesionales que el centro de estudio les pueda transferir”. Por tal motivo se determina que los habitantes de Calceta han tenido visión y saber aprovechar el movimiento de mercado que ha provocado el establecimiento de la ESPAM MFL en esta ciudad.

Utilidades:

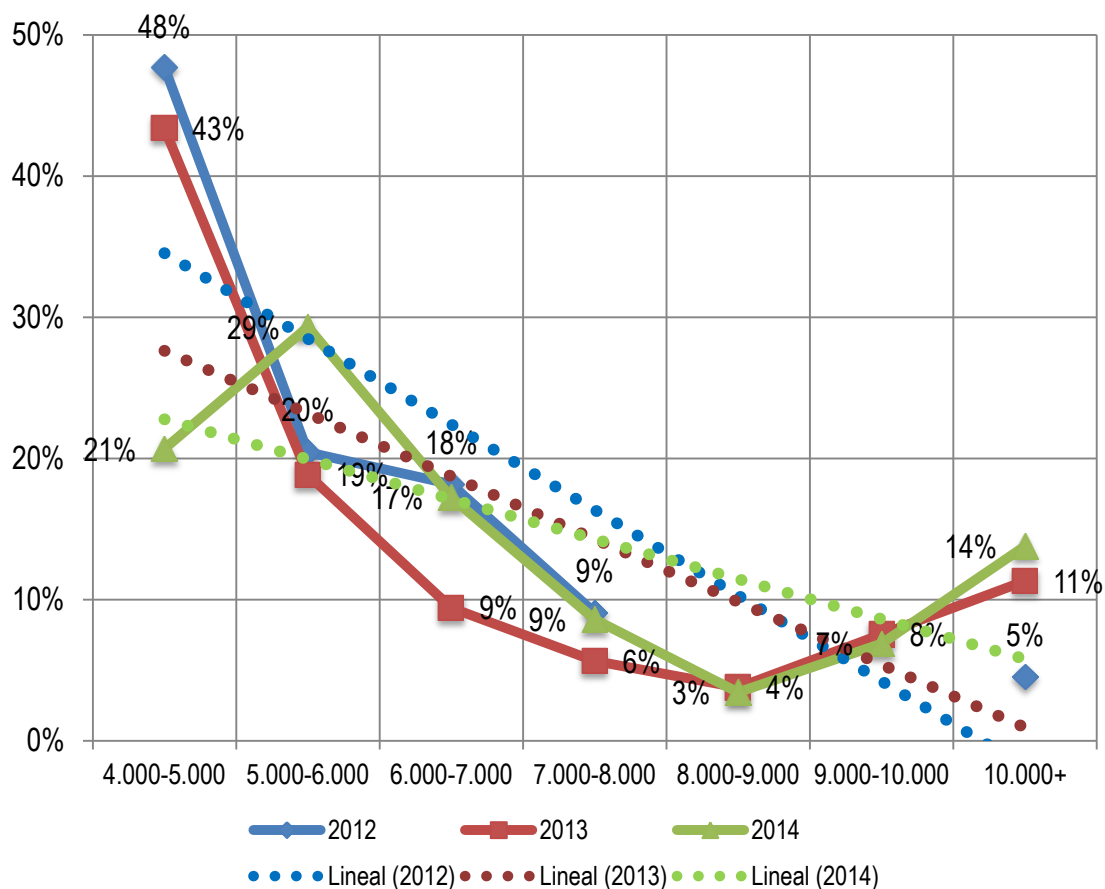


Gráfico 4.7. Utilidades generadas en el período 2012-2014.

Fuente: Sector comercial de Calceta.

Según León (2013): “El vendedor es la pieza clave de la fuerza de ventas del negocio, vital para el desempeño de ventas, ya que al realizar su labor contribuyen a aumentar las utilidades” y este es el caso de los negocios de la ciudad de Calceta ya que como lo muestra el gráfico 4.7 en el 2012 las utilidades de la mayoría de locales comerciales (48%) estuvo entre 4.000-5.000 dólares; en el 2013 bajaron al 43% en ese rango, pero se duplicaron en el rango de 6.000-7.000 pasando del 9% al 18%. Para el 2014 se evidencia que la mayoría de negocios (29%) obtuvieron utilidades entre 5.000-6.000 dólares y el 21% entre 4.000-5.000; pero también se observa que del 5% (2012) se ha pasado al 14% (2014) de negocios que captan utilidades mayores a 10.000 dólares. Con esto se determina que con el pasar de los años las utilidades de los negocios se están incrementando; y esto se evidencia mediante las líneas de tendencia porque cada vez van descendiendo en el menor rango (4.000-

5.000) para desplazarse o ascender en rangos mayores que en este caso se evidencian en 5.000-6.000 y 10.000+. Sin embargo no todas las utilidades pasan a formar parte del capital y esto concuerda con Rama (2012) quién escribió que: “Las utilidades obtenidas por la actividad económica son en una parte reinvertida en el funcionamiento y crecimiento del negocio, otra parte se transforma en ganancia directa para el(los) dueño(s)”.

Crecimiento de las ventas por influencia de que más personas se radican en Calceta como consecuencia de la permanencia de la ESPAM MFL:

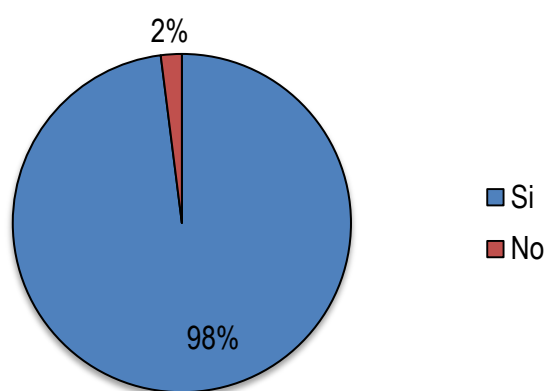


Gráfico 4.8. Crecimiento de las ventas por aumento poblacional como consecuencia de la ESPAM MFL.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

En el gráfico 4.8 se muestra que el 98% de los encuestados considera que la ESPAM MFL si ha traído como consecuencia que más personas se radiquen en Calceta y por lo tanto ha influido en el crecimiento de sus ventas; y solo el 2% marcó que no y se debe a que su actividad comercial se basa en la compra y venta de repuestos de vehículos y como el aumento poblacional lo conforman en su mayoría estudiantes pues no tienen el poder adquisitivo o necesidad de estos productos. Pero al tener respuesta positiva de casi todos los encuestados se establece concordancia con lo expuesto por López (2012) quién en su análisis concluyó que: “El crecimiento de las ventas entre otros factores se debe a que crece el mercado; es decir, aumenta el número de clientes o aumenta su necesidad de consumo de un determinado producto; o aumenta su capacidad de compra del mismo. Esto se puede denominar crecimiento global de la dimensión del mercado”.

Capacitación sobre administración de negocios brindada por la ESPAM MFL:

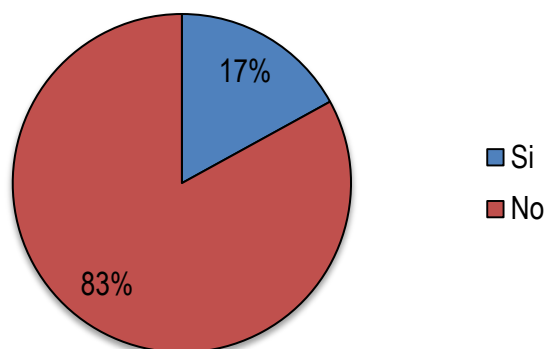


Gráfico 4.9. Asistencia a capacitación brindada por la ESPAM MFL.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

La capacitación según Polanco (2013): “Sirve para mejorar las habilidades en el trabajo actual y como efecto incrementar la efectividad de la organización”. No obstante como se muestra en el gráfico 4.9 el 83% de los encuestados no han asistido a capacitaciones sobre administración de negocios brindada por la ESPAM MFL y solo el 17% si lo ha hecho. Estos resultados se basan en varias razones, la principal es que no están informados sobre estos eventos a pesar de que la universidad si los difunde a través de su frecuencia radial 101.7 FM, además que por ser la figura principal del negocio no cuentan con quién o no tienen la confianza necesaria para encargar las actividades comerciales; y aquellos que si han asistido es porque han sido estudiantes de esta universidad; lo cual se resalta porque Salinas y Osorio (2012) consideran que: “El centro académico (superior) es el semillero de emprendedores (hacia afuera) con la comunidad mediante el asesoramiento y el acompañamiento como una forma de responsabilidad social”. Así también Williamson (2014) menciona que: “La formación profesional y capacitación son factores claves en el crecimiento económico y aumento de la productividad” de los negocios; lo que hace imperativo que los comerciantes asistan con frecuencia a seminarios o talleres de capacitación sobre administración, marketing y demás como una manera de sustituir el proceso de aprendizaje curricular que muchos no han culminado por dedicarse en completo a su actividad comercial.

Impacto de la ESPAM MFL en el crecimiento del sector comercial:

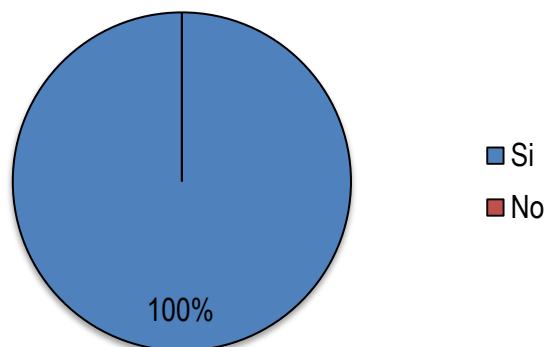


Gráfico 4.10. Impacto de la ESPAM MFL en el crecimiento del sector comercial.
Fuente: Sector comercial de Calceta.

El gráfico 4.10 muestra que el 100% de los propietarios de los negocios coinciden que la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López si ha impactado en el crecimiento del sector comercial; y esto se evidencia con los resultados anteriores donde se determinó que las ventas y utilidades se ha incrementado en el último período 2012-2014, además porque en las avenidas principales de Calceta se hacen notorios cada año el establecimiento de más comercios.

4.3. TERCERA ETAPA

Se realizó el análisis general sobre la influencia de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López y su impacto socioeconómico en el sector comercial en la ciudad de Calceta durante el período 2012-2014:

Calceta no es una ciudad muy productiva en el sector primario, pero es el principal puente para la compra-venta, transformación y comercialización de productos entre las parroquias rurales de Bolívar (Quiroga y Membrillo) y los demás cantones de Manabí. A pesar de las dificultades que a nivel nacional en 1998 afectaron el aspecto socioeconómico los habitantes de Calceta fueron pujantes y optimistas que en base a trabajo han logrado mover la economía de

su ciudad; y mucho más cuando en 1999 por decreto de ley se estableció en este territorio (Sitio El Limón) la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAM MFL) que se ha convertido en un eje principal de desarrollo.

En el aspecto social, la incidencia de la universidad ha sido notoria porque los habitantes de la localidad tuvieron la oportunidad de acceder a una educación académica superior, pero también educandos de cantones aledaños migraron internamente para prepararse profesionalmente; es decir que aumentó la población y por ende la demanda de muchos productos, lo cual conllevó como efecto positivo que los habitantes con visión de emprendimiento pudieran establecer negocios para satisfacer esas necesidades; generando así más fuentes de trabajo, donde se pudo incluir a más talentos y fuerzas laborales para que desarrollen todas sus capacidades, disminuyendo el porcentaje de desocupación en Calceta; según lo indicado por el 100% de los encuestados.

Según los datos obtenidos en el último período trianual (2012-2014) se han creado el 42% de negocios pero solo el 31% de los propietarios tiene una educación académica de tercer y cuarto nivel que respalde las actividades de comercio; lo cual crea una desventaja para el 69% al momento de tomar las mejores decisiones para el crecimiento y rendimiento del negocio; además porque la mayoría (83%) no asiste a las capacitaciones sobre administración que brinda la ESPAM MFL.

Es decir que este centro de educación superior ha influido socialmente en la ciudad de Calceta, sobre todo en el sector comercial, aunque por parte de los propietarios de negocios los resultados sobre sus conocimientos técnicos, asesoría y capacitación no son favorables, se debe a que se han dedicado por completo a generar riquezas, descuidando su formación profesional que es necesaria para asumir otras responsabilidades mercantiles.

En el aspecto económico se identificó que la permanencia de la ESPAM MFL a través de su incidencia social provocó en los emprendedores y comerciantes en general la necesidad de inversión, lo que trajo como efecto el establecimiento de instituciones financieras como el Banco de Fomento, Banco Pichincha y la Cooperativa de ahorro y crédito Calceta Ltda; que a través de créditos han implantado en los habitantes una cultura de ahorro y responsabilidad en la inversión, impulsando de esta manera y hasta la actualidad el crecimiento del sector comercial de Calceta, en donde también se hacen presente otros emprendimientos foráneos como almacenes TÍA y JUNICAL.

Por otra parte se obtuvo que en el último período los negocios que conforman el sector comercial de Calceta incrementaron su capital, ventas y utilidades de manera proporcional como transcurren los años, es decir que se están consolidando y creciendo como empresas en este mercado que aún se encuentra en desarrollo, pero de manera uniforme están brindando estabilidad económica a los propietarios (el 100% de los encuestados así lo indicó); por tal razón se determinó que la ESPAM MFL ha influido en un 100% al crecimiento del sector comercial de Calceta.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se identificaron 267 negocios establecidos en la ciudad de Calceta según el reporte de catastros del GAD Municipal, abarcando mayor proporción del mercado las tiendas de abarrotes (47), los bar-restaurantes (42), las farmacias (21) y bares escolares (15); es decir que en total el 48% de los emprendedores se desenvuelven en este tipo de actividades que generan recursos y mueven la economía de la ciudad.
- El sector comercial de Calceta creció el 42% en el último período trianual (2012-2014) con utilidades que en el 2012-2013 estuvieron entre 4.000 y 5.000 dólares pero que en el 2014 se dispararon entre 5.000 y 6.000 dólares debido al aumento de la población por migración interna de estudiantes; y para satisfacer sus demandas las actividades comerciales se intensificaron haciendo necesario que se generen fuentes de trabajo, pasando de 107 a 124 empleos; determinando así que la ESPAM MFL ha incidido en un 100% al crecimiento del sector comercial.
- Desde el establecimiento de la ESPAM MFL a Calceta ha contribuido a su crecimiento económico porque el movimiento poblacional propició la instauración de pequeños emprendimientos, pero que ahora se han convertido en grandes negocios o empresas porque sus dueños o administradores tuvieron la oportunidad de profesionalizarse en las distintas carreras que oferta la Politécnica de Manabí, destacando que hasta el momento el 31% ya cuenta con conocimientos que afianzan la responsabilidad de asumir acciones de comercio.

5.2. RECOMENDACIONES

- Mantener actualizada la base de catastros para identificar anualmente el crecimiento del sector comercial de Calceta, y poder obtener datos sobre las variaciones que surjan en las distintas ramas de actividad donde se desenvuelven los agentes de comercio.

- Realizar un estudio de mercado para determinar que otros productos o servicios está demandando la población; el objetivo será analizar otras plazas para expandir el sector comercial de Calceta, donde se puedan instaurar nuevos emprendimientos y generar fuentes de trabajo.

- A través del programa de vinculación con la comunidad ofertado por la ESPAM MFL brindar capacitaciones y talleres de actualización sobre administración, finanzas, marketing y temas afines al estudio de las variables de la oferta y demanda, donde los agentes que conforman el sector comercial puedan afianzar continuamente sus conocimientos; e incluso planificar estrategias de financiamiento para emprendimientos a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Politécnica Confiable, y crear pertinencia socioeconómica con las zonas de influencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, I; Pérez, M; y Hernández, J. 2010. Las pymes en el desarrollo de la economía social. Factores de éxito. Subsector contratista del Municipio Lagunillas del Estado Zulia. (En línea). VE. Revista Negotium. Vol. 12. p 100-120. Formato PDF. Disponible en <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/12/Art6.pdf>
- Aguilar, S. 2005. Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. (En línea). MX. Revista Salud en Tabasco. Vol. 11. p 333-338. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Asamblea Nacional. 2008. Constitución de la República del Ecuador. (En línea). EC. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Ávalos, A; y Murillo, V. 2013. La necesidad de capacitación en planes de negocio en las microempresas de la zona de occidente de Costa Rica. (En línea). CR. InterSedes – Revista de las Sedes Regionales. Vol. 14; Núm. 29; p 56-80. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/666/66629448004.pdf>
- Ayén, F. 2013. Sector terciario, resumen y actividades. (En línea). ES. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.profesorfrancisco.es/2012/06/sector-terciario-resumen-y-actividades.html>
- Bello, R. 2011. Evaluación de impacto. (En línea). Consultado, 22 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf
- Briceño, Y; y Villegas, A. 2012. Vínculo universidad-comunidad en la Universidad de Los Andes, Núcleo Rafael Rangel (Trujillo). (En línea). VE. Revista Venezolana de Educación. Vol. 16. p 33 – 42. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35626160013>

- Calderón, J; y Mousalli, G. 2012. Capital humano: elemento de diferenciación entre las organizaciones. (En línea). VE. Revista Actualidad Contable Faces. Vol. 15; Núm. 24; p 5-18. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=25722697002>
- Camejo, R; y Rebolledo, D. 2013. Significados de la vinculación universidad-comunidad para los actores sociales involucrados en la cátedra Enfermería Comunitaria del Decanato de Ciencias de la Salud en la Universidad Centrocidental "Lisandro Alvarado". (En línea). VE. Revista electrónica trimestral de enfermería. Vol. 30. Formato PDF. Disponible en <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v12n30/docencia2.pdf>
- Crespo, M. 2010. Actividad comercial. (En línea). VE. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/563/Actividad%20comercial.htm>
- Cruz, M; y Polanco, M. 2014. El sector primario y el estancamiento económico en México. (En línea). MX. Revista Latinoamericana de Economía: Problemas del Desarrollo. Vol. 45. p 9-33. Formato PDF. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/prode/v45n178/v45n178a2.pdf>
- CSR-Innolabs. 2013. Medición del impacto socioeconómico. (En línea). CO. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://foretica.org/csrrinnolabs/CSR_Innolabs_IV/CSR.pdf
- Dávila, A; y Escamilla, A. 2013. Apertura comercial, cambios en la estructura productiva y desempeño de la economía de los estados de la frontera norte de México: 1993-2004. (En línea). MX. Revista Región y Sociedad. Vol. 25; Núm. 56; p 9-41. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/102/10225596011.pdf>
- ESPAM (Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí). 2015. Historia de la Universidad. (En línea). EC. Consultado, 25 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://espam.edu.ec/universidad/index.php?id=historia>
- Fuentes, G. 2013. Paráfrasis: El diagnóstico organizacional; elementos, métodos y técnicas. (En línea). EC. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://psicoorganizacionaltavo.blogspot.com/2013/09/parafrasis-el-diagnostico.html>

- Fuentes, M. 2013. Análisis socioeconómico y comercial de las unidades productivas de la ciudadela Los Ceibos con aplicación a las TIC'S y perspectiva de desarrollo a futuro. Tesis. Ing. En Economía, Mención Finanzas. Universidad Técnica del Norte. Ibarra-Imbabura, EC. p 150. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://repositorio.unt.edu.ec/bitstream/123456789/2579/1/02%20IEF%2075%20TESIS%20.pdf>
- Galindo, M. 2011. Crecimiento económico. (En línea). ES. Revista ICE (Información Comercial Española). Vol. 858. p 39-56. Formato PDF. Disponible en http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_39-56__8C514DA83EDE4E6BB9EA8213B6E44EBE.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar. 2014. Cantón Bolívar: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2014-2016. (En línea). EC. Consultado, 26 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.google.com.ec/search?q=Limites+geogr%C3%A1ficos+de+Cal+ceta&btnG=Buscar>
- González, F. 2010. Impacto socioeconómico del multcentro la sirena sobre los comercios de Puerto Plata. (En línea). DO. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos78/impacto-socio-economico-multicentro-sirena/impacto-socio-economico-multicentro-sirena2.shtml>
- González, L. 2015. Definición de cuestionario. (En línea). VE. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://conceptodefinicion.de/cuestionario/>
- Hernández, M; Morales, E; y Guillén, J. 2012. El viraje hacia la pertinencia social en la educación superior en Venezuela. (En línea). VE. Revista de Ciencias Políticas Politeia. Vol. 35. p 175 – 200. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170029498007>
- Hernández, R; Fernández, C; y Baptista, P. 2010. Metodología de la investigación. 5 ed. Mc Graw Hill. p 79-84. (En línea). MX. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://maestriapedagogia2013.files.wordpress.com/2013/05/hernandez-s-2010-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

- Herrera, S. 2011. Desafíos en la formación universitaria vinculada al desarrollo local. (En línea). AR. Revista de temas sociales KAIROS. Vol. 28. p 1-10. Formato PDF. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4347661.pdf>
- ITAM (Instituto Tecnológico Autónomo de México). 2014. ¿Qué es un negocio?. (En línea). MX. Consultado, 23 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://ingnegocios.itam.mx/es/13/faq/que-es-un-negocio>
- INTER (Centro Universitario Interamericano). 2013. Investigación correlacional. (En línea). EC. Consultado, 30 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://metodologiainter.weebly.com/uploads/1/9/2/6/19268119/investigacion_correlacional.pdf
- Jansen, M; y Lee, E. 2012. Comercio y empleo: Los retos de la investigación sobre las políticas. (En línea). Consultado, 22 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/ilo_s.pdf
- León, N. 2013. Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. (En línea). VE. Revista de Ciencias Sociales. Vol. 19; Núm. 2; p 379-389. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>
- López, N; y Sandoval, I. 2011. Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. (En línea). MX. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf
- López, P. 2012. ¿Cuál es mi parte del pastel? ¿Por qué aumentan las ventas de una empresa? (En línea). ES. Consultado, 05 de ago. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.pacolopez.biz/2012/05/cual-es-mi-parte-del-pastel-por-que-aumentan-las-ventas-de-una-empresa/>
- Lozano, J; Saavedra, R; Fernández, N. 2011. La evaluación del impacto de los resultados científicos. (En Línea). CU. Revista Humanidades Médicas. Vol. 11. p 115-123. Formato HTML. Disponible en

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202011000100007

Martínez, F; y Amador, L. 2010. Educación y desarrollo socioeconómico. (En línea). ES. Formato PDF. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3395419.pdf>

Medina, A. 2011. Valor económico de la empresa: alcances y consideraciones. (En línea). PE. Revista Contabilidad y Negocios. Vol. 6. p 36-49. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281622822004>

Medina, A; y Severino, P. 2014. Responsabilidad empresarial: Generación de capital social de las empresas. (En línea). PE. Revista Contabilidad y Negocios. Vol. 9. p 63-72. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281632446005>

Mendoza, L; y Toledo, A. 2014. Orientación estratégica y desempeño de los negocios artesanales afectados por crisis en Oaxaca, México. (En línea). VE. Revista Venezolana de Gerencia. Vol. 19; Núm. 65; p 43-65. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/290/29030101009.pdf>

Meneses, J; y Rodríguez, D. 2012. El cuestionario y la entrevista. (En línea). ES. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://femrecerca.cat/meneses/files/pid_00174026.pdf

Milanés, Y; Solís, F; y Navarrete, J. 2010. Aproximaciones a la evaluación del impacto social de la ciencia, la tecnología y la innovación. (En línea). CU. Revista ACIMED. Vol. 21. p. 161-183. Formato PDF. Disponible en <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v21n2/aci03210.pdf>

Millares, S. 2013. Sector primario, secundario y terciario. (En línea). ES. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=8AuLVeDbAczI8AfXgoCgDg#q=mutxamel

Morales, M; Mochi, P; y Girardo, C. 2014. Inversión multilateral ¿aprovecha la integración regional? (En línea). VE. Revista Espacio Abierto. Vol. 23; Núm. 4; p 597-616. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/122/12232821003.pdf>

- Morán, C. 2012. Sector cuaternario. (En línea). EC. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&ie=UTF-8&q=El+sector+cuaternario+de+la+econom%C3%ADa+filetype%3Apdf>
- Navarro, E; y Villarroel, C. 2011. Universidad y sociedad: ¿Responsabilidades olvidadas? (En línea). CL. INGENIARE. Revista Chilena de Ingeniería. Vol. 19. p 166-167. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77219647001>
- Orozco, D. 2011. Definición de comercialización. (En línea). VE. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/>
- Parada, U; Mosquera, M; y Mendoza, I. 2010. Investigación formativa. 1 ed. Ecuador. Imprenta Universitaria de Portoviejo. p 140.
- Pérez, M. 2013. Crecimiento económico. (En línea). MX. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://www.uv.mx/personal/marisperez/files/2013/08/4-Crecimiento-Economico.pdf>
- Pertúz, R. 2014. Pertinencia de los Institutos Universitarios con la realidad socioeconómica Venezolana. (En línea). VE. Revista Actualidades Investigativas en Educación. Vol. 14. p 1 – 16. Disponible en http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/pertinencia-institutos-universitarios-venezolanos-pertuz.pdf
- Polanco, J. 2011. Incidencia del desarrollo socioeconómico en la perennidad del páramo. (En línea). CO. Revista Gestión y Ambiente. Vol. 14. p 117-128. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169422215010>
- Polanco, Y. 2013. El proceso de administración de recursos humanos. Enfoque hacia los expatriados. (En línea). MX. Revista Análisis Económico. Vol. 28; Núm. 67; p 77-91. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/413/41329570006.pdf>
- Queirolo, G. 2014. Vendedoras: género y trabajo en el sector comercial (Buenos Aires, 1910-1950). (En línea). BR. Revista Estudios Feministas. Vol. 22. p 29-50. Formato PDF. Disponible en

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38130688003>

Rama, C. 2012. El negocio universitario "for-profit" en América Latina. (En línea). MX. Revista de la Educación Superior. Vol. 41; Núm. 264; p 59-95. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/604/60426901003.pdf>

Reyes, G. 2010. Desarrollo socioeconómico. (En línea). Consultado, 09 de nov. 2014. Formato HTML. Disponible en <http://desarrollo-anggy.blogspot.com/2010/04/que-significa-la-palabra-desarrollo.html>

Richards, M; y Panfil, S. 2011. Manual para la evaluación de impacto social y sobre la biodiversidad (EISB) de los proyectos REDD+. (En línea). US. Consultado, 22 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en https://s3.amazonaws.com/CCBA/SBIA_Part1_Spanish.pdf

Rivas, S. 2010. Crecimiento económico vía cambio tecnológico gubernamental. (En línea). MX. Revista Análisis Económico. Vol. 25; Núm. 58; p 35-59. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/413/41313083003.pdf>

Rodeiro, D; Calvo, N; y Fernández, S. 2012. Oportunidades de la gestión del capital humano en las spin-offs universitarias. Un análisis dinámico. (En línea). ES. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. Vol. 9; Núm. 9; p 148-166. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/780/78023425012.pdf>

Rojas, M. 2012. Capital humano y cambios en la estructura productiva: análisis teórico en un modelo de crecimiento. (En línea). MX. Revista Papeles de Población. Vol. 18; Núm. 71; p 1-26. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/112/11223031007.pdf>

Salinas, F; y Osorio, L. 2012. Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. (En línea). ES. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. Núm. 75; p 128-151. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/174/17425798008.pdf>

Sandoval, R. 2010. Diagnóstico y oportunidades de la relación universidad – entidades gubernamentales desde la perspectiva de la investigación. (En

línea). Tesis. Ing. Industrial. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional de Bucaramanga. Floridablanca-Valle del Cauca, CO. p 83-84. Consultado, 08 de nov. 2014. Formato PDF. Disponible en http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/926/1/digital_19614.pdf

Serrate, A. 2014. Diagnóstico del ambiente de trabajo en una organización de información científica tecnológica. (En línea). CU. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud. Vol. 25. Formato PDF. Disponible en <http://www.scielo.sld.cu/pdf/ics/v25n1/ics08114.pdf>

Ugarte, J. 2013. El concepto legal de empresa y el derecho laboral: Cómo salir del laberinto. (En línea). Revista Chileno de Derecho Privado. Vol. 20. p 185-213. CL. Formato PDF. Disponible en <http://www.scielo.cl/pdf/rchdp/n20/art05.pdf>

UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). 2013. Acto de comercio. (En línea). MX. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/7/3259/5.pdf>

Uxó, J. 2014. Crecimiento económico. (En línea). ES. Consultado, 24 de jun. 2015. Formato HTML. Disponible en <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>

Vergara, R. 2012. El proceso de investigación. (En línea). MX. Consultado, 30 de jun. 2015. Formato PDF. Disponible en http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/bachillerato/documentos/LE C7.2.pdf

Villalobos, L; y Ponce, H. 2011. La educación como factor del desarrollo integral socioeconómico. (En línea). Consultado, 09 de nov. 2014. Formato HTML. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/cccss/02/vgpt.htm>

Williamson, N. 2014. La economía del conocimiento en Nicaragua y los Estados Unidos de América. (En línea). VE. Orbis, Revista Científica Ciencias Humanas. Vol. 10; Núm. 28; p 8-30. Formato PDF. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/709/70930408012.pdf>

Zambrano, R. 2010. El crecimiento económico del cantón Bolívar en la última década. Calceta-Manabí. EC. Boletín Económico Informativo. Vol. 1. p 1-14.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DE INFLUENCIA DE LA ESPAM MFL Y SU IMPACTO EN EL SECTOR COMERCIAL DE CALCETA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX
LÓPEZ
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

RESPONSABLES: JÉSSICA ALCÍVAR Y JOHNNYA BRAVO

ENCUESTA DE IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN EL SECTOR COMERCIAL

Objetivo: Estudiar la influencia de la ESPAM MFL y su impacto socioeconómico en el sector comercial en la ciudad de Calceta.

1.- ¿En qué año fue creado este negocio?

Otro	2012	2013	2014

2.- ¿Cuál es su nivel de preparación académica?

Primer Nivel	Segundo Nivel	Tercer Nivel	Cuarto Nivel

3.- Capital:

Inicial		Actual	
100 – 500	<input type="text"/>	1000 – 2000	<input type="text"/>
500 – 1000	<input type="text"/>	2000 – 3000	<input type="text"/>
1000 – 1500	<input type="text"/>	3000 – 4000	<input type="text"/>
1500 – 2000	<input type="text"/>	4000 - 5000	<input type="text"/>
Otra cantidad	<input type="text"/>	Otra cantidad	<input type="text"/>

4.- Cantidad de Trabajadores:

Inicialmente:

										Otro
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Actualmente:

										Otro
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

5.- ¿Su negocio le ha brindado estabilidad económica?

Si No

6.- ¿Considera Usted que la permanencia de la ESPAM MFL en Calceta genera oportunidades de emprendimiento?

Si No

7.- La ESPAM MFL ha traído como consecuencia que más personas se radiquen en Calceta: ¿Ha influido esto en el crecimiento de sus ventas?

Si No

8.- En la siguiente tabla marque el aproximado de las utilidades generadas por su actividad comercial por año.

Utilidad	Año	4000 - 5000	5000 - 6000	6000 - 7000	7000 - 8000	8000 - 9000	9000 - 10000	Más
	2012							
	2013							
	2014							

9.- ¿Ha asistido Usted a alguna capacitación sobre administración de negocios brindada por la ESPAM MFL?

Si No

10.- ¿Considera Usted que la ESPAM MFL ha impactado en el crecimiento del sector comercial?

Si No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2
MATRIZ DE LOS NEGOCIOS QUE OPERAN EN LA CIUDAD DE CALCETA

Nº	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL NEGOCIO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	TIPO DE NEGOCIO	ACTIVIDADES	DIRECCIÓN
1	COMPAÑÍA FARMACEUTICA VERA S.A. COFARVE - CRUZ AZUL XIMENA N°8	LIC. GRECIA MARIA FERNANDEZ LOOR	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	BOLIVAR Y ABDON CALDERON
2	FARMACEUTICA VERA S.A. COFARVE - CRUZ AZUL XIMENA N°13	LIC. GRECIA MARIA FERNANDEZ LOOR	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	10 DE AGOSTO Y GRANDA CENTENO
3	GRUPO USCOCOVICH - SAN GREGORIO N° 11	ROBERTO FABRIZIO USCOCOVICH CENTENO	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	RICAUARTE Y BOLIVAR
4	FARMACIAS SANTA MARTHA S.A. - SANTA MARTHA N°33	JUAN CARLOS MONTES LOOR	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	SUCRE Y GRANDA CENTENO
5	FARMACIA SAN RAFAEL	OSCAR LEONARDO SALAZAR BASURTO	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	CHILE Y RICAUARTE
8	24 HORAS	JUAN CARLOS CEDEÑO MEDINA	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	SUCRE Y GRANDA CENTENO
9	SANA SANA	JOSE ALFREDO MURILLO ZURITA	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	RICAUARTE Y BOLIVAR
10	FAR BOTICA COMERCIO	RODOLFO AUGUSTO CALDERON MACIAS	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	10 DE AGOSTO Y RICAUARTE
11	FARMACIAS FARMARED´S - EMILY 351	ROSA ZORAIDA ORMAZA CEDEÑO	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	SALINAS Y RICAUARTE
12	BOLIVAR	SIGIFREDO ANTONIO NAVARRETE NAVARRETE	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y BOLIVAR
13	SANTA MARTHA 46	ROSSANA BEATRIZ ESPINOZA CEDEÑO	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	BOLIVAR Y RICAUARTE

14	J.R.	JUAN REINALDO CALDERON MACIAS	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	GRANDA CENTENO Y SUCRE
15	CHRISTELL	RENE MARTIN MACIAS GUADAMUD	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	RICAUARTE Y BOLIVAR
16	GRUPO USCOCOVICH - SAN GREGORIO N° 12	ROBERTO FABRIZIO USCOCOVICH CENTENO	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	10 DE AGOSTO Y PICHINCHA
17	SAN BARTOLO	CARMEN RAMONA PILLIGUA MENDOZA	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	AV. SIXTO DURAN BALLEN
18	FARMACIA ECONOMICA		FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	CALLE RICAUARTE
19	FARMACIAS ECONOMICAS		FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	10 DE AGOSTO
20	JORGITO - SANA SANA	OLGA CONCEPCION CEDEÑO FERRIN	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	SUCRE Y CALDERON
21	SANTA MARTHA 46 A	ROSSANA BEATRIZ ESPINOZA CEDEÑO	FARMACIA	COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS	BOLIVAR Y RICAUARTE
22	LAS GEMELAS	RAUL LIDER SANTOS PARRALES	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICAUARTE Y CHILE
23	MINI MARKET CHILE	MARIA CECIBEL LOOR MUÑOZ	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CHILE Y SERGIO DOMINGO DUEÑAS
24	TRES HERMANOS	MARTHA CECILIA GERMAN CAJAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CHILE Y JOSE MARIA HUERTA
25	MAYRITA	VICENTE ULPIANO LOOR INTRIAGO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SERGIO DOMINGO DUEÑAS
26	HERMANOS INTRIAGO LOOR	JACINTA MARGARITA LOOR MACIAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	AV. SIXTO DURAN BALLEN
27	COMERCIAL VELEZ	ANGEL POMPELLO VELEZ ALCIVAR	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	FLAVIO ALFARO - SAN BARTLO

28	LOLITA	GUILLERMINA DOLORES VELEZ MESA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	BELISARIO TORRES
29	FABIANITA	MARIA VERONICA ROMERO MANZABA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MONTERO Y AV. SIXTO DURAN BALEN
30	KEYLITA	YANINA FABIOLA INTRIAGO ZAMBRANO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	BARRIO LAS MERCEDES
31	S/N	CARMEN GEORGINA MENDOZA VIVAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	BARRIO LAS MERCEDES
32	MI BODEGA	JONNY DANIEL INTRIAGO ZAMBRANO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SUCRE Y GRANDA CENTENO
33	PAUCRISMAR	MARIA TERESA PALACIOS CEDEÑO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CALDERON Y 10 DE AGOSTO
34	COMERCIAL VERA	IRENE ZAMBRANO DELGADO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SUCRE Y GRANDA CENTENO
35	LAS TRES MARIAS	MARTHA IMELDA VELEZ VELEZ	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SUCRE Y GRANDA CENTENO
36	COMERCIAL ZAMORA	VICENTA AURORA ZAMORA MACIAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SUCRE Y RICAURTE
37	LAS DELICIAS	CARMEN IRENE LOPEZ CEDEÑO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	ABDON CALDERON Y SUCRE
38	SELENITA	JACINTA ANTONIA BASURTO MUÑOZ	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICAURTE Y SALINAS
39	DON HUGO	HUGO VICENTE ZAMORA MACIAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SALINAS Y RICAURTE
40	LICENIA	MARIA LICENIA ZAMBRANO RIVERA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	AV. SAN LORENZO
41	MARIA BELEN	ROSANNI ANTONIA ARACELY RIVERA RENDON	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	AV. SAN LORENZO RAMON GANCHOZO

42	S/N	FATIMA VICENTA MENDOZA VIVAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	AV. SAN LORENZO
43	S/N	SANTA MARLENE VELEZ DELGADO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICOURTE Y LUIS MARIA PINTO
44	COMERCIAL TOMUBRA	ANGEL TOBIAS MUÑOZ BRAVO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICOURTE Y LUIS MARIA PINTO
45	COMERCIAL ZAMORA	EDYS MANUEL ZAMORA MACIAS	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	10 DE AGOSTO Y MANABI
46	SAN ANTONIO	PEDRO ANTONIO MOLINA GRANJA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICOURTE Y BOLIVAR
47	COMERCIAL LOOR	ELADIO MONSERRATE LOOR NAVARRETE	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICOURTE Y BOLIVAR
48	MARIA GABRIELA	LILIA MARIA VELEZ MONTESDEOCA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y JOSE MARIA PINTO
49	NAJARI	JOSE NAJARI VELASQUEZ VELASQUEZ	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SALINAS Y AV. ESTUDIANTIL
50	TIO ADRIAN	JORGE ADRIAN CARRANZA ALAVA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y BOLIVAR
51	FAUBLA	JOSE PEDRO FAUBLA PARRAGA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL
52	S/N	JORGE BIENVENIDO ROSADO BRIONES	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL
53	SOL MAR	SOLANDA MARIBEL LOOR MENDEZ	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL
54	COMERCIAL LOOR	NEPTALY LOOR VERA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL
55	MARTHA ALVAN	MARTHA LEONOR ALBAN PINARGOTE	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL

56	HUGUITO	LIDER IVAN ZAMORA SABANDO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL
57	FERRIN	LUIS IDUARTE FERRIN PARRAGA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	MERCADO CENTRAL
58	TIENDA .S.S.	SONIA ALEXANDRA VÉLEZ GANCHOZO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	10 DE AGOSTO Y MANABI
59	COMERCIAL ERIS	ERIS OMAR FRANCO ZAMBRANO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y BOLIVAR
60	MI TIENDA	GLENDA DOLORES PARRAGA LOOR	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	JUAN MONTALVO - SAN BARTOLO
61	SAN RAFAEL	ZOILA TERESA RIVAS SANTANA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	BOLIVAR Y RICAURTE
62	BARRIO NORTE	RAMONA TRINIDAD ZAMBRANO VALENCIA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	13 DE OCTUBRE
63	TIENDA MARIO JESUS	BELLA AURORA MENDOZA CALDERON	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	GRANDA CENTENO FRENTE AL MERCADO
64	TIENDA MARIANITA	CECILIA EVERGISTA ZAMBRANO RIVERA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	GRANDA CENTENO KM 1/2 VIA A JUNIN
65	TIENDA LETTY	ANA LETTY VELEZ MONTESDEOCA	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	RICAURTE Y BOLIVAR - MERCADO
66	S/N	JORGE BIENVENIDO BRIONES ROSADO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	GRANDA CENTENO - MERCADO
67	TIENDA NICOLE	JHONNY FERNANDO LUCAS LOOR	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CHILE Y GRANDA CENTENO
68	TIENDA DE ABARROTOS JOSE JOSE	GLADYS TERESA ZAMBRNO MERO	TIENDA DE ABARROTOS	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	CHILE Y LIBERTAD
69	MR. MAX PAN	MESIAS FIERRO YAGUE	PANADERIA	PREPARACION Y VENTA DE PAN	RICAURTE Y BOLIVAR

70	ADY PAN	JOSE ADALBERTO VELEZ VELEZ	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	RICAUURTE Y BOLIVAR
71	PAN DE VIDA	JOSE HORACIO ALMEIDA BASURTO	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	10 DE AGOSTO Y RICAUURTE
72	ANYPAO	AGUSTIN VICENTE LOOR JARAMILLO	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y SALINAS
73	RICURA DE COLOMBIA	LUIS CARLOS LOZANO ORDOÑEZ	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	SALINAS Y GRANDA CENTENO
74	SAN JOSE	JOSE ROLANDO REZABALA ZAMBRANO	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	CHILE Y RICAUURTE
75	EL TRIGAL	RAMIRO RICARDO HIDALGO CABAL	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	BOLIVAR
76	PANADERIA CANUTO	CEFERINO EZEQUIEL ZAMBRANO LOOR	PANADERIA	VENTA AL POR MENOR DE PAN	RICAUURTE Y CHILE
77	PEPE'S	JOSE HERACLITO COBEÑA LOOR	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	SUCRE Y GRANDA CENTENO
78	PAN CALIENTE	RAMON ALCIDES COBEÑA LOOR	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	SUCRE Y GRANDA CENTENO
79	NAEY	MERCEDES LORENA MONTESDEOCA SOLORZANO	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	SAN BARTOLO Y MONTERO
80	PANADERIA LA SIN PAR	TOMAS ANTONIO VELEZ VELEZ	PANADERIA	ELABORACION DE PAN	SUCRE Y CALDERON
81	PICANteria FLIPPER	TERESA DEL JESUS SOLORZANO CUSME	PICANteria	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	CHILE Y RICAUURTE
82	EL CLASICO	RITA TRINIDAD MARIN PINARGOTE	PICANteria	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	BOLIVAR Y RICAUURTE
83	EL MESON DEL MAR	FELIPE DAMIAN CEVALLOS AVELLAN	PICANteria	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SALINAS Y CESAR OVIDIO VILLAMAR

84	CHAVITO	NEL SIGIFREDO MACIAS ZAMORA	PICANTERIA	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	SALINAS Y SERGIO DOMINGO DUEÑAS
85	CEVICHERIA PARRALES	MARIA DOLORES RAMONA CARRANZA VERA	PICANTERIA	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CEVICHERIA	ATAHUALPA Y AV. PLATANALES
86	S/N	CONSUELO EMPERATRIZ JARAMILLO GARCIA	PICANTERIA	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIAS	AV. SIXTO DURAN Y JUAN MONTALVO
87	LAS PERLAS	MARIA VIRGINIA ZAMBRANO VALENCIA	PICANTERIA	VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIAS	GENERAL SERRANO
88	MI RESPETO	NARCISA DOLORES LOOR CEDEÑO	PICANTERIA	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	PICHINCHA Y 10 DE AGOSTO
89	EL NEGRO	RICARDO ANDRES MEJIA MEJIA	PICANTERIA	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SUCRE Y PICHINCHA
90	EL CHE	MIGUEL ANDRES MEDINA LOOR	PICANTERIA	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SALINAS
91	D'NATO	LEONARDO IGNACIO MERO VELEZ	PICANTERIA	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	ABDON CALDERON Y BOLIVAR
92	ASADOS YESSENIA	YESSENIA MARIBEL LORENTY LUCAS	BAR - RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	AV. SIXTO DURAN BALLEEN
93	S/N	JUANA TRINIDAD SABANDO VERA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CHILE Y RICAURTE
94	SHAWARMAN	JUAN ARNALDO PARRAGA SOLORZANO	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y SALINAS
95	ASADERO BAR SU POLLO	GABRIEL VILULFO DELGADO PLAZARTE	BAR RESTAURANTE O BAR	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SALINAS Y ABDON CALDERON
96	COFFE BREAK	NARCISA ARACELY GANCHOZO BRAVO	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	AV. ESTUDIANTIL VIA A TOSAGUA
97	DOMINGO CRIOLLO	JOSE KELVIN VERA CARRANZA	BAR - RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO PLATANALES

98	CAMPUS POLITECNICO	FULTON FERNANDO PARRAGA MUÑOZ	BAR - RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO EL LIMÓN AL LADO DE LA ESPAM
99	BAR AGROINDUSTRIAL	WASHINTONG OCTAVIO VELEZ BASURTO	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CAMPUS POLITECNICO CALCETA SITIO EL LIMON
100	BAR AGROPECUARIO	JESSIE ARTIMIDORA CEDEÑO ALCIVAR	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CAMPUS POLITECNICO CALCETA SITIO EL LIMON
101	BAR MENUDO	MONICA GERMANIA PARRAGA VELEZ	BAR	VENTA DE COMIDA Y BEBIDAS	GRANDA CENTENO Y SALINAS
102	S/N	GIL RODOLFO GANCHOZO CEDEÑO	BAR	VENTA DE COMIDA Y BEBIDAS	BARRIO EL MORRO
103	ASADERO DE POLLOS FERNANDEZ	DARWIN ANTONIO LECTONG CUSME	BAR RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO Y RICAURTE
104	S/N	CARMEN RAMONA CORDOVA MACAY	BAR RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO Y RICAURTE
105	S/N	ALDO EDUARDO MENDOZA GONZALEZ	BAR RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
	RESTAURANTE MONTECRISTO	DEYSI FRANCISCA CEDEÑO MOREIRA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO Y RICAURTE
107	EL SABOR DEL BALSERO	JOSE HOMERO MACIAS MUÑOZ	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO
108	LA PLAZA GRILL	MELIDA FELICITA MERO VELEZ	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO Y SALINAS
109	TIA MARIA	MARIA BERTILA DE LOS ANGELES ORMAZA PINARGOTE	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y 10 DE AGOSTO
110	COMEDOR VALENCIA	NORMA BEATRIZ ZAMBRANO ORDOÑES	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CHILE Y RICAURTE
111	NAOMY	MARIA TRINIDAD MOREIRA VALDIVIESO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y BOLIVAR

112	MI CALETA	YAZMINA PILAR MARTINEZ MEJIA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIOS DE ALIMENTOS	SALINAS Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
113	SAN LUIS	ASCENSION LEUDATE ISABEL LOOR FRANCO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	AV. ESTUDIANTIL
114	GEMITA	SANTA MARTHA VERA VELEZ	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	BOLIVAR Y GRANDA CENTENO
115	BELLITA	ELICENIA DEL ROCIO PARRAGA BASURTO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	BARRIO LAS MERCEDES
116	DIANA ANYULI	DIANA MARIA INTRIAGO ZAMBRANO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SUCRE Y GRANDA CENTENO
117	YAN MONI	JUAN YANDRY ESPINOZA LUCAS	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO
118	PICO RICO	MARCOS ZENOBIO ZAMBRANO SALTOS	ASADERO RESTAURANTE	VENTA DE COMIDA, BEBIDAS Y POLLO ASADO	SALINAS Y GRANDA CENTENO
119	ANDREITA	SONIA ANDREA ZAMBRANO SOLORZANO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	RICOURTE Y SALINAS
120	RESTAURANTE EL ROCIO	HUGO VICENTE ZAMORA MACIAS	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	KM 1/2 VIA A JUNIN
121	ALAN	DAVID MANUEL BASURTO INTRIAGO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	BARRIO LAS MERCEDES VIA A CANUTO
122	ABAWAH DE PIGALU	MARIA ISABEL DEL PILAR GANCHOZO LUCAS	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	10 DE AGOSTO DE MANABI
123	PARRILLADAS EL MORRO	GIL RODOLFO GANCHOZO CEDEÑO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO EL MORRO
124	LA OLLA	PEDRO MIGUEL SANTOS ZAMBRANO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO PLATANALES
125	JESSY	MARIA TRINIDAD INTRIAGO PARRAGA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO PLATANALES

126	MECHE	MERCEDES YRACEMA BASURTO MEJIA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO PLATANALES
127	EL CIPRIANO 2	YEYDY MARISELY CARRANZA MEJIA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO PLATANALES
128	JUSTO JUEZ	GERMAN ALBERTO LAAZ OLMEDO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	GRANDA CENTENO Y SALINAS
129	V.L.	ZOILA VICENTA LUCAS ORMAZA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SALINAS Y JOSE MARIA HUERTA
130	EL RINCON DE STHEFANO	NELLY SORAYA CANO BASURTO	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	VILLAS DEL BANCO DE LA VIVIENDA
131	RESTAURANT LAURITA	HILAURA TRINIDAD VERA ARTEAGA	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	RICAURTE Y 10 DE AGOSTO
132	PARRILLADAS EVELYN	CLARA ALFARINA BASURTO VARGAS	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO EL MORRO
133	ASADERO POLLITO DORADO	CLARA ALFARINA BASURTO VARGAS	RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SALINAS Y RICAURTE
134	ESTACION DE SERVICIOS CALCETA	SERGIO OSWALDO ZAMBRANO BASURTO	ESTACION DE EXPENDIO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	VENTA DE DERIVADOS DE COMBUSTIBLES	SALINAS Y AV. 13 DE OCTUBRE
135	PETROLEOS DE CALCETA S.A. PETROCALCETA	JULIO CESAR PARRAGA CORDOVA	ESTACION DE EXPENDIO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	VENTA DE DERIVADOS DE COMBUSTIBLES	SALINAS Y JOSE MARIA HUERTA
136	LA ROSA DEL PANTANO	JULIO CESAR HIDALGO BRAVO	PROSTIBULO	CENTRO DE TOLERANCIA	KM2 1/2 VIA TOSAGUA
	FUNERARIA TORRE DE DAVID	JOSE BELISARIO TORRES BASURTO	FUNERARIA	VENTA AL POR MENOR DE COFRES MORTUORIOS	AV. SIXTO DURAN BALLEN Y GENERAL SERRANO
138	JESUS DEL GRAN PODER	MANUEL DE JESUS ZAMBRANO ZAMBRANO	FUNERARIA	SERVICIOS FUNERALES	RICAURTE Y 10 DE AGOSTO
139	DIANITA	DIANA ELIZABETH ZAMBRANO LOOR	FUNERARIA	SERVICIOS FUNERALES	10 DE AGOSTO Y RICAURTE

140	BOLIVAR	CARLOS ENRIQUE VERA ALCIVAR	FUNERARIA	SERVICIOS FUNERALES	10 DE AGOSTO
141	VIRGEN MARIA	TEODULO FIDEL TORRES BASURTO	FUNERARIA	VENTA AL POR MENOR DE COFRES MORTUORIOS	AV. SAN LORENZO
142	MINI MARKET TODO AQUÍ	SEGUNDO ALCIDES ZAMBRANO AVILA	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS	JUAN MONTALVO - SAN BARTOLO
143	JUNICAL	JESUS EGBERTO GILER VERA	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE VIVERES, BEBIDAS Y LICORES	BOLIVAR Y RICAURTE
144	CLEIMER	CLEYTON ELIECER ZAMBRANO ZAMBRANO	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	AV. SIXTO DURAN BALLEN Y JUAN MONTALVO
145	SUPER 1	SARA LOURDES SACON RENGIFO	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS	SUCRE Y PICHINCHA
146	SUPER 2	SARA LOURDES SACON RENGIFO	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS	SUCRE Y PICHINCHA
147	D BAIN	DAYMON WILMER BASURTO INTRIAGO	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS	ANTONIO GRANDA CENTENO Y BOLIVAR
148	D BAIN	DAYMON WILMER BASURTO INTRIAGO	MICROMERCADO	COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS	ANTONIO GRANDA CENTENO Y BOLIVAR
149	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA	MARLON RODOLFO MUÑOZ TORRES	SUPERMERCADOS Y COMISARIATOS	COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS MULTIPLES	SALINAS Y ANTONIO GRANDA CENTENO
150	TERCENA LA MINA	MANUEL ELOY GANCHOZO INTRIAGO	TERCENA	VENTA AL POR MENOR DE CARNE	GRANDA CENTENO Y CHILE
151	LA DEL PUEBLO	RICARDO RAMON MONTESDEOCA ZAMBRANO	TERCENA	COMERCIALIZACION DE CARNES	SUCRE Y GRANDA CENTENO
152	NIÑO RENE	HECTOR RENE PINARGOTE CHAVEZ	TERCENA	COMERCIALIZACION DE CARNES	SUCRE

153	GANCHOZO	MANUEL ELOY GANCHOZO INTRIAGO	TERCENA	VENTA AL POR MENOR DE CARNE	SUCRE
154	CAUCHO CRUDO	GALO ENRIQUE GUADAMUD	TERCENA	VENTA AL POR MENOR DE CARNE	RICAUARTE
155	JOSELITO	ENRIQUE LEONARDO LECTONG CEVALLOS	TERCENA	VENTA AL POR MENOR DE CARNE	RICAUARTE Y SUCRE
156	MAGGI MARK	AMELIA MAGALY BARCO VERA	TERCENA	VENTA AL POR MENOR DE CARNE	SUCRE Y ABDON CALDERON
157	S/N	MANUEL ELOY GANCHOZO INTRIAGO	TERCENA	VENTA AL POR MENOR DE CARNE	SUCRE
158	MI HOTEL	ELIEZER ELIAS BASURTO PONCE	HOTEL	SERICIO DE HOSPEDAJE EN HOTELES	RICAUARTE VIA A CANUTO
159	CACAO	LOURDES ROSARIO LOOR RENGIFO	HOTEL	SERVICIO DE TURISMO	SALINAS
160	CALCETA	LENIN FERNANDO BASURTO BASURTO	HOTEL	SERVICIO DE TURISMO	13 DE OCTUBRE Y AV. ESTUDIANTIL
161	CARRIZAL INN	DARIO ZENON DAVID VELEZ	HOTEL	SERVICIO DE TURISMO	JOSE MARIA HUERTA
162	EL MANGO		HOTEL	SERVICIO DE TURISMO	AV. ESTUDIANTIL VIA TOSAGUA
163	PARAISO DEL AMOR	TOMASA ALFREDINA COBEÑA CUZME	MOTEL	SERVICIO DE HOSPEDAJE Y TURISMO	SITIO CABELLO VIA ACANUTO
164	HOLLY DAY	DARIO ZENON DAVID VELEZ	MOTEL	SERVICIO DE TURISMO	SITIO CABELLO VIA ACANUTO
165	CARICIAS Y PASIONES	GUILLERMO LEONARDO VALDERRAMA ALCIVAR	MOTEL	SERVICIO DE HOSPEDAJES EN MOTEL	VIA CALCETA TOSAGUA
166	ILPIACERE	MARIA TRINIDAD MOREIRA BALDIVIESO	MOTEL	SERVICIO DE HOSPEDAJE Y TURISMO	VIA A TOSAGUA

167			MOTEL	SERVICIO DE HOSPEDAJE Y TURISMO	SITIO CABELLO VIA ACANUTO
168	HOSTAL SAN PLACIDO	PLACIDO AMADO ZAMBRANO MACIAS	HOSTAL	SERVICIO DE TURISMO	GRANDA CENTENO Y CHILE
169	BOLIVAR	DADDY FERNANDO TORRES AVELLAN	HOSTAL	SERVICIO DE HOSPEDAJES EN HOSTALES	SALINAS Y ABDON CALDERON
170	HOSTAL GALICIA	MIGUEL REMBERTO BONILLA DUEÑAS	HOSTAL	SERVICIO DE HOSPEDAJE EN HOSTALES	10 DE AGOSTO Y ABDON CALDERON
171	EL FINQUERO	YURI HENRY YOONG CAÑIZARES	ESTABLECIMIENTO DE PLAGUICIDAS	VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y VETERINARIOS	GRANDA CENTENO Y BOLIVAR
172	ALMACEN AGRO-VETERINARIO LA HERRADURA	GREGORIO FERNANDO MOLINA HIDROVO	ESTABLECIMIENTO DE PLAGUICIDAS	VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y VETERINARIOS	BOLIVAR Y GRANDA CENTENO
173	CENTRO VETERINARIO MANABA	MARIANO AUGUSTO NAVARRETE BASURTO	ESTABLECIMIENTO DE PLAGUICIDAS	VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y VETERINARIOS	BOLIVAR Y RICAURTE
174	CENTRO AGRICOLA ALAVA	MANUEL ANGEL ALAVA CALDERON	ESTABLECIMIENTO DE PLAGUICIDAS	VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y VETERINARIOS	SUCRE Y PICHINCHA
175	AGRIPAC		ESTABLECIMIENTO DE PLAGUICIDAS	VENTA DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y VETERINARIOS	
176	GABINETE DE BELLEZA GESAMA	SANTA TERESITA ZAMBRANO PARRAGA	SALON DE BELLEZA	ARREGLOS CORTES, PEINADOS, TEÑIDOS Y ONDULACION	BOLIVAR Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
177	ANITA	ANA MERCEDES VELEZ SOLORZANO	SALON DE BELLEZA	ARREGLOS Y CORTES DE CABELLO	GRANDA CENTENO Y 10 DE AGOSTO
178	MONIMER UNISEX	MONICA MIRELLA FAUBLA CUZME	SALON DE BELLEZA	ARREGLOS Y CORTES DE CABELLO	10 DE AGOSTO ENTRE
179	GABY	MERCY MAGDALENA MOLINA BASURTO	SALON DE BELLEZA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	GRANDA CENTENO Y BOLIVAR

180	NATHALY	MIRYAN PILAR ZAMORA MACIAS	SALON DE BELLEZA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	GRANDA CENTENO Y SUCRE
181	GEORGE'S	JORGE LUIS TUAREZ	PELUQUERIA	ARREGLOS CORTES, PEINADOS, TEÑIDOS Y ONDULACION	SALINAS Y GRANDA CENTENO
182	GOYITA	JENNY GREGORIA MERO MERA	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	SUCRE
183	PELUQUERIA NEBRASKA	MERILAY NEBRASKA GALLARDO QUIROZ	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	BOLIVAR Y ABDON CALDERON
184	GABINETE DANJA	VERONICA NOEMI CALDERON MENDOZA	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y BOLIVAR
185	SOFIA UNISEX	EDITA SOFIA MOREIRA MANZABA	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	BELISARIO TORRES SAN BARTOLO
186	GLAMOUR	DALINDA EDITA LOOR ZAMBRANO	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	ABDON CALDERON Y BOLIVAR
187	EVALUNA	ANTONIO SANCHEZ CRUZ	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	BOLIVAR
188	LUBAN	LUIS WASHINGTON BASURTO MERA	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	BOLIVAR Y CALDERON
189	STILO PAOLA	QUINCHE PASCUAL MACIAS SOLORZANO	PELUQUERIA	CORTE Y ARREGLOS DE CABELLOS	13 DE OCTUBRE
190	BAR CHOCCO CHIP'S	RAMON SEBASTIAN MEZA RESABALA	SODA-BAR	SERVICIO DE BEBIDAS Y HELADOS	10 DE AGOSTO Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
191	RINCON AMISTOSO	NANCY CONSUELO ALCIVAR BRAVO	SODA-BAR	VENTA DE BEBIDAS EN BAR	ELOY Y LIBERTAD
192	CHOCCO CHIP'S	SOLANDA DEL ROSARIO BRAVO MACIAS	SODA-BAR	VENTA DE BEBIDAS EN BAR	10 DE AGOSTO
193	RICO POLLO	OLIVIA MERCEDES NAVARRETE NAVARRETE	SODA-BAR	VENTA DE BEBIDAS EN BAR Y ALIMENTOS	RICAUARTE Y LUIS MARIA PINTO

194	RICO POLLO	OLIVIA MERCEDES NAVARRETE NAVARRETE	SODA-BAR	VENTA DE BEBIDAS EN BAR Y ALIMENTOS	SALINAS RICAURTE
195	NANY'S BAR	VANESSA MARISELA CARRERA CEDEÑO	SODA-BAR	VENTA DE BEBIDAS EN BAR Y ALIMENTOS	10 DE AGOSTO Y ABDON CALDERON
196	PURA VIDA	YADIRA MONSERRATE MOLINA VERA	PRODUCTOS NATURALES	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES	SUCRE Y GRANDA CENTENO
197	SALUD NATURAL	YADIRA MONSERRATE MOLINA VERA	PRODUCTOS NATURALES	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES	10 DE AGOSTO
198	VITA SPORT	JOSE WILFRIDO CEDEÑO ZAMBRANO	PRODUCTOS NATURALES	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES	SUCRE
199	SUPERVIVENCIA	PATRICIA MARIA CORNEJO PROAÑO	PRODUCTOS NATURALES	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES	SALINAS Y SERGIO DOMINGO DUEÑAS
200	CORPORACION FORTALEZA DEL VALLE	GLEISTON DOLORES LOOR MACIAS	PLANTA PROCESADORA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	ACTIVIDADES AGRICOLAS	KM 11 VIA CANUTO CHONE
201	EL REGOCIJO	DAMARYS MARIANITA LOOR VERA	PLANTA PROCESADORES DE ALIMENTOS	ELABORACION DE DULCES	LAS MERCEDES
202	CHIFLES LOOR	ADAN ROOT LOOR SOLORZANO	PROCESADORA DE ALIMENTOS	ELABORACION Y VENTA DE CHIFLES	LA PAVITA VIA A QUIROGA
203	DULCES MARIALY	NATALIA FERNANDA SCHETTINI INTRIAGO	PROCESADORA DE ALIMENTOS	ELABORACION DE DULCES	10 DE AGOSTO VIA A QUIROGA
204	RENACER	ING. CESAR FERNANDO VILLACIS NAVARRETE	PROCESADORA DE AGUA	COMERCIALIZACION DE AGUA	GRANDA CENTENO Y CHILE
205	PASTELERIA LA COLMENA	ANGELA NARCIZA CEDEÑO VERA	PLANTA PROCESADORA DE ALIMENTOS	ELABORACION DE DULCES	SALINAS Y JOSE MARIA HUERTA
206	EL POLITECNICO	JUAN GUALBERTO AVELLAN BAILON	SALON DE BILLAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	10 DE AGOSTO Y GRANDA CENTENO
207	LOS CHINITOS	RAMON LEONARDO MUÑOZ KUFFO	SALON DE BILLAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	BARRIO LAS MERCEDES

208	CARLUIS	CARLOS CESAR PARRAGA MERA	SALON DE BILLAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	BARRIO LAS MERCEDES
209	SALON DE BILLAR	EDIBALDO JOSE QUIJIJE MORA	SALON DE BILLAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	CDLA INES MORENO
210	EL MANANTIAL	CARLOS VINICIO PARRAGA INTRIAGO	SALON DE BILLAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	SITIO EL MORRO
211	EL CONDE	TUBAL ANTINIO ALMED	SALON DE BILLAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	CDLA. INES MORENO
212	GAUDEAMUS	SANDRA DOLORES MENDOZA VELEZ	EVENTOS	EVENTOS COMERCIALES SOCIALES Y CULTURALES	SALINAS Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
213	EVENTOS AGEM'S	ANA GABRIELA ZAMBRANO SOLORZANO	EVENTOS	EVENTOS COMERCIALES SOCIALES Y CULTURALES	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y SALINAS
214	ENSUEÑOS EVENTOS	MARIA LOURDES TAFUR VILLAVICENCIO	EVENTOS	EVENTOS COMERCIALES SOCIALES Y CULTURALES	PORTOVIEJO Y MANABI
215	SALON DE EVENTOS CALCETA	SERGIO OSWALDO ZAMBRANO BASURTO	EVENTOS	EVENTOS COMERCIALES SOCIALES Y CULTURALES	SALINAS Y SERGIO DOMINGO DUEÑAS
216	LA CASA DE ARJONA	MARIA ELENA PALMA GARCIA	EVENTOS	EVENTOS COMERCIALES SOCIALES Y CULTURALES	BOLIVAR Y 13 DE OCTUBRE
217	DISCOTEC KCHE'S	EDDY VICENTE HUERTA LUCAS	DISCOTECAS Y PEÑAS	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	BOLIVAR Y ABDON CALDERON
218	STORE BAR	HENRY GUSTAVO VALENCIA PARRAGA	DISCOTECAS Y PEÑAS	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	10 DE AGOSTO
219	ANNESIA BAR DISCOTECA	JORGE RAMIRO PAUCAR NACATA	DISCOTECAS Y PEÑAS	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	JOSÉ MARIA HUERTA Y SALINAS
220	EL PORTAL	VIRGINIA ESPERANZA RIVERA SOLORZANO	LICORERIA	VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	10 DE AGOSTO Y RICAURTE

221	MANHATTAN LIQOUR EXPRESS	KAROL MONSERRAT VERA MONTESDEOCA	LICORERIA	LICORERIA	10 DE AGOSTO Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
222	RUSSO GYM	CARLOS DAVID VERAL ALCIVAR	GIMNASIO	SALONES DE RECREACION Y ESCULTURA FISICA	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y JOSE MARIA PINTO
223	TRINITY EXTREMO	MONICA KATIUSCA ALVAREZ ZAMBRANO	GIMNASIO	SALONES DE RECREACION Y ESCULTURA FISICA	CDLA. CAMILO PONCE
224	FUNDACION CASA DE ANCIANOS SAN AGUSTIN	ARMANDO RUISDAEL DELGADO PINARGOTE	ASILO DE ANCIANOS	ASISTENCIA Y HOSPEDAJE DEL ADULTO MAYOR	GENERAL SERRANO
225	QUINTA LINDA	CECILIA RAMONA CEDEÑO FARIAS	PISCINAS	CENTRO DE RECREACION	BARRIO LAS MERCEDES
226	CENTRO RECREACIONAL EL REGOCIJO	LEONEL ADOLFO VERA CEDEÑO	PISCINAS	CENTRO DE RECREACION	LAS MERCEDES
227	CENTRO RECREACIONAL EL CIPRIANO		PISCINAS	CENTRO DE RECREACION	PLATANALES
228	CENTRO RECREACIONAL LOS CEIBOS		PISCINAS	CENTRO DE RECREACION	VIA CEMENTERIO
229	CENTRO RECREACIONAL		PISCINAS	CENTRO DE RECREACION	LAS MERCEDES
230	PINGÜINO CHOCO	LUZ MARIA PATRICIA MONCAYO PAZMIÑO	HELADERIA	VENTA DE HELADOS Y BEBIDAS	10 DE AGOSTO Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
231	PINGÜINO	LUZ MARIA PATRICIA MONCAYO PAZMIÑO	HELADERIA	VENTA DE HELADOS Y BEBIDAS	10 DE AGOSTO
232	HELADERIA	LUZ MARIA PATRICIA MONCAYO PAZMIÑO	HELADERIA	VENTA DE HELADOS Y BEBIDAS	10 DE AGOSTO
233	BODEGA	MERCDES HOLANDA VELEZ ZAMBRANO	CONSIGNACIONES Y BODEGAS	DISTRIBUIDORA DE BBIDAS	10 DE AGOSTO
234	COMERCIAL MARIA AUXILIADORA	MARIA AUXILIADORA LOPEZ MUÑOZ	BODEGAS Y CONSIGNACIONES	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE GRANOS AGRICOLAS	ABDON CALDERON Y SUCRE

235	COMERCIAL INTRIVER	MONICA MARIBEL VERA SERRANO	BODEGAS Y CONSIGNACIONES	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE GRANOS AGRICOLAS	BOLIVAR Y RICAURTE
236	LA KAROLINA	MANUEL RAMON PINARGOTE VELEZ	ASERRADEROS	COMERCIALIZACION DE MADERA	FLAVIO ALFARO Y BELISARIO TORRES
237	JOSE JOSE	JOSE MANUEL ZAMBRANO CARDENAS	ASERRADEROS	COMERCIALIZACION DE MADERA	ANTONIO SILVA
238	CEMENTERIO	GAD BOLIVAR	SERVICIO PUBLICO	SERVICIO PUBLICO	AV. SIMON DAVID VELASQUEZ
239	CAMAL	GAD BOLIVAR	SERVICIO PUBLICO	SERVICIO PUBLICO	BARRIO EL MORRO
240	S/N	ROQUE SENEN NAVARRETE VELASQUEZ	DISTRIBUIDORA DE GAS	COMERCIALIZACION DE GAS	10 DE AGOSTO Y GRANDA CENTENO
241	S/N	EDDY XAVIER ZAMORA ZAMBRANO	DISTRIBUIDORA DE GAS	COMERCIALIZACION DE GAS	10 DE AGOSTO Y MANABI
242	S/N	EDDY XAVIER ZAMORA ZAMBRANO	DISTRIBUIDORA DE GAS	COMERCIALIZACION DE GAS	11 DE AGOSTO Y MANABI
243	COMERCIAL BASURTO	ALDER ENRIQUE BASURTO CALDERON	DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS	COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y MEDICAMENTOS	10 DE AGOSTO Y RICAURTE
244	VISTA PARA TODOS	DR. DIEGO NIETO NIETO	OPTICA	VENTA DE ARTICULOS OPTICOS	JUAN MONTALVO - SAN BARTOLO
245	RESCATE HUMANITARIO		OPTICA	VENTA DE ARTICULOS OPTICOS	10 DE AGOSTO
246	BAR ESCOLAR	FLORIFE MONSERRATE VERA MONTESDEOCA	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	AV. ESTUDIANTIL
247	BAR ESCOLAR - ESC. BESTA CEVALLOS	ILIANA MERCEDES SOLORZANO MEDINA	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CDLA. CAMILO PONCE
248	BAR ESCOLAR	PRINECITA CONCEPCION VERA VERA	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	MONTERO Y AV. SIXTO DURAN BALEN

249	BAR ESCOLAR	MARIA ALEXANDRA BARRETO MERA	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	AV. SAN LORENZO
250	BAR ESCOLAR SIMON BOLIVAR VIA A TOSAGUA	NARCISA DE JESUS CUEVA QUINAPALLO	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SUCRE Y RICAURTE - REDTIFICAR
251	BAR AGROINDUSTRIAL	WASHINTONG OCTAVIO VELEZ BASURTO	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CAMPUS POLITECNICO CALCETA SITIO EL LIMON
252	BAR AGROPECUARIO	JESSIE ARTIMIDORA CEDEÑO ALCIVAR	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CAMPUS POLITECNICO CALCETA SITIO EL LIMON
253	BAR ESCOLAR COLEGIO 13 DE OCTUBRE	LENIN GERARDO MONTESDEOCA ORMAZA	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	GRANDA CENTENO Y SALINAS
254	BAR ESCOLAR - AMADO QUIROZ	ANGELA MERCEDES SOLORZANO RAMOS	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SUCRE Y RICAURTE
255	BAR ESCOLAR - QUINCHE FELIX	GLADYS NARCISA SOLORZANO BERMUDEZ	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SITIO LAS DELICIAS
256	BAR ESCOLAR - PABLO SEXTO	SANDRA MARIA ZAMBRANO PINARGOTE	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	JUAN MONTALVO
257	DELISIAS MASE - COL MONSERRATE ALAVA	MARIA JOSE GANCHOZO ZAMBRANO	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CDLA. MIRAFLORES
258	BAR ESCOLAR ESC. SIMON BOLIVAR	GICELA FERNANDA LECTONG CEVALLOS	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	CESAR OVIDIO VILLAMAR
259	BAR ESCOLAR COL. RIJAVEC	GENIT MIGDALIA SACON SACON	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	AV. SAN LORENZO
260	BAR ESCOLAR ESC. VILULFO	WASHINGTON ROWEN CANTOS VILLA	BAR- RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS	SALINAS Y RICAURTE
261	BAR EL METRO	JOSE MARIANO ZAMBRANO VARGAS	BAR	VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	BOLIVAR Y RICAURTE
262	ALL BAR CUATRO LETRAS	EDGAR FABRICIO CEDEÑO CEDEÑO	BAR - KARAOKE	VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	10 DE AGOSTO Y JOSE MARIA HUERTA

263	LA FUENTE	JIMMY GUSTAVO CALDERON MACIAS	BAR	VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	CESAR OVIDIO VILLAMAR Y 10 DE AGOSTO
264	BAR MI QUIMERA	JESÙS MANUEL PINRGOTE PARRAGA	BAR - RESTAURANTE	EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	BEJUCAL KM1.1/2 VIA A CANUTO - CHONE
265	BAR TEQUILA	JESUS DIOGENES LOOR ALVAREZ	BAR	RECREACION Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	BARRIO LOS CEIBOS
266	EL RINCON DE LA SALSA	EFRAIN ANTONIO BASURTO PARRAGA	BAR	EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y NO ALCOHOLICAS	SALINAS Y CESAR OVIDIO VILLAMAR
267	FAPE	PEDRO JACINTO ZAMBRANO BALAREZO	BAR - RESTAURANTE	PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	SITIO PLATANALES

ANEXO 3

APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO A LOS AGENTES DE COMERCIO



ANEXO 4
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
¿En qué año fue creado este negocio?	Otro	34	58
	2012	10	17
	2013	9	16
	2014	5	9
Totales		58	100

	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es su nivel de preparación académica?	Primer nivel	15	26
	Segundo nivel	25	43
	Tercer nivel	11	19
	Cuarto nivel	7	12
Totales		58	100

	Opciones		Frecuencia	Porcentaje
	Inicial	Actual		
Capital	100-500	1.000-2.000	12	21
		2.000-3.000	2	3
	500-1.000	1.000-2.000	5	9
		2.000-3.000	4	7
		3.000-4.000	2	3
		4.000-5.000	1	2
	1.000-1.500	2.000-3.000	2	3
		3.000-4.000	1	2
		4.000-5.000	2	3
		5.000+	1	2
	1.500-2.000	2.000-3.000	3	5
		4.000-5.000	4	7
5.000+	2.000-3.000	5	9	
	3.000-4.000	2	3	
	4.000-5.000	3	5	
	5.000+	9	16	
Totales		58	100	

	Opciones	Inicial		Actual	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Cantidad de trabajadores	1	26	45	17	29
	2	17	29	19	33
	3	15	26	19	33
	4	0	0	3	5
Totales		58	100	58	100

¿Su negocio le ha brindado estabilidad	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
----------------------------------------	----------	------------	------------

económica?	Si	58	100
	No	0	0
Totales		58	100

¿Considera usted que la permanencia de la ESPAM MFL en Calceta genera oportunidades de emprendimiento?	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
	Si	58	100
	No	0	0
Totales		58	100

La ESPAM MFL ha traído como consecuencia que más personas se radiquen en Calceta: ¿Ha influido esto en el crecimiento de sus ventas?	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
	Si	57	98
	No	1	2
Totales		58	100

Opciones	2013		2014		2015		
	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.	
Utilidades generadas por la actividad comercial	4.000-5.000	33	57	30	51	14	24
	5.000-6.000	10	17	14	24	16	28
	6.000-7.000	9	16	5	9	7	12
	7.000-8.000	4	7	0	0	6	10
	8.000-9.000	0	0	3	5	2	3
	9.000-10.000	0	0	1	2	4	7
	Otros valores	2	3	5	9	9	16
Totales		58	100	58	100	58	100

¿Ha asistido usted a alguna capacitación sobre administración de negocios brindada por la ESPAM MFL?	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
	Si	10	17
	No	48	83
Totales		58	100

¿Considera usted que la ESPAM MFL ha impactado en el crecimiento del sector comercial?	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
	Si	58	100
	No	0	0
Totales		58	100