



**Proyecto de
Vinculación: Modelo
de Gestión para
Comerciantes**

PROYECTO DE VINCULACIÓN: MODELO DE GESTIÓN PARA COMERCIANTES

LINKING PROJECT: MANAGEMENT MODEL FOR ENTREPRENEUR

RESUMEN

Ecuador por su ubicación geográfica registra movimientos telúricos constantemente, el terremoto del 2016 en Manabí generó daños irreparables a varias edificaciones públicas, ante lo cual el GAD Portoviejo dentro de su plan de reconstrucción incluyó la edificación de nuevos mercados buscando que los comerciantes afectados puedan exponer sus productos en mejores condiciones bajo la supervisión de la empresa pública Portomercados; bajo este principio se procedió a diagnosticar las condiciones de los comerciantes en los mercados municipales, surgiendo la idea de implementar un Modelo de Gestión para Comerciantes que permita mejorar la gestión en dichos centros de abastos. Esta investigación fue descriptiva y explicativa para detallar situaciones y determinar la necesidad de dar sostenibilidad a los mercados, el método aplicado fue investigación-acción, la población en que se investigó la problemática fue 51 comerciantes, se aplicó las técnicas observación directa, la encuesta, entrevista y grupos de discusión para recolección de información y toma de datos. Los resultados de la investigación indican que un modelo de gestión integral debe cumplirse para elevar la calidad del servicio y la percepción de los clientes hacia el mercado, lográndose el sostenimiento del mismo en forma autosuficiente en la medida que los comerciantes mejoren sus ingresos.

PALABRAS CLAVES: Modelo de gestión; comerciantes; microempresa; proyecto de vinculación; emprendimiento.

Copyright © Revista San Gregorio 2018 ISSN: 1390-7247; eISSN: 2528-7907 ©

ABSTRACT

Due to its geographic location, Ecuador constantly records earthquakes. The 2016 earthquake in Manabí caused irreparable damage to several public buildings, and the GAD Portoviejo, within its reconstruction plan, included the construction of new markets so that the affected merchants can exhibit their products under better conditions under the supervision of the public company Portomercados; Under this principle, the conditions of the merchants in the municipal markets were diagnosed, and the idea of implementing a Management Model for Merchants that allows to improve the management in these supply centers arose. This research was descriptive and explanatory to detail situations and determine the need to give sustainability to markets, the applied method was action research, the population in which the problem was investigated was 51 merchants, the techniques were applied direct observation, the survey, interview and discussion groups for information gathering and data collection. The results of the research indicate that a comprehensive management model must be met to raise the quality of service and the perception of customers towards the market, achieving self-sufficiency as merchants improve their income.

KEYWORDS: Management model; merchants; microenterprise; linking project; entrepreneurship.

Copyright © Revista San Gregorio 2018. ISSN 1390-7247; eISSN: 2528-7907 ©

 **WALTER IVÁN NAVAS BAYONA**
 Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador
 wnavasb@gmail.com

 **ROSA YESSENIA VERA LOOR**
 Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador
 yeseniavera04@hotmail.com

 **ANDREA LISSETTE RUIZ VÉLEZ**
 Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador
 ing_andreau@hotmail.com

 **EVELYN ADRIANA VELÁSQUEZ LEÓN**
 Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador
 adrianna-1205@hotmail.com

 **MARÍA JOSÉ HERNÁNDEZ MOREIRA**
 Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador
 majo9613@live.com

ARTÍCULO RECIBIDO: 27 DE AGOSTO DE 2018
ARTÍCULO ACEPTADO PARA PUBLICACIÓN: 15 DE SEPTIEMBRE DE 2018
ARTÍCULO PUBLICADO: 31 DE OCTUBRE DE 2018

INTRODUCCIÓN

El Ecuador por su ubicación geográfica está afectado continuamente por el movimiento de las placas tectónicas situadas cerca de sus costas, las cuales generan movimiento telúrico producido por la subducción de las mismas, siendo continuo los reportes de sismos en el país en el último siglo. El terremoto del 16 de abril del año 2016 en las provincias de Manabí y Esmeraldas, generó una serie de daños en su población en aspectos sociales, culturales, financieros, emocionales y psicológicos que hasta el presente se mantiene en el recuerdo de los habitantes de dichas provincias. De igual manera este sismo generó en algunas poblaciones cambios estructurales en su geografía, en sus obras civiles, pero sobre todo en la mente de sus pobladores que vivieron con la incertidumbre de qué hacer después de los daños ocasionados por el desastre natural.

Se menciona que el inicio de recuperación de una sociedad afectada por un terremoto, consiste en incorporar un proceso de resiliencia que ayude a combatir el dolor y trauma que genera este tipo de desastre (American Psychological Association, 2018). Para que la resiliencia tenga efectos en una población afectada, se estiman como factores determinantes la identidad cultural y el humor asociado a la manera colectiva de enfrentar situaciones adversas, permitiendo a los pueblos empezar el proceso de reconstrucción luego de un desastre natural (Flores & Sanhueza, 2018). De igual manera se aprecia que en muchos países existen planes y programas preventivos, que buscan mitigar los efectos de un desastre natural, los mismos que tienen como propósito informar y educar sobre la relación e interacción de los miembros de una comunidad para iniciar un proceso de reconstrucción (Cortés, Marín, Egas, & Marinkovic, 2018). Para el caso del Ecuador se pudo comprobar la falta de programas y planes de contingencia, emergencia y evacuación que permitan preparar a la población ante

este tipo de eventos naturales y las actividades que deben ejecutar luego del mismo, así como procesos de resiliencia que ayuden a una recuperación psicológica y emocional acelerada a la población afectada.

En el país se mantiene como aspiración nacional desde hace décadas impulsar el crecimiento económico de sus habitantes, como medida que permita cambios en la calidad de vida de la población; planteando la participación activa del estado para ejecutar programas y proyectos de inversión pública que coadyuven a generar el crecimiento económico de la sociedad, incluyendo esto a los municipios y demás instituciones públicas (Aguilar, Caamal, & Portillo, 2018). Este antecedente ha conllevado a que se involucre al sector privado en la consecución de metas que involucran el desarrollo económico y social de la colectividad vinculando a lo público y privado en el desarrollo del mismo.

Dentro de las normativas vigentes en el ámbito del territorio, los Gobiernos Autónomos Descentralizados poseen varias competencias propias de su gestión, para el caso de la ciudad de Portoviejo su municipio ha constituido empresas públicas que regulan ámbitos del desarrollo de la ciudad. Una de las entidades creadas por la actual administración es la Empresa Pública Municipal Administradora de Mercados y Camales de Portoviejo (Portomercados), entidad que se dedica a la gestión y administración del faenamiento y comercialización de especies animales aptas para el consumo humano, incluyendo los mercados de víveres dentro de la ciudad.

En este modelo del GAD de Portoviejo se plantea que los mercados municipales son entidades que se encuentran agrupadas por vendedores y vendedoras que en algunos casos son informales, que están bajo la supervisión de la empresa pública mencionada, representando el lugar público en donde se intercambian bienes de consumo para los hogares, en donde se garantiza calidad y control del producto. Esta participación del GAD Municipal se orienta hacia la política de la inversión pública relacionada con la productividad, la misma que busca mejorar las condiciones de infraestructura en forma positiva, elevando la eficiencia en el trabajo del sector que se desempeña en estos tipos de actividades de emprendimiento.

La Universidad San Gregorio de Portoviejo entidad privada que oferta educación superior en la provincia de Manabí, es una institución que sufrió los estragos del terremoto de abril del 2016, en donde se evidenció la afectación a los distintos miembros de su comunidad mermando el desarrollo de los mismos. Sin embargo, dentro de la normativa de la Universidad existe la vinculación con la comunidad, como un área que permite la retribución de los docentes y sobre todo de los estudiantes a los diferentes sectores económicos y sociales de la ciudad y provincia, de manera que la comunidad universitaria puede contribuir al desarrollo de la sociedad y aportar para la ruptura del círculo de la pobreza que limita a muchos grupos en la comunidad.

De igual manera, la Universidad San Gregorio de Portoviejo dentro de sus metas y objetivos institucionales está en la búsqueda de impulsar, fomentar y dar sostenibilidad a los emprendimientos existentes o nuevos que se generen; tomando el principio que los emprendimientos son fuente de repercusión del desarrollo económico de una población (Hernández, Jiménez, & Pitre, 2018). Siendo los comerciantes de los mercados de Portoviejo parte fundamental de emprendimientos que buscan mejorar su calidad de vida y por ende salir del círculo de la pobreza.

Bajo esta premisa la Universidad San Gregorio de Portoviejo desarrolla un proyecto que busca la mejora de la gestión comercial en los Mercados Municipales, donde se plantea la necesidad de darle sostenibilidad a las inversiones de carácter social y comunitario que está realizando el GAD de Portoviejo, en todos los mercados de las parroquias rurales y urbanas, luego del desastre natural del 16 de Abril del 2016, en donde hubieron afectaciones irreversible en la infraestructura de los mercados. Siendo este emprendimiento social un elemento que contribuye al crecimiento y desarrollo económico de un sector de la población (Méndez, Quintanilla, & Sánchez, 2018).

Adicionalmente se observa la difícil situación actual de los Mercados Municipales, lo cual pone de manifiesto la realidad del descenso gradual en el volumen de ventas de los comerciantes, afectando los ingresos de los mismos y por ende la calidad de vida de sus familias. Siendo necesario mejorar las ac-

ciones administrativas en aspectos de gestión del conocimiento como un elemento importante para darle sostenibilidad en el tiempo a la actividad de los comerciantes (Vera, Navas, & Amen, 2017).

En sus inicios los Mercados Municipales respondían a unos objetivos más relacionados con solo el abastecimiento de la población, hoy en día, y como consecuencia de varios factores, resulta necesario redefinir los objetivos de dichas instalaciones y acometer los procesos de modernización de una figura que se considera indispensable en la estructura comercial de la ciudad. Este nuevo modelo señala la importancia de realizar obras que generen ingresos que permitan sostener y mantener las inversiones realizadas, logrando la sustentabilidad del proyecto. Para este propósito de sostenibilidad es necesario que los comerciantes de los mercados, que son los actores en la comercialización de la mayoría de bienes que son consumidos cotidianamente, tengan soporte y apoyo en procesos que fomenten la innovación y la sostenibilidad de estos emprendimientos a largo plazo (Mora & Martínez, 2018).

Los daños a los mercados municipales producto del terremoto y la construcción de los nuevos mercados generan condiciones y ambientes distintos a los existentes en dichos centros de comercialización antes del terremoto; siendo esta una oportunidad de poder generar las condiciones adecuadas para un correcto manejo de los mismos, por medio de comerciantes calificados para cuidar y generar ingresos suficientes para mejorar su condición de vida. Bajo esta premisa el proyecto de vinculación de las carreras de Gestión Empresarial y de Auditoría y Contabilidad se centra en contribuir al desarrollo de capacidades de los comerciantes del cantón Portoviejo a través de un Modelo de Gestión de mercados; considerando que los modelos de gestión permiten a los empresarios y organizaciones mejorar su planificación y gestión en el manejo de sus negocios (Felcman & Blutman, 2018).

Se aprecia dentro de la realidad de gestión de los comerciantes de mercados, que las transformaciones que se han producido en los últimos años, tanto en los hábitos de consumo, como la aparición de nuevos formatos privados de distribución comercial, han afectado en forma positiva la concurrencia de

clientes quienes han logrado percibir la calidad del servicio brindado de forma mejorada (Jordán, Gamboa, & Mejía, 2018). Esto constituye una desventaja para los comerciantes que pierden competitividad en relación a otros comercios de mayor tamaño. Adicionalmente existen aspectos culturales y sociales que limitan el desarrollo, motivación de superación y mejora continua en los mismos.

Esto ha permitido a las carreras elaborar un diagnóstico de las condiciones de los comerciantes en los mercados municipales, surgiendo la idea de implementar un Modelo de Gestión para Comerciantes de los mercados de Portoviejo, para lo cual se llevó a cabo un trabajo de campo con fuentes primarias, que permitieron diagnosticar la realidad y situación de los comerciantes de los mercados.

METODOLOGÍA

La investigación fue de tipo descriptiva, explicativa y de acción participación. Es descriptiva al detallar situaciones de un fenómeno o problema buscando especificar propiedades de los comerciantes de los mercados (Sampieri, Collado, Lucio, & Pérez, 1998). Se aplicó para describir la realidad de la situación que vivían los comerciantes cuando se encontraban asentados en la explanada del estadio Reales Tamarindos y del Ecu 911, con lo cual se evidencia la situación más relevante de los comerciantes.

De tipo explicativa al permitir describir porque ocurre la problemática y bajo qué condiciones se manifiesta la relación entre las variables modelo de gestión y eficiencia en la gestión (Arias, 2012). Se determinó la existencia de la necesidad de dar sostenibilidad a los mercados municipales, buscando comprender la relación de la gestión de los comerciantes con el pago de sus valores por uso del puesto en el mercado, siendo la condicionante que los volúmenes de ventas adecuadas permiten ingresos a los comerciantes y por ende a la administración del mercado.

Además, se aplicó el método de investigación-acción participativa, para mejorar la situación y práctica de los implicados en el estudio permitiendo esto mejorar la educación a través del cambio y aprender por las acciones pasadas suscitadas (Kemmis & McTaggart, 1988). Realizando actividades como capacitación a los comerciantes para

mejorar destrezas en aspectos como atención al cliente y mejora continua; registro de sus finanzas personales y del negocio, evaluando actividades y productos que permitan mejorar sus beneficios; adecuando procesos y procedimientos que mejoren el control y calidad de sus productos; acciones que regulen las actividades de limpieza y aseo de los puestos y del mercado; implementando medidas que permitan mejorar la seguridad alimentaria y de los comerciantes.

El problema objeto de estudio fue mejorar la gestión de los comerciantes de los mercados de abasto municipal. La población en la que se realizó la investigación fueron los comerciantes del mercado de Picoaza, parroquia urbana de la ciudad de Portoviejo, debido a la decisión del GAD Municipal que en esta parroquia se construya el primer mercado de los afectados por el terremoto de abril del 2016. Existiendo al momento del levantamiento de la información 51 comerciantes, con las cuales se emplearon los instrumentos de recolección de datos. Se aplicó como técnicas la observación directa, entrevistas y encuestas, y grupos de discusión para el levantamiento de la información y toma de datos.

RESULTADOS

La realización del proyecto permitió en el aspecto social coadyuvar a la generación de empleo y mejora en la calidad de vida de los comerciantes de los mercados municipales, así como las familias de ellos. Adicionalmente permite mejorar las condiciones de presentación y salubridad de los productos que se expenden, generando condiciones de prevención de salud para los clientes que compran y consumen dichos productos, de acuerdo a las normativas exigidas por el Ministerio de Salud Pública y ordenanzas del GAD Municipal. De igual manera, permite mejorar el entorno o los alrededores de los mercados al crearse modelos de gestión adecuados para el manejo de desechos de los comerciantes, permitiendo que las personas que habitan cerca de los mercados no sienten el malestar de olores y animales infecciosos que son aspectos característicos de los mercados cuyos comerciantes no mantienen un nivel de cultura de trabajo idóneo.

En la aplicación de los instrumentos de investigación específicamente en la encuesta, se aplicaron varias preguntas para levantar

la información pertinente a la problemática analizada, de las cuales se extraen aquellas cuya información es considerada como significativa para la presente investigación, las mismas que se muestran con sus interrogantes, tablas e interpretación:

Pregunta 1: ¿Qué tipo de instalación donde funciona el negocio?

Tabla 1. Porcentajes de tipo de instalación del negocio. (Ver Anexos)

Se pudo determinar en la Tabla 1 que la mayor parte de los comerciantes en el año 2016 mantenían su negocio en quioscos y vitrinas, un porcentaje menor lo tenía en mesas, se evidenció que los mismos no estaban acorde a las necesidades que se requerían para el expendio de los productos. Estas condiciones de instalación afectan de acuerdo a las normativas de salud vigente los productos que se expende, elevando los riesgos en la salud de los consumidores y población en general.

Pregunta 2: ¿Conoce usted el proyecto de Portomercado?

Tabla 2 .Porcentajes de conocimiento del proyecto de Portomercado. (Ver Anexos)

Se determinó de acuerdo a la Tabla 2 que un porcentaje muy elevado de comerciantes no conocía el proyecto de la empresa pública Portomercados y los beneficios que obtendrían al tener su negocio en un mercado que tenga mejores condiciones para el desarrollo de sus actividades cotidianas.

Pregunta 3: ¿Por qué ubicó su negocio en este sitio?

Tabla 3 Porcentajes de ubicación del negocio. (Ver Anexos)

Los resultados de la Tabla 3 indican que la zona de influencia del mercado es el atractivo que impulsa a los comerciantes a situar su negocio dentro del mismo; situación que implicaría que el lugar en sí mismo no garantiza afluencia de persona, lo cual puede indicar o señalar que hay una mala percepción del público en cuanto al mercado en sí o a lo que representa la calidad de servicio de los mercados en general. Siendo para ambos casos importante cambiar la percepción de los

clientes potenciales hacia la calidad del servicio que se oferta.

En la aplicación del modelo de gestión se ha generado cambios en el comportamiento y conducta de los comerciantes, los mismos que en algunos casos han aceptado las normativas y en otros casos han cumplido para evitar la pérdida de beneficios. El cumplimiento por parte de los comerciantes de las primeras normas planteadas indica que los modelos de gestión para un correcto funcionamiento de los mercados pueden ayudar a mejorar la calidad de gestión de los comerciantes, y repercutir en una mejor percepción del servicio por parte de los clientes. Sin embargo, es necesario la formación y capacitación continua y permanente a los comerciantes sobre aspectos que les permita cumplir con las normas, debido a su formación cultural y técnica sobre el manejo de un emprendimiento.

Con la información obtenida al aplicar las técnicas de investigación se determinaron las actividades a desarrollar en la ejecución del proyecto de investigación: Modelo Gestión para comerciantes, quedando de la siguiente manera:

- De acuerdo al cronograma de trabajo se efectuaron visitas de solo reconocimiento con el fin de llegar a un diagnóstico propio por medio de la observación.

- Por medio de las visitas realizamos preguntas a los tenderos de las plazas en forma verbal. Esto se logró por medio de acercamientos donde algunos fueron muy formales y colaboraron para la identificación de problemáticas que ellos veían.

- Dentro de las visitas expuestas con anterioridad se realizó un análisis técnico, el cual, nos ayudó a determinar por medio de formas teóricas un diagnóstico por recursos y secciones de los mercados, también determinando los aspectos sociales y económicos de cada una de las plazas en el entorno en el que se encuentran.

- Finalmente, en las visitas identificamos los impactos relevantes de cada una de las plazas trabajadas, donde se miró también cuál de los impactos es negativo o es positivo. Todo esto con el fin de tener un diagnóstico asertivo que nos ayude a determinar el nivel

competitivo en el que se encuentran los mercados locales.

Los comerciantes de los mercados deben estar conscientes que en la actualidad es necesario contar con técnicas, aptitudes y herramientas motivacionales que les permita desarrollar su vocación de servicio al cliente de manera innovadora y estratégica para llegar al consumidor con un servicio y producto de calidad para así asegurar su posicionamiento en el mercado y captar clientes fijos (Zárraga, Molina, & Corona, 2018). Las prácticas de su gestión deben estar basada en la implementación de la administración del conocimiento enmarcada hacia la mejora continua y la calidad de su servicio, como elemento que permite una adquisición de nuevos conocimientos que eleven las habilidades gerenciales de los comerciantes (Navia, Cubillos, Herrera, & Mendoza, 2018).

DISCUSIÓN

Se plantea la discusión si los comerciantes de los mercados deben poseer habilidades gerenciales necesarias y suficientes para elevar su capacidad de administrador de su emprendimiento; entendiéndose que, por los cambios continuos en los contextos empresariales, los emprendedores deben dar respuestas inmediatas a los cambios en las necesidades de sus clientes para alcanzar niveles de competitividad adecuados más aun en el caso de pequeñas y medianas empresa (Leyva, Cavazos, & Espejel, 2018). En función de la competitividad de los pequeños y medianos empresarios el capital humano consiste principalmente en conocimientos y habilidades adquiridos a través de la educación formal e informal en el sistema educativo y en el hogar. (Padilla & Juárez, 2006), siendo responsabilidad de las universidades contribuir a la formación del capital humano, de manera que puedan mejorar sus destrezas y habilidades en el ámbito de sus competencias.

El modelo de gestión que se plantea para los comerciantes, debe permitir normar los procesos y procedimientos administrativos de los comerciantes en el ámbito de la gestión del mercado; pero a la vez debe permitir que su accionar como emprendedor no sea afectada por su incumplimiento con otros organismos de control; siendo el modelo de gestión un manual de procedimiento administrativo que permita mejorar las condicio-

nes de los mismos. Considerándose que los manuales de procedimiento administrativo y financiero permiten mejorar los procesos administrativos y la gestión financiera de la organización en cualquiera de sus formas (Vera, Zambrano, & García, 2016).

El resultado ratifica lo actuado en el proyecto de implementar un modelo de gestión que permita crear cultura de mejora continua en los comerciantes, factor que es necesario manejar en la actualidad por los altos niveles de competencia que se aprecia en los diferentes tipos de sectores, lo cual ayuda a elevar el desempeño de las microempresas (Rodríguez & Díaz, 2018). La aplicación de un modelo de gestión permite a las empresas desarrollar modelos basados en normas de calidad que generan mejoras en las personas y que son percibidas satisfactoriamente por los consumidores (Villegas, Aguirre, & Martínez, 2018).

Siendo aspecto de discusión, si un modelo de gestión socializado con sus actores, resulta suficiente para mejorar la calidad del servicio de estos emprendimientos y con ello elevar los ingresos de estos micro emprendimientos; de manera que al elevarse los ingresos se pueda pagar las cuotas que permitan cubrir todos los egresos e inversiones que se requieren para su administración. Lo que referimos como acertado y posible, dado por el desarrollo de la interacción con la comunidad, y la participación activa de los comerciantes, objetos del estudio, además de la asistencia técnica de profesionales que transfieren conocimientos y recursos para mejorar las habilidades gerenciales de los comerciantes.

CONCLUSIONES

Se logró identificar la situación de pérdida de competitividad de los Mercados Municipales de la ciudad de Portoviejo, lo que fue el punto de partida para que las carreras de Auditoría y Contabilidad y Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo realicen el diseño de un Modelo de Gestión para comerciantes de los mercados. Iniciándose el proceso de implementación de un modelo de gestión que permita elevar la percepción de calidad del servicio a la comunidad y con ello alcanzar algún tipo de certificado que abalice las acciones de los comer-

ciantes, siendo estos factores determinantes de éxito para los ingresos de los comerciantes y la sostenibilidad por medio de autogestión por parte de los mercados de la ciudad.

La investigación permitió la capacitación, formación y control del manejo de desechos, desperdicios y del uso del agua que utilizan los comerciantes para la preparación y lavado de sus productos; permitiendo el proyecto capacitar sobre el correcto uso de las instalaciones sanitarias, de puesto de desecho, manejo de alcantarillas y de puntos de preparado de producto, de manera que las condiciones ambientales de los mercados se mantengan en condiciones de salubridad de acuerdo a las normas establecidas.

Indicando los resultados parciales, que es necesario mejorar las acciones que deben cumplirse en el modelo de gestión de los mercados, se debe brindar asistencia y formación de manera permanente a los comerciantes para generar cambios en su actitud y aptitudes empresariales a mediano y largo plazo; y que la inversión pública no solo debe dirigirse en mejorar la infraestructura de los mercados públicos, sino en la formación humano de quienes hacen comercio en los mismos. 

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. E., Caamal, I., & Portillo, M. (2018). Políticas públicas para los municipios más pobres de México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 28(51), 1-24.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (Quinta ed.: Mexico: Fideas G. Arias Odón.
- Cortés, P. F., Marín, H. E., Egas, N. R., & Marinkovic, K. A. (2018). Estudio exploratorio sobre las funciones de los memoriales de desastres naturales: Memoria colectiva en la experiencia japonesa y sus posibles aplicaciones en Chile. *Salud&Sociedad*, 9(1), 26-50.
- Felcman, I., & Blutman, G. (2018). La planificación estratégica participativa. Conceptos e instrumentos para nuevos modelos de gestión pública. *Revista Perspectivas de Políticas Públicas*, 7(14), 415-447.
- Flores, P. T., & Sanhueza, R. A. (2018). Resiliencia comunitaria frente a los desastres naturales: caleta Tumbes, región del Biobío, Chile. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 27(1), 131-145.
- Hernandez, H., Jiménez, A., & Pitre, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos. [Social entrepreneurship and its impact on economic development from inclusive businesses. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 10(2), 198-211.
- Jordán, J. E., Gamboa, J. M., & Mejía, C. V. (2018). Las habilidades directivas en el manejo de las finanzas para la Pequeña y Mediana Empresa. *Revista Publicando*, 5(14), 214-223.
- Kemmis, S., & Mctaggart, R. (1988). *International Encyclopedia of Education*. Barcelona: Laertes.
- Leyva, A. B., Cavazos, J., & Espejel, J. E. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-21.
- Mendez, J. C., Quintanilla, E. A., & Sánchez, M. E. (2018). Crecimiento económico ligado al desarrollo del emprendimiento social. *INNOVA Research Journal*, 3(3), 6-16.
- Mora, M. J., & Martínez, F. R. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad Y Desarrollo* (31), 27-46.
- [12] Navia, J. M., Cubillos, A. D., Herrera, C., & Mendoza, J. A. (2018). Gestión del conocimiento en el sector piscícola surcolombiano: una estrategia de transferencia tecnológica. *Gestión*, 39(13), 24-38.
- Padilla, R., & Juárez, M. (2006). Efectos de la capacitación en la competitividad de la industria manufacturera. CEPAL.
- Rodriguez, Y., & Diaz, C. (2018). Gestión de la Calidad. *Caribeña de Ciencias Sociales*, 37-52.
- Sampieri, R., Collado, C. F., Lucio, P. B., & Pérez M D Mc Graw Hill, (1998). *Metodología de la investigación*. Mexico, Mexico.
- Vera, C., Navas, W., & Amen, C. (2017). Algunas especificaciones acerca de la administración de empresas. *Dominio de las ciencias*, 3, 284-298.
- Vera, R. Y., Zambrano, Z. Z., & Garcia, T. (2016). Manual de procedimientos administrativos de la empresa Apronam S.A. del cantón Chone. *Sinapsis*, 8(1), 1-13.
- Villegas, L., Aguirre, L., & Martinez, J. (2018). Impacto generado por la implementación de los sistemas de gestión de calidad en el recurso humano, CELEMA SA. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 8(1), 548-567.
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basado en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 46-65.



ANEXOS

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Quioscos	25	49,02%
Caseta	0	0%
Carreta	0	0%
Mesa	6	11,76%
Vitrina	20	39,22%
Tendido	0	0%
Total	51	100%

Tabla 1. Porcentajes de tipo de instalación del negocio
Fuente: Elaboración propia.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	11,76%
No	45	88,24%
Total	51	100%

Tabla 2. Porcentajes de conocimiento del proyecto de Portomercado.
Fuente: Elaboración propia.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Concurrencia de personas	1	1,96%
Centros comerciales	1	1,96%
Amigos en la zona	1	1,96%
Sombra	0	0%
Trasladarse al sitio de trabajo	3	5,88%
Sitio donde se encuentra la mercancía	0	0%
Donde más se vende	6	11,77%
Cercanía de negocios similares	39	76,47%
Total	51	100%

Tabla 3. Porcentajes de ubicación del negocio.
Fuente: Elaboración propia.