

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Análisis de externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán”

Trabajo de titulación previa la obtención del título de
Ingenieras en Administración de Empresas y Marketing.

AUTORAS: Ana Gabriela Aguas Buitron

Luz Daly Magdalena Tucanes

TUTORA: Econ. Yoskira Cordero Msc. PhD (c)

TULCÁN- ECUADOR

2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las estudiantes Ana Gabriela Aguas Buitrón con el número de cédula 040178692-6 y Luz Daly Magdalena Tucanes Rivera con número de cédula 175171238-9 han elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



MSc. Yoskira Cordero



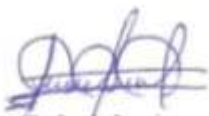
MSc. Verónica García

Tulcán, 18 de septiembre de 2018

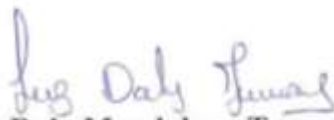
AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero de Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración Administración y Economía Empresarial.

Nosotras, Ana Gabriela Aguas Buitrón con cédula de identidad número 040178692-6 y Luz Daly Magdalena Tucanes Rivera con cédula de identidad número 175171238-9 declaramos: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Ana Gabriela Aguas Buitrón

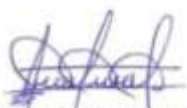


Luz Daly Magdalena Tucanes Rivera


Tulcán, 18 de septiembre de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, Ana Gabriela Aguas Buitrón y Luz Daly Magdalena Tucanes Rivera declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Ana Gabriela Aguas Buitrón



Luz Daly Magdalena Tucanes Rivera

Tulcán, 18 de septiembre de 2018

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecer a Dios por haber guiado mis pasos, cada peldaño que he conseguido para culminar mi carrera, por estar presente en los momentos difíciles por la bondad y sabiduría.

A mi padre, Segundo Aguas y, mi madre, María Buitrón, que con todos sus esfuerzos y por la compañía brindada día con día, sus palabras de aliento para seguir con la lucha y no dejar de brindarme su apoyo.

A mis hermanas Marisol, Alexandra, Katty, Rita y Raquel; mi bella sobrina Lesly Aguas que siempre estaban pendientes y dándome ánimo para continuar con mi primer sueño, por ser mi motivación para salir adelante.

Agradezco especialmente a mi Tutora MSc. Yoskira Cordero, por todo el tiempo y dedicación brindada en el logro de este documento, por su valiosa amistad. También a la Msc. Verónica García por el acompañamiento a esta investigación. También agradezco a mi compañera de tesis, Luz Daly Tucanes por cada palabra y sobre todo por la linda amistad construida. No fuimos dos sino una sola para lograr este sueño.

A mis compañeros por su amistad y locuras en cada uno de los niveles de nuestra hermosa carrera, y a los docentes que contribuyeron con sus conocimientos y enseñanzas.

Agradezco a Jorge por ser mi confidente, brindarme cariño cuando me sentía triste, con esas palabras de aliento para seguir a delante, por construir nuevos sueños juntos.

Faltara hoja para agradecer a todas esas personas que se preocuparon por mi agradezco infinitamente.

Ana Gabriela Aguas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Jesús Nuestro Señor por ser el amigo que nunca falla, por iluminarme para cumplir este objetivo, porque está conmigo en cada momento de mi vida y me acompaña en este caminar.

A mi mamá, Teresa Rivera, por sus palabras de ánimo, valentía y alegría. A mi papá, Segundo Tucanes, por su esfuerzo, humildad y trabajo. A mis hermanos Rocío, Edwin, Jhoana, Abelardo y Elena, por sus consejos, comprensión y cariño.

A Msc. Yoskira Cordero, por sus conocimientos, dedicación, tiempo. A Msc. Verónica García por las sugerencias. A mi Compañera de investigación Ana Gabriela por la paciencia, comprensión, y apoyarnos en los momentos de mayor dificultad, lo logramos amiga siempre de la mano de Dios.

A los docentes de la Carrera de Administración de Empresas y Marketing, por sus enseñanzas en el transcurso de mi formación profesional, de manera especial a Freddy Quinde por su disponibilidad de tiempo y compartir sus conocimientos.

Al grupo de catequesis de la parroquia “La Dolorosa” por ser mi segunda familia en Cristo Jesús.

A todas las personas que se preocupan por mí: ¡Gracias!

Luz Daly Tucanes

DEDICATORIA

Una de mis metas cumplidas. Con esfuerzo y dedicación, este documento va para mis hermosos padres que los amo mucho sin ustedes no lo hubiese conseguido.

A mis queridas hermanas por apoyarme constantemente.

A mi pequeña sobrina, Lesly, mi consentida por ese amor incondicional.

A un ser especial que no está con nosotros, pero sus buenos consejos siempre están presentes, por ti lo he logrado, sé que estas muy orgulloso de mi, esperabas con ansiedad este momento siempre inmortalizado Mariano Buitrón.

“El camino es largo, como sea te vamos a estudiar palabras de mis padres”

Cumplí mi misión “El mejor regalo que me han dado”

Ana Gabriela

DEDICATORIA

“...Y todo lo que puedan decir o hacer, háganlo en el nombre del Señor Jesús, dando gracias a Dios Padre por medio de él” Col 3, 17.

Con esfuerzo, dedicación y responsabilidad dedico este trabajo a Dios por su amor de padre, por darme la fortaleza necesaria en los momentos más difíciles y poder cumplir con este compromiso.

A mi linda familia Tucanes Rivera, por darme apoyo incondicional, palabras de ánimo para culminar con esta investigación.

A mis sobrinos Santiago, Sebastián, Valeria, James Laura, Marlon por sus sonrisas y compañía.

Luz Daly Tucanes

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	7
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
I. PROBLEMA	17
1.1.Planteamiento del problema.....	17
1.2.Formulación del problema	18
1.3.Justificación	18
1.4.Objetivos y preguntas de investigación	19
1.4.1.Objetivo general.....	19
1.4.2.Objetivos específicos	19
1.4.3.Preguntas de investigación.....	20
II.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
2.1.Antecedentes investigativos.....	21
2.2.Marco de teórico	24
2.1.1.Aproximaciones teóricas de la economía del bienestar y los efectos en los negocios comerciales	26
2.1.1.1.Intervención del Estado para reducir las fallas de mercado.....	27
a.Externalidades de los bienes públicos.....	28
a.1. Conceptualización de Externalidades	28
Análisis de Externalidades en el sector comercial.....	29
Clasificación de potenciales externalidades en las actividades comerciales de Tulcán	30
b.Conceptualización de externalidades positivas.....	30
c.Conceptualización de Externalidades negativas	31
Descripción de externalidades en el comercio.....	31
d. El Teorema de Coase con un acercamiento a la realidad comercial.....	38

Impactos generados por externalidades en Tulcán:	39
2.2.2 Externalidades en los negocios comerciales con Peter Druker.....	40
2.2.3.Crecimiento económico basado en cambios tecnológicos e innovación	42
2.2.3.1 El emprendimiento influye en la creación de negocios comerciales	44
2.2.4.Importancia de los negocios comerciales en el desarrollo económico	45
2.2.4.1 Desarrollo económico en el crecimiento de la pequeña empresa	45
2.2.5. El comercio en Tulcán	47
2.2.5.1 Comerciante individual en el negocio.....	47
2.2.5.2.Clasificación del negocio comercial	49
III METODOLOGÍA	51
3.1.Enfoque metodológico	51
3.1.1.Enfoque.....	51
3.1.1.Tipo de investigación.....	51
3.3.Definición y operacionalización de variables	52
3.4.Métodos utilizados	52
3.4.1 Población y muestra.....	53
3.4.2 Validez y confiabilidad.....	55
3.5.Análisis estadístico	60
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	62
4.1.Resultados.....	62
4.2 Discusión	90
4.2.1. Educación superior	93
4.2.2. Realidad fronteriza.....	95
4.2.3. Política pública	96
4.2.4. Flujo comercial	98
4.2.5. Sistema financiero local.....	99
4.2.6. Eventos culturales	101
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	105
5.1 Conclusiones.....	105
5.2 Recomendaciones	107
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	108
VII ANEXOS.....	113
7.1. Encuesta.....	113

7.2 Tabulación y cálculos de afirmaciones positivas.....	114
7.3. Alpha de Cronbach	115
7.4 Mapa de Tulcán	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Externalidades potenciales en el sector comercial de la ciudad de Tulcán	30
Tabla 2. Matriz de operacionalización de variables	52
Tabla 3. Cálculo de la muestra.....	53
Tabla 4. Distribución de la muestra	54
Tabla 5. Calificación de las afirmaciones en escala de Likert	55
Tabla 6. Distribución de puntuaciones KMO y criterios de valoración	61
Tabla 7. Análisis KMO	61
Tabla 8. Prueba de contingencia Edad-Género.....	64
Tabla 9. Prueba de contingencia Años del negocio- actividad económica.....	66
Tabla 10. Distribución relativa de cada alternativa positiva.....	67
Tabla 11. Análisis de Componentes principales Educación Superior	94
Tabla 12. Análisis de Componentes principales Realidad Fronteriza	95
Tabla 13. Análisis de Componentes principales Política Pública.....	96
Tabla 14. Análisis de Componentes principales Flujo comercial.....	99
Tabla 15. Análisis de Componentes principales Sistema Financiero Local	100
Tabla 16. Análisis de Componentes principales Eventos	102
Tabla 17. Reducción de dimensiones	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Externalidad de lo general a lo particular	25
Figura 2. Mapa de Tulcán.....	53
Figura 3. Género	62
Figura 4. Edad	63
Figura 5. Actividad económica.....	65
Figura 6. Años transcurridos en la creación	66
Figura 7. Gestión de Universidades	69
Figura 8. Egresados de las Universidades	70
Figura 9. Proyectos de investigación	71
Figura 10. Proyectos de vinculación	72
Figura 11. Devaluación del peso colombiano	73
Figura 12. Contrabando.....	74
Figura 13. Seguridad del negocio	75
Figura 14. Impuesto al Valor Agregado.....	76
Figura 15. Canasta Transfronteriza	77
Figura 16. Proyecto “Mi negocio crece”	78
Figura 17. Patente Municipal	79
Figura 18. Movilidad de colombianos-venezolanos	80
Figura 19. Desplazamiento de ecuatorianos del interior del país	81
Figura 20. Turismo nacional	82
Figura 21. Microcréditos Instituciones Financieras	83
Figura 22. Oferta de Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	84
Figura 23. Conocimiento de finanzas personales	85
Figura 24. Préstamos Informales	86
Figura 25. Pregones, desfiles	87
Figura 26. Ciclo paseos 14K, desafío del páramo	88
Figura 27. Carnaval del sol.....	89
Figura 28. Eventos culturales	89
Figura 29. Componente Externalidades	93
Figura 30. Mapa de Tulcán.....	116

RESUMEN

La presente es una investigación en el que se analizó las posibles externalidades que estarían influyendo en los negocios comerciales del cantón Tulcán, dado que las externalidades son calificadas en la economía del bienestar como fallas de mercado, es decir refiere a diferencias en la asignación de recursos y los efectos pueden ser negativos o en el mejor de los casos positivos. Los fundamentos de la economía del bienestar se han considerado para analizar el fenómeno en el sector comercio, específicamente en Carchi-Ecuador, en donde las estadísticas expresan que es una localidad que tiene como segunda actividad el comercio en el PIB. Se ha desarrollado la investigación desde un enfoque cuantitativo, revisión bibliográfica, descriptiva, no experimental. La población objeto de estudio fueron 127 encuestas a personas dedicadas a la actividad comercial, se utilizó el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple. La ciudad de Tulcán geográficamente está dividida por dos parroquias del sector urbano; la parroquia Gonzales Suarez donde se aplicó 58 encuestas y la parroquia Tulcán 69. En los resultados se determina que las externalidades presentes son: educación superior, realidad de frontera, política pública, flujo comercial, sistema financiero local y eventos culturales. Finalmente, se evidencia que en la ciudad de Tulcán la actividad que predomina es el comercio en 83% y más de la mitad de los dueños de negocios entrevistados tienen antigüedad de más de 9 años en estas actividades, quienes dirigen los negocios es el género femenino en 54% y 46% por hombres. Se tiene la expectativa en los comerciantes entrevistados que los proyectos de vinculación de las universidades aportan de manera positiva en 27% al desarrollo económico de la ciudad. El 55% de los comerciantes estima que se benefician por la política devaluatoria, a la vez que consideran que la afectación a la producción nacional ha causado recesión en el comercio fronterizo, el 31% considera que la movilidad de colombianos y venezolanos afecta de manera negativa. Se utilizó la técnica estadística análisis factorial para evaluar todos los componentes y se obtuvo entre los resultados, coeficiente de correlación aceptable 0,70 de la prueba KMO (Kaiser, Meyer y Olkin), y entre los componentes estudiados los de mayor influencia en los negocios comerciales son: la realidad de frontera, educación superior y eventos, lo que representa para la estudio que tienen correlación aceptable, en suma, las externalidades son variables importantes a considerar en las investigaciones sobre la dinámica de las unidades productivas.

Palabras clave: Externalidades, negocios comerciales, economía del bienestar.

ABSTRACT

This is an investigation in which the possible externalities that would be influencing the commercial business of the canton Tulcán are analyzed. Given that the externalities are qualified in the welfare economics as market failures. That is to say, it refers to differences in the allocation of resources and the effects can be negative or in the best of positive cases. The fundamentals of the welfare economy have been considered to analyze the phenomenon in the trade sector Specifically in Carchi-Ecuador, where the statistics express that it is a locality that has as the second activity the commerce in the PIB. It has been developed from a quantitative approach, review bibliographic, descriptive, non-experimental. The population under study were 127 surveys of people engaged in commercial activity. It was used the simple random-type probabilistic sampling. The city of Tulcán is geographically divided by two parishes in the urban sector; The parish Gonzales Suarez where 58 surveys were applied and the parish Tulcán 69. Finally, it is evident that in the city of Tulcán the predominant activity is commerce in 83%, and more than half of the business owners interviewed have been in these activities for more than 9 years, and those who run the business are women, in 54% and 46% by men. There is an expectation among the merchants interviewed that university link projects contribute 27% positively to the economic development of the city. 55% of traders estimate that they benefit from the devaluation policy, while they consider that the impact on national production has caused recession in border trade, 31% consider that the mobility of Colombians and Venezuelans affects. We used the statistical technique factorial analysis to evaluate all the components and we obtained between the results, acceptable correlation coefficient 0.70 of the KMO test (Kaiser, Meyer and Olkin), and among the studied components the most influential in commercial businesses are: the reality of the border, higher education, and events , which represents for the study that they have an acceptable correlation, in short, the Externalities are important variables to consider in research on the dynamics of productive units.

Keywords: Externalities, commercial business, welfare economics.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se ha fundamentado en el análisis de externalidades que podrían influir en los negocios comerciales ubicados en la ciudad de Tulcán. Entendiéndose, como externalidad, el efecto causado a una tercera persona o empresa, de manera positiva o negativa. La investigación está estructurada en cinco capítulos.

En el Capítulo I, se describe el problema, es decir factores externos que afectan a los negocios comerciales, y se hace referencia al desconocimiento por parte de los comerciantes sobre las principales causas que generan el cierre de los negocios comerciales; de igual manera se trazan objetivos que permiten culminar y llevar a cabo la investigación; luego se redacta la importancia que tiene el presente estudio. En este capítulo se describe la razón por que se ha planteado este tema y los aspectos relevantes del por qué se considera un problema de estudio.

En el Capítulo II, se realizó la fundamentación teórica para validar la investigación. Para ello se investigó antecedentes internacionales y nacionales acorde al tema propuesto, de igual manera se exponen lineamientos de teorías como: la economía del bienestar. Definida, como el bien común para la sociedad, que beneficia en la asignación eficiente de los recursos para una mejor calidad de vida de los negocios. Por otra parte, se detalla teorías referentes a los negocios comerciales, entendiéndose como la comercialización de productos entre oferente y demandante, además se encuentra su desarrollo y ciclo del negocio, que le permite ser competitivos a través de la innovación porque su finalidad es crear clientes para que se mantenga el negocio.

En el Capítulo III, se describe la metodología utilizada desde el enfoque cuantitativo, e investigación bibliográfica, descriptiva y no experimental. El estadístico aplicado, ha sido análisis factorial, para reducir los componentes propuestos a los que fuesen estadísticamente significativos. Además, se diseñó un instrumento estructurado en dos partes: primero datos generales y gestión comercial y segundo los tipos de externalidades, este último se dividió en 6 componentes cada uno con indicadores que ayudaron a medir la influencia de las externalidades en los negocios comerciales. Para la distribución del número de instrumentos aplicar se utilizó la georreferenciación de acuerdo al plano catastral del cantón Tulcán, para las dos parroquias Gonzales Suarez y Tulcán se utilizó el muestreo probabilístico de tipo

aleatorio simple; además, se utilizó la herramienta IBM SPSS para el ingreso de los datos obtenidos.

En el Capítulo IV, se encuentran los resultados que se obtuvo del instrumento aplicado, cada uno de estos presentados en figuras que denotan los porcentajes de influencia de las externalidades en los comercios de la ciudad de Tulcán, como resultados más relevantes se obtuvo que el género femenino tiene mayor representatividad con el 54% en la dirección de los negocios, así mismo son personas que se encuentran en edades de 29 a 39 años. Tulcán una ciudad donde predomina el comercio con 84% de locales que se dedican a esta actividad, comparando con datos registrados según el INEC el porcentaje de estructura en el sector económico es de 37,77%.

En Capítulo V, se exponen conclusiones y recomendaciones de cada componente estudiado, concluyendo que se tiene una visión general de las afecciones que se encuentran presentes en las actividades comerciales, además, se concentró la investigación en la potencial externalidad que puede representar los seis (6) componentes: educación superior, realidad fronteriza, política pública, flujo comercial, sistema financiero local y eventos culturales referentes a los negocios comerciales de Tulcán.

I. PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

En la provincia del Carchi se desarrollan diferentes actividades económicas tales como la agricultura, transporte, servicios, manufactura y comercio. La situación económica que atraviesan no es la mejor, misma que fue declarada por el ex presidente Rafael Correa en 2015 como una “Zona deprimida” por diferentes factores externos negativos, es así que, la situación que atraviesan es complicada y más aún para los negocios comerciales, donde se ven afectados por las bajas ventas por ser zona de frontera y el intercambio con Colombia es bastante significativo en el comercio.

El sector comercial en la ciudad de Tulcán es considerado como la actividad potencial en la economía, a diferencia de las otras ciudades de la provincia, este sector desconoce cómo es afectado por factores externos e internos que influyen en el desempeño de las actividades comerciales, y sobre todo en el incremento de las ventas de productos. Por ejemplo, la mala atención del cliente no se ha identificado que problemas causa en función a la fidelidad de los compradores, considerando un aspecto primordial para el crecimiento de los negocios. Por el contrario, si se hace una comparación con los vendedores de la ciudad de Ipiiales su amabilidad y buena atención se han convertido en una ventaja competitiva para el comercio y sobre todo la atracción de nuevos clientes.

Los comerciantes desconocen las principales causas que provocan el descenso en el nivel de ventas, sin entender el porqué del aumento de los costos, no identifican la razón de la reducción de niveles de rentabilidad y quiebras en los negocios; algunos aluden estas razones a la devaluación del peso colombiano, las políticas públicas, los eventos culturales.

Así mismo, desconocen que beneficios contribuyen al desarrollo de sus actividades, las posibles oportunidades para lograr un crecimiento en el ámbito social y empresarial. En muchos casos los propios comerciantes no saben monetizar este beneficio percibido por agentes económicos (Familia, Empresa, Estado) sin saber cómo reducir el impacto negativo en sus ingresos.

Por lo tanto, es considerado como problema de investigación porque el desconocimiento de los factores externos e internos producidos por las externalidades en el sector comercial, impide que los comerciantes conozcan las principales causas en el desarrollo de sus

negocios, por ende, no saben cómo actuar y buscar soluciones que vayan en pro del desarrollo. Una vez identificado este tipo de afectaciones puedan tomar medidas correctivas y mejoras a la situación en la que se encuentran estas actividades.

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán?

Delimitación

- Área de conocimiento: Externalidades y negocios comerciales
- Sujeto de estudio: Negocios comerciales.
- Área geográfica: Ciudad de Tulcán
- Tiempo estimado: 2017 – 2018

1.3 Justificación

En la actualidad, todas las empresas deben enfrentar retos de competitividad y productividad, en el sector comercial se busca adaptabilidad a los cambios del entorno, para enfrentarse a retos globalizados. Es importante realizar esta investigación del análisis de externalidades, para ver cómo influye en los negocios comerciales, como factor importante para la adaptación de nuevas políticas, que contribuyan al crecimiento y sostenibilidad de los negocios.

La investigación requirió de un estudio exigente y veraz, se tomó en cuenta análisis de modelos estadísticos, así como la herramienta del *software SPSS*, para el estudio de la realidad y la problemática en los negocios comerciales con la información obtenida. Es importante porque a través de este estudio se conoció cuáles fueron las principales causas que provocan los cierres de locales comerciales, es significativo porque que servirá como pauta para la sociedad, de manera específica los propietarios de los negocios comerciales locales. Fue importante porque permitió obtener conocimientos técnicos durante la formación académica para aplicarlos en el ámbito profesional, también aportó con resultados significativos para la universidad, de tal manera que sirva como referente para futuras investigaciones.

La investigación fue significativa porque la situación actual, particularmente el sector comercial, requiere de un cambio estructural y organizacional, porque quienes actúan dentro de la organización son parte fundamental para el éxito del negocio, es así que se emplee el proceso administrativo tal como la planeación, organización, dirección y control, para que aporte al mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios que genere el desarrollo eficiente, de tal manera que las actividades que realizan entidades públicas y privadas en eventos culturales, deportivos los negocios comerciales influyan en el desarrollo del negocio.

Cabe mencionar esta investigación permitió identificar la realidad en la que se encuentran los negocios comerciales y la influencia de los factores externos, en este ambiente incluye a compradores y vendedores que son parte fundamental en el mercado, como tal buscan su propio interés sin tomar en cuenta los efectos externos de sus acciones, lo cual es importante conocer el estado de los negocios para así generar alternativas de desarrollo en el comercio y medidas correctivas para los afectados

Por lo tanto, la investigación permitió conocer qué tipo de externalidades influyen en el sector comercial en la ciudad de Tulcán. La intervención de autoridades locales se convierte en un eje principal en el desarrollo y búsqueda de nuevas oportunidades de éxito para el crecimiento económico. Es importante porque sirve como guía para mejorar constantemente el sector comercial enfocado a acciones correctivas.

1.4 Objetivos y preguntas de investigación

1.4.1 Objetivo general

Analizar las externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán, periodo 2017 - 2018.

1.4.2 Objetivos específicos

- Profundizar los fundamentos teóricos de la naturaleza de las externalidades y los negocios comerciales como parte del bienestar del comercio.
- Establecer las externalidades que se encuentran en el entorno e influyen en los negocios comerciales de la ciudad de Tulcán.

- Definir que externalidades influyen de manera positiva o negativa en los negocios comerciales de la ciudad de Tulcán.

1.4.3 Preguntas de investigación

¿Cuáles son los fundamentos teóricos de la naturaleza de las externalidades como parte de la economía del bienestar?

¿Qué tipo de externalidades influyen en los negocios comerciales en Tulcán?

¿Qué impacto tienen las externalidades los negocios comerciales?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes investigativos

Para el desarrollo de esta investigación se hizo una revisión a estudios nacionales e internacionales referente al tema, fue de gran importancia consultar en fuentes secundarias para contrastar y comparar resultados de investigaciones que permitieron entender las externalidades y su influencia en el sector comercial.

El crecimiento económico como parte de las externalidades dinámicas en México

Como punto de partida, se encuentra “*Externalidades Dinámicas y Crecimiento Desigual en la Economía Mexicana*”. Este permitió entender y relacionar la naturaleza de las externalidades que se encuentran presentes en la apertura comercial, escrito por Adrián Osorio (2014), lo cual concluye que “la dinámica de las externalidades permite apreciar que las actividades regionales se han apropiado en gran medida de los beneficios de la apertura comercial”, mismo que contribuye al mejoramiento de una economía más dinámica en relación a las actividades de negocio, por esta razón se toma en cuenta a estudiar a los negocios comerciales, porque aportan al crecimiento de una economía más activa.

La investigación, permitió entender la dinámica de las externalidades, en el ámbito comercial de la ciudad de México, que buscó disminuir la desigualdad social, para fomentar la competencia y proveer condiciones favorables al desarrollo económico. Es así que se toma en cuenta a nivel local la aplicación de igualdad y tratados que logran dinamizar las actividades de comercio, más aún en conocer cómo influye la equidad social para el bien común.

Vladimir Rodríguez, en su artículo científico hace referencia a “*Fallas de mercado y regulación económica: ¿la regulación ejercida por el gobierno permite lograr un mejor funcionamiento en los mercados?*” (2013) concluye que “la regulación ejercida por el gobierno puede y suele desempeñar un papel importante con la finalidad de lograr un mejor funcionamiento de mercados siempre y cuando constituya un instrumento que facilite y vigile la libre competencia”. Dicha investigación aportó a tener una visión general de la situación real de los mercados y la dinámica de funcionamiento, siendo un factor fundamental para el logro de un equilibrio entre el bienestar social y una economía estable, a través de la intervención de los gobiernos.

Contribuye al presente estudio porque hace un acercamiento a la realidad de las fallas de mercado y la intervención que tiene el Gobierno para corregir las imperfecciones ocasionadas por la presencia de una externalidad, con el fin de la búsqueda de un bien común y sobre todo el equilibrio de la economía. Hoy en día la participación del Estado en la regulación del mercado y empresas privadas es un aspecto importante para conseguir el éxito, logrando así el buen funcionamiento de los mismos.

Externalidades de Ecuador en el sector comercial

Dentro de este marco de investigación Garabiza, Sánchez & Casanova en su artículo científico “*la internalización de las externalidades empresariales en Ecuador*” (2017), afirman que “las externalidades dependen del régimen político -económico porque el gobierno de turno tiene por un lapso de tiempo poder y en él recaerá la decisión política” (Pp. 45-62). Es decir, aporta en la investigación en la identificación de las fallas del mercado que puede disminuir el impacto de externalidades a través de la internalización de los factores externos, tales como la intervención del gobierno de turno.

Con respecto a la realidad de frontera Duque Cindy en su investigación “*Estudio del comercio fronterizo Ecuador-Colombia: casos de las redes informales (2012-2014)*” del año (2015), permitió observar el análisis sobre el rol del comercio, acuerdos e intercambio comercial de Tulcán -Ipiales en los productos. Aportó a la presente investigación, en argumentar el porqué de los negocios se encuentran deprimidos por factores externos como la devaluación del peso colombiano, bajos ingresos en las ventas, es decir la crisis que atraviesa el sector comercial, que permite a los negocios sean más competitivos, para brindar un mejor servicio a los ciudadanos locales y extranjeros. La información aportó porque se toma en cuenta el comportamiento de consumo, la devaluación del peso colombiano, la comercialización de mercadería entre comerciantes.

Se tiene como referencia el libro “*El comerciante Inteligente*” escrito por los autores: Carvajal L. Quinde F. & Urgilés G. (2017) permite observar el análisis realizado al sector económico de Tulcán, destacando que por su situación geográfica siempre ha atravesado por situaciones difíciles en el ámbito comercial, un acercamiento al entorno financiero que permita a los diferentes sectores económicos continuar con sus actividades.

El aporte está enfocado en como los habitantes de la ciudad de Tulcán y comerciantes se han visto beneficiados por los financiamientos por instituciones financieras para la creación de una actividad económica o iniciar sus emprendimientos, de esta forma solventar los gastos de cada una de las familias, este libro hace un énfasis en un aspecto importante, el nivel de endeudamiento que adquieren los comerciantes, tomando en cuenta que las actividades se ven afectadas por las actividades comerciales del vecino país de Colombia ya sea por la devaluación o por el contrabando existente.

Se toma en cuenta el artículo “Alternativas para reactivar la economía del Carchi: Marketing de servicios” Escrito por Cordero (2016) destaca una economía fronteriza que ha sido impactada negativamente desde el año 2015, enfatiza la importancia del valor del marketing de servicios, de manera específica “atención al cliente” es decir que las personas no compran servicios, sino “compran experiencias” su importancia radica en ganar nuevos clientes y aumentar la fidelidad de los mismos. Ya que un consumidor satisfecho, genera efectos positivos.

El aporte a la investigación da realce al estudio porque toma en cuenta al comercio en una zona de frontera, planteando interrogantes con la finalidad de determinar acciones de fomento y crecimiento, para la rentabilidad del negocio. En relación a la “atención al cliente” se obtiene como ventaja competitiva porque los negocios comerciales al estar afectados por economías externas tomen en cuenta esta alternativa que influye dentro del giro del negocio, como un factor importante para mantener clientes y sobre todo lograr el éxito esperado.

Otra investigación sobre, “*La internalización de externalidades ambientales y su impacto en el desarrollo económico en el sector textil en la parroquia del Tambo, cantón Pelileo en la provincia de Tungurahua en el año 2012*”. Realizada por Gabriela Paulina León Burgos (2015). Concluye que “la interrelación entre la economía y medio ambiente se encuentran conectados directamente por la producción y las actividades económicas”. El estudio de la internalización de externalidades ambientales, como empresa es responsabilidad de cuidar el medio ambiente en relación a la producción; Es importante tomar conciencia de la protección de los recursos naturales, ya que de esto depende la calidad de vida de los ciudadanos.

En sí, el aporte de esta investigación es primordial, porque se evidencia explícitamente el tipo de externalidades que afectan a las empresas, con esta investigación se hace un

acercamiento al tipo de externalidades que se presentan en el ámbito empresarial, da a entender cómo medir el impacto en sus actividades, además, hace hincapié a una recomendación para las empresas deben producir la cantidad demandada sin afectar la calidad de vida de los ciudadanos.

Se menciona la investigación de Horna, Guachamín & Cevallos en su artículo científico “*Análisis de mercado del sector comercio al por mayor y al por menor, código CIIU sección G, bajo un enfoque de concentración económica en el caso ecuatoriano durante el periodo 2000-2008*” quienes concluyen que “la actividad comercial a nivel mundial constituye un sector muy importante dentro de las economías de los diferentes países, tanto en el ámbito económico, como en el social por la generación de empleo que produce”. Sin embargo, la actividad comercial ha tenido niveles bajos de crecimiento impidiendo de tal forma el logro de una estabilidad en el sector, a pesar de ser una de las actividades que aporta al crecimiento del PIB de los países.

La investigación aporta al presente estudio porque analizó en especial al sector del comercio con la particularidad de la intervención de políticas públicas que fomenten la producción nacional con esto contribuyan al desarrollo de los comercios con la venta de productos nacionales, de esta forma se logra incremento de empleo y sobre todo la calidad de vida de la población.

En resumen, las investigaciones citadas anteriormente, evidencian la necesidad de estudiar el tipo de externalidades, tanto positivas como negativas, que se encuentran presentes en las actividades comerciales en Tulcán. Además, concientizar a los agentes económicos, y la posibilidad de generar políticas públicas que permitan mejorar la economía y desarrollo de la ciudad.

2.2. Marco de teórico

Las externalidades son afecciones a terceras personas de manera positiva o negativa, forman parte del análisis en la economía del bienestar. Un fallo de mercado es cuando no existe eficiencia en el mercado e impiden que se maximice los beneficios a la población conocido como externalidades. Es importante investigar las externalidades que se presentan en relación a los locales comerciales para mejorar el bienestar del sector. A continuación, se sintetizan las aproximaciones teóricas de la investigación, que darán validez a la misma.

La figura 1 muestra la relación que tiene las externalidades con los fallos de mercado y con la teoría del bienestar.



Figura 1. Externalidad de lo general a lo particular

La economía del bienestar explica que en todos los mercados se establece un punto de equilibrio donde el total de la población se debe beneficiar por la riqueza y los recursos de un país, además, se genera una igualdad de producción y la posibilidad de que la sociedad pueda participar en las transacciones del mercado. Desde los supuestos de la economía del bienestar pretende dar respuesta a los fallos de mercado.

Para un proponente del análisis de equilibrio como Keynes (citado en Morales, 2014) el ingreso nacional es igual al consumo más el ahorro, es decir, el ahorro es igual a inversión. El equilibrio existe cuando la demanda efectiva es igual al precio de la oferta de la producción. Así el crecimiento de la economía depende fundamentalmente de las nuevas inversiones.

Cuando existen desigualdades, Schiller (2010) los fallos de mercado son una consecuencia negativa del funcionamiento del mercado y se produce cuando este no es eficiente en la asignación de los recursos disponibles, las cuatro causas principales de los fallos de mercado son:

- Los bienes públicos
- Las externalidades
- El poder de mercado
- La equidad

Para la investigación se tomó como referente de estudio las externalidades considerando que son parte de los principales fallos de mercado. Para lo cual, se conoce como consecuencias derivadas de la actividad económica que afecta a terceras personas.

2.1.1. Aproximaciones teóricas de la economía del bienestar y los efectos en los negocios comerciales

Esta teoría se ocupa de explicar el nivel de bienestar social, para el caso desde los supuestos de la economía del bienestar se hace un acercamiento a la influencia que tienen los factores externos e internos en los negocios. En sí, la economía del bienestar establece criterios de direccionamiento a la intervención por parte de los Gobiernos.

Para Pigou desde su libro *The Economics of Welfare* (1920) es clave que la intervención de los Gobiernos promueva el bienestar social, para eso se planteó tres criterios de direccionamiento:

- Redistribución del ingreso
- Divergencia entre los costos y beneficios privados y sociales
- Incremento de ahorros en la economía

Por lo anterior, las personas prefieren una satisfacción presente más que una futura. El bienestar social se ven afectados por factores internos y externos, a través de los cuales se mide el porcentaje de influencia en la calidad de vida de la sociedad, la intervención de los Gobiernos en la búsqueda de soluciones para el ámbito económico. El termino bienestar hoy en día sigue siendo un aspecto importante, mismo que incluye la equidad y la eficiencia en el desarrollo de actividades que generen un beneficio positivo a la sociedad.

Salvatore (2008) afirma que la ciencia del bienestar: “estudia las condiciones en las cuales la solución de un modelo de equilibrio general puede ser la óptima de Pareto. Esto requiere, entre otras cosas, de una asignación óptima de los factores entre las mercancías, y una asignación óptima de las mercancías (es decir, la distribución del ingreso) entre consumidores” (p.401). La intervención de los gobiernos locales a través de políticas públicas ayuda a corregir falencias encontradas en la investigación, esto se pudo evidenciar con la aplicación de la canasta transfronteriza como una solución favorable al sector comercial.

Por lo anterior, cuando se habla “del óptimo de Pareto se entiende como el beneficio a los ciudadanos cuando la distribución, producción y consumo mejoran la situación sin perjudicar a terceros, es así, que el resultado del mercado favorece a compradores y vendedores. Sin embargo, las decisiones afectan a otras personas que no participan en el

mercado, de tal manera que si todos los mercados son perfectamente competitivos la asignación de los recursos serán eficientes.

Al hablar de economía de bienestar, es importante mencionar a Martha Nussbaum, quien es una de las pensadoras más contemporáneas que explica cómo una sociedad puede utilizar recursos de la psicología humana, beneficiando así a una externalidad positiva. La presencia de universidades de acuerdo con la investigación, dio como resultado que, el aporte significativo al desarrollo económico con una sociedad educada genera mayores beneficios, el conocimiento como parte principal de las diferentes actividades emprendidas en Tulcán.

En este sentido Amartya Sen, quien se preocupó por el “Índice de Desarrollo Humano” (IDH), el cual incorpora el ingreso de la población de un país un conjunto de factores tales como la educación, la salud, la seguridad, la descentralización y la discriminación por género; se tomó en cuenta estos aspectos, puesto que se preocupan por la calidad de vida de las personas porque en ella se mide el desarrollo económico de un país, con la investigación se evidencia que Tulcán es una ciudad que tiene como actividad principal al comercio, haciendo de esta una fuente generadora de ingresos.

2.1.1.1. Intervención del Estado para reducir las fallas de mercado

Se produce por las imperfecciones del mercado (oferta y demanda), es decir cuando la asignación de los recursos disponibles no es eficiente, en ello se encuentran las externalidades, hacen que el mercado se afecte de manera positiva o negativa, esto conlleva a la intervención del Estado en la economía, para el desarrollo del bienestar social, sin embargo, el Estado puede intervenir para corregir las desigualdades, pero no siempre se puede llegar a un común acuerdo o hacer desaparecer estas fallencias. Es necesario tener en cuenta para el desarrollo sostenible factores como: social, económico y medioambiental.

Las fallas de mercado se producen cuando los recursos están mal asignados en forma ineficiente. Según Case & Fair menciona que “El resultado es desperdicio o una pérdida de valor (...) las causas más importantes son: estructura imperfecta del mercado o su comportamiento no competitivo, la existencia de bienes públicos, la presencia de costos y beneficios externos y la información imperfecta” (p. 312). Es decir, el mercado libre genera una sub-producción en relación a la demanda de productos que conduce a una pérdida del

bienestar social, poner énfasis en las políticas públicas, como un correctivo a las falencias existentes en el entorno, logrando un beneficio colectivo.

a. Externalidades de los bienes públicos

Mencionar los bienes públicos como externalidades es por la relación de beneficio que estos generan al momento de hacer una transacción entre oferente y demandante, en sí, los bienes públicos benefician a la comunidad independientemente de si desean o no comprar, el mercado no puede proveer los bienes públicos, por eso las principales tareas del Estado es su provisión. (Mochón & Carreón , 2011, p.328).

Los bienes de naturaleza pública también se ven afectadas por las externalidades, frente a esto, se considera una externalidad de carácter positivo la misma que brinda beneficios a la sociedad, al estar producidos tanto en el sector público como en el privado. (Mankiw, 2015) pone a consideración que “los bienes públicos de la economía se asignan en los mercados, se da una negociación entre el titular de un bien y un tercero que quiere adquirirlo. Esta negociación conduce al establecimiento de un precio, que satisface a ambas partes y permite la transacción”.

Por lo anterior, Un bien público está a disposición tanto para gran cantidad de personas como para una sola, por ejemplo: la seguridad, salud, recolección de basura entre otras, son consideradas como bienes públicos porque a través de estos el gobierno trata de corregir las falencias que existen dentro de la sociedad, es necesaria la intervención del Estado para poner en equilibrio las situaciones que afectan a la sociedad, de tal manera que el sector publico al preocuparse por el bienestar social permite una sociedad más beneficios .

a.1. Conceptualización de Externalidades

Una externalidad afecta a terceras personas que realizan una transacción económica, estas pueden ser de afección positiva o negativa, se presenta directa o indirecta, en las actividades comerciales provocando un mejor desempeño en el sector entre las cuales se ha identificado que en Tulcán y para el sector comercial se encuentran las políticas públicas, eventos culturales, sistema financiero, educación superior, realidad de frontera como principales factores que intervienen en el desarrollo de Tulcán.

Nicholson (2011) afirma que: “Las externalidades ocurren porque los agentes económicos tienen efectos en terceros, los cuales no quedan reflejados en las transacciones del mercado.” Los fabricantes de productos químicos que arrojan humos tóxicos sobre sus vecinos, los aviones que despiertan a la gente o los automovilistas que arrojan basura en las carreteras son, desde el punto de vista económico, agentes que desempeñan el mismo tipo de actividades; es decir, tienen un efecto directo en el bienestar de otros el cual queda fuera de los canales directos del mercado.

Una externalidad se presenta cuando se ven afectados dos agentes económicos, el porcentaje de afectación depende de la actividad, estos efectos son indirectos dentro del consumo. “Una externalidad ocurre siempre que las actividades de un agente económico afecten a las actividades de otro agente de una forma que no se refleje en las transacciones del mercado” (Nicholson, 2011, pág. 587).

Análisis de Externalidades en el sector comercial

Se analizó en base a la rama de la economía del bienestar, y fallas de mercado porque en ella se derivan las diferentes externalidades a fin de estudiar las relacionadas al sector comercial en la ciudad de Tulcán, siendo el estudio de la asignación de recursos parte de la búsqueda de igualdad a través de las acciones económicas en beneficio de la sociedad. En el sector comercial las externalidades positivas generan mayor nivel de venta. Además, los consumidores y productores actúan según la demanda local.

Para un mejor análisis de las medidas correctivas de las externalidades negativas se toma en cuenta los impuestos Pigou y derechos de propiedad (teorema de Coase). El primero se enfoca sobre el impuesto al contaminador, mientras que el segundo considera que, si las partes afectadas pueden negociar sin ningún coste sin incurrir en ningún costo el resultado eficiente y resolver por si solo el problema de externalidades. A continuación, se indica los factores externos que influyen en los negocios comerciales a considerarse para el análisis, cabe mencionar, se tomó aquellas que se asemejen más al estudio que esten estrechamente dirigidas al sector comercial.

Tabla 1. *Externalidades potenciales en el sector comercial de la ciudad de Tulcán*

Externalidades	
• Inversión en vías de transporte.	• Inseguridad en la ciudad.
• Eventos culturales de la Casa de la Cultura en Tulcán por ejemplo los grupos de ballet, danza.	• Atención al cliente
• Eventos deportivos las carreras atléticas organizadas por instituciones públicas y privadas.	• Locales que ofrecen el mismo servicio de consumo en los negocios.
• Turistas que visitan del vecino país de Colombia.	• Planificación en inventario de productos.
• Sucursales de supermercados como “Supermercado Akí”.	• Regulaciones excesivas que causan aumento de costos.
	• Regulaciones y costos.
	• Educación superior como: universidades públicas y privadas.

Fuente: Información obtenida de revisión bibliográfica (periódicos, libros, revistas)

Una vez realizado el listado de externalidades que podrían aquejar al sector comercial, se evidencia la relación de los agentes económicos, las oportunidades tanto para negocios y la ciudad. Para el comercio se tomó en cuenta porque ayuda al crecimiento y desarrollo socioeconómico local. Se agrupó en componentes las afecciones que se refirieron al sector del comercio en Tulcán, para posterior levantamiento de información, esto permitió la identificación de las causas que incurren en el cierre de los locales comerciales.

Clasificación de potenciales externalidades en las actividades comerciales de Tulcán

Las externalidades se clasifican de acuerdo al entorno investigado para este caso se hace mención al sector comercio en la ciudad de Tulcán, se las puede encontrar de tipo positivas o negativas, en las actividades económicas, además están involucrados dos agentes, tanto oferente como demandante que forman parte del mercado a través de afectaciones a terceras personas que realizan la actividad.

b. Conceptualización de externalidades positivas

Dentro de este marco, una externalidad positiva se da cuando la relación entre una organización y terceras personas ocasiona la generación de beneficios comunes. Causando efectos positivos en las actividades que desarrollan, se presentan a nivel de comercial o directamente a las personas que adquieren el producto. Xercavins, Cayuela, Cervantes & Sabater, (2005) “Las externalidades positivas, que serían la producción por parte de un

agente de bienestar en otro agente sin compensación económica, como por ejemplo la experiencia que adquieren los trabajadores (sino se compensan con sueldo bajo), las infraestructuras e inversiones públicas del Estado” (p. 127)

De igual manera son consideradas positivas porque están en la línea de la “economía de bienestar” mediante la eficiencia económica de los recursos. En este sentido se incluye los servicios básicos por parte del estado como la sanidad, educación, seguridad ocasionando así el bien común para los habitantes. Por lo tanto la iniciativa del sector público se financia con fondos públicos a través de la administración favorable de quien administra, mientras que la iniciativa privada los beneficios son lucrativos para los asociados.

c. Conceptualización de Externalidades negativas

Las externalidades negativas afectan a personas que están relacionados en el entorno empresarial, debido a los factores que intervienen en la producción o consumo de bienes, afectando el bienestar social, es así que “El impacto de los costos o beneficios que recaen sobre la sociedad y el ambiente, a consecuencia de una actividad económica no están incluidos en la estructura del precio del producto que los ocasiona” Pampillón (2011). La externalidad negativa se da cuando las decisiones tomadas afectan indirectamente a terceras personas.

Descripción de externalidades en el comercio

Es preciso mencionar las externalidades afectan a terceras personas mediante el beneficio social. Vienen a ser una ventaja o desventaja por el hecho de influir en la calidad de vida de otras personas, generando beneficios o pérdidas de oportunidades, está relacionado como el mercado de bienes y servicios, entre empresa y familia.

- ***Educación superior y su rol en la economía***

Con la investigación se hizo hincapié en la educación superior, porque fue parte de los seis componentes a medir dentro de las afecciones, es primordial porque la influencia de la creación de universidades genera mayor dinámica económica, considerando que las universidades contribuyen al mejoramiento y competitividad de la sociedad en general, para el caso de estudio de la ciudad de Tulcán.

Otorga un beneficio, para el desarrollo generando mayor productividad y mejores ingresos, para Delgado (2013) refiere que la educación está considerada como un pilar fundamental en la cual los seres humanos se integran a la sociedad que permite un progreso económico y cultural, para una mejor distribución de las riquezas (p. 4).

De acuerdo con investigaciones, se evidencia que la creación de universidades, se convierte en pilar fundamental para el logro del crecimiento económico. Las nuevas generaciones de profesionales contribuyen a una mejor dinámica en los sectores empresariales que aportan con sus conocimientos en una organización y empresa, así logran un amplio desarrollo, que ayudan a una mejor calidad de vida de la población en general. Así mismo en las externalidades positivas de consumo Parkin (2006) menciona que:

El conocimiento es producto de la educación e investigación. Para analizar la economía del conocimiento es preciso distinguir entre beneficio privado y beneficio público. El *beneficio privado* es aquel que recibe el consumidor de un bien o servicio. El *beneficio marginal* es aquel que se obtiene de una *unidad adicional* (...). Esto ayuda a la ampliación de oportunidades de empleo, ingresos más altos, los graduados universitarios producen beneficios externos pues las personas con más educación tienden a ser mejores ciudadanos (p.370).

Con estos factores externos en educación superior se tiene en cuenta el sector público y privado, que beneficia a la sociedad dependiendo del consumo que se genera, el conocimiento hace que las personas sean más productivas generando beneficios externos. Esto atribuye al capital humano porque es el conjunto de habilidades, talentos y conocimientos de un individuo. La adquisición de estas capacidades implica ciertos procesos comunes: educación formal, entrenamiento en el trabajo y experiencia laboral (Schultz, 1970). Es así que contribuye al desarrollo económico, afectando positivamente.

- ***Influencia de la Realidad de frontera***

Tulcán al ser una ciudad fronteriza se constituye objeto de estudio para la determinación de la influencia de externalidades, como afecta al crecimiento y desarrollo de los locales comerciales, la afección o contribución a la economía carchense y en especial a Tulcán. Esta zona se ha caracterizado por la dinámica entre el vecino país Colombia y Ecuador, a pesar

de esto la investigación permitió dar respuesta a las creencias de los comerciantes de si las políticas devaluatorias, contrabando afectan a los negocios de Tulcán.

La realidad de frontera es la zona intermedia entre dos o mas países que se delimita, este con lleva al intercambio de orden económico, político, social y cultural. Velasco (2011) afirma que las fronteras son testigos permanentes del comercio que se desarrollan entre ellas. Es así que la dinámica comercial influye el tipo de cambio, contrabando y seguridad. Entendiendose que el tipo de cambio es la relación entre el valor de una divisa y otra. El contrabando es la entrada o salida de mercaderias sin el control de la Administración Aduanera, incurriendo en evasión de impuestos por ingreso o salida de mercancía inportada afectando a la producción nacional, además, de la fuga de divisas que ocasionan las compras en otro país.

- ***Política pública de los Gobiernos seccionales***

Se entiende como la acción de autoridades públicas, a través de programas que se desarrollan en función de un problema o situación del entorno, para atender las necesidades de la población. Son leyes que pemiten el mejoramiento de las funciones del Estado, estableciendo espacios de trabajo con los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Gobiernos locales, en las que se incluyen a la sociedad y mercado, con esto se logra mayor equidad en la sociedad y de manera especifica el comercio.

Aguilar & Lima (2009) citado por Manuel Canto (2002) manifiestan que las políticas públicas son: acciones tendientes a la solución de problemas públicos, definidos a partir de la interacción de diversos sujetos sociales, que pretenden utilizar de manera más eficiente los recursos públicos y tomar decisiones a través de mecanismos democráticos, con la participación de la sociedad (p. 8). Es decir son planes implementados por el Gobierno para cumplir con los objetivos propuestos.

Se atribuye la implementación de acciones bajo reglamentos de manera eficiente que benefice a diversos sectores de la sociedad. Larrue (citado Ordoñez, 2003) considera que las políticas públicas son “una concatenación de actividades, decisiones, o de medidas coherentes, por lo menos en su intención y tomadas principalmente por los actores del sistema político- administrativo de un país, con la finalidad de resolver un problema colectivo.

Como parte de la intervención del Estado se destaca la inversión realizada por los Gobiernos en cuanto a creación de vías, mismas que aumentan en un gran porcentaje la dinámica comercial entre provincias, es así que ha contribuido y mejorado la economía de los ecuatorianos mediante el desarrollo de vialidad, en ese contexto las carreteras fueron complementadas con la construcción de puentes emblemáticos, esta inversión beneficia a la sociedad. Es decir, que la inversión realizada en construcción o adecuación de carreteras es fundamental para el desarrollo de potencialidades dentro de un territorio, se incrementa entrada de nuevos consumidores, al estar las vías en buen estado los productores y comerciantes transportan de manera óptima sus productos y se incrementa el turismo, siendo esta un nuevo potencial de ingresos para la economía del país.

- ***Eventos culturales en la dinámica comercial en Tulcán***

Las jornadas culturales también se convierten en potencial generador de ingresos para los Gobiernos, por ello se debe buscar estrategias que permitan atracción de turistas a través de eventos culturales, no se debe dejar pasar por alto cada una de las celebraciones con el único fin de promover la visita de turistas, incrementando el beneficio económico en la colectividad.

Es importante recalcar que los eventos culturales también forman parte de la dinámica comercial, el desarrollo de un evento aporta al progreso de las actividades sociales. Martínez (2013) afirma: “Las jornadas culturales que promueve el Gobierno Provincial del Carchi (GPC) y la Casa de la Juventud, narran la historia ecuatoriana. El propósito es difundir la cultura ecuatoriana y promover la historia del país, más en los pequeños”.

Con la investigación se identificó cuales son los principales eventos que contribuyen en el desarrollo económico de la ciudad de Tulcán, los comerciantes deberían aprovechar estas oportunidades como un incentivo para incrementar las ventas, la atracción de clientes para un mejor desarrollo de la ciudad, el Carnaval del Sol es uno de los eventos culturales que fue implementado para incentivar el comercio en la ciudad de Tulcán.

- ***Supermercados fuentes principales de ingresos en Tulcán: abastos***

Los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán, se han convertido en la fuente de ingresos de los ciudadanos, esta actividad es importante aprovechar las ventajas competitivas que tiene el sector comercial al ser una actividad con altos aportes a la economía del país.

Los supermercados benefician a los consumidores, en los cuales se dispone a empezar las actividades, en este caso la ciudad de Tulcán cuenta con una sucursal del supermercado más grande del país (supermercado “Akí Tulcán”) son grandes superficies que permiten la generación de empleo, bienestar de la sociedad, mayor consumo. Por lo anterior, las externalidades positivas logran mejorar la economía. Es importante aprovechar estas situaciones que se brindan debido a que mejoran la calidad de vida de las personas, y aumenta el crecimiento de las actividades empresariales. El gran impacto causado por estas externalidades hace que las economías se vuelvan más competitivas dentro del ambiente local.

Además, como efecto positivo se encuentra el sector de turismo. En la ciudad de Tulcán se difunde el patrimonio cultural, esto requiere de recursos gratuitos o bienes públicos, para poder satisfacer las necesidades de los turistas García (2017) manifiesta que “El ochenta por ciento de los servicios turísticos están en Tulcán, en los demás municipios se organizan ferias gastronómicas, opciones que se pueden recorrer en el cantón Montufar, el museo paleontológico de Bolívar, el campo santo tulcanense, entre otros”, esto hace que la provincia del Carchi sea conocida como un gran potencial turístico del Ecuador.

- *Atención al cliente como determinante de los comercios*

Es evidente que lo mejor es escuchar al cliente, darles una atención personalizada. En la ciudad de Tulcán, es necesario tomar en cuenta al cliente, el objetivo principal de los comerciantes debe ser mejorar la calidad del servicio. Investigaciones muestran que la atención al cliente en Tulcán no es la mejor por parte de los comerciantes, una solución es la implementación de una campaña de marketing para lograr las ventas deseadas y lograr los objetivos de su negocio.

La atención al cliente es necesario, es un proceso de comunicación entre vendedor y comprador en el sector comercial, para Palomo (2014) menciona que a través de la atención al cliente se intercambia ideas actitudes miradas, gestos, opiniones entre dos o más sujetos (p.2) es decir que el ser humano es ente de comunicación, por tal motivo al realizar una transacción de compra y venta influye en las ventas de los negocios.

En la ciudad de Tulcán algunos propietarios de negocios y vendedores no tienen un buen conocimiento de como tratar a un cliente, a pesar de las capacitaciones que se dictan por

parte de instituciones públicas y privadas, los comerciantes no mejoran la calidad de atención esto impide que el consumidor/cliente no pueda adquirir un producto, lo cual, provoca una externalidad en contra porque las ventas bajan, pues la primera impresión que se lleva un cliente se da por el trato que este recibe por parte de la vendedor. Kotler (2009) afirma: La atención al cliente es “Maximizar el valor para el cliente, significa cultivar una relación de largo plazo con él”. En otras palabras, el prestar una buena atención al cliente permite mantener clientela fiel y aporta a un marketing boca a boca y el local sea recomendado a otros.

Por lo anterior, es necesario el análisis de atención al cliente, pues a través de esto se puede evidenciar la forma en que afecta dentro de los negocios. En general una mala atención por parte del vendedor genera mala impresión del negocio. Es importante considerar que es la base fundamental para el desarrollo y crecimiento para la empresa, no se debe pasar por alto el compromiso que el negocio tiene con respecto a satisfacer necesidades de sus consumidores.

- ***Tipo de cambio competitividad en Tulcán***

Tulcán es una ciudad de frontera, en estos últimos años el tipo del cambio con el vecino país de Colombia no esta a favor por la devaluación de su moneda (peso colombiano) este se ha convertido en un potencial y atractivo para los clientes ecuatorianos, implicando una disminución en las ventas de productos ecuatorianos, al ser el dólar una moneda fuerte los clientes optan por conseguir más productos a un menor precio.

El tipo de cambio se a convertido en la parte esencial para el desarrollo económico es así que. El Banco Central del Ecuador (2016) afirma: “La depreciación de las monedas de los países competidores conduce a una pérdida de competitividad del Ecuador en los mercados internacionales y hace que los productos importados sean más atractivos en el mercado doméstico, lo cual se pueden implementar distintas medidas para salvaguardar la economía nacional y prevenir desequilibrios de tipo de cambio o de balanza de pagos”.

En relación a los tipos de cambio, la devaluación de las monedas de los países provoca una inestabilidad en la economía. En el caso de Ecuador, en especial del cantón Tulcán, ha afectado mucho la política aplicada por el vecino país de Colombia, alterando la dinamica comercial y productiva, convirtiendose en uno de los factores que impiden el desarrollo de la economía local.

- *Competencia entre locales*

En la ciudad de Tulcán se puede señalar que hay varios locales que ofrecen el mismo producto siendo este un aspecto negativo, en sí cada uno de ellos se convierten en competencia directa de los locales aledaños, impidiendo de cierta forma fidelizar clientes e incrementar las ventas, es así que los clientes optan por conseguir el mismo producto en un local similar. Al existir esto los propietarios incurren en una reducción de precios, sin ser la mejor opción para el desarrollo de las actividades comerciales.

Dicho de otra manera se trata de la diversidad de oferta que se encuentra en el medio, es así que. Mankiw (2002) define, la oferta o cantidad ofrecida, como: "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender; es decir, la oferta es la capacidad que tienen los negocios para ofrecer un producto y este sea llevado a la comercialización y consumo. Así mismo se puede identificar que la oferta viene dada por la posibilidad y capacidad instalada de los negocios o empresas.

La demanda de bienes está enfocada a las necesidades de los clientes, un producto o un servicio para que sea factible debe cumplir con las características básicas que busque el cliente, esto depende de los gustos y preferencias que tengan los consumidores. Es así que, mencionamos a Fischer & Espejo (2004) "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

Así mismo se puede considerar que una demanda de cualquier producto se ve afectada por la valoración que pongan los clientes al producto esto dependen los gustos, preferencias, cada cliente es un referente para los comerciantes y productores pues con ello priorizan aquellos productos que son más adquiridos.

En cuanto a localización viene enfocada a el lugar en el que se encuentra. Krugman (2015) afirma: "Las empresas no se localizan de forma uniforme sobre el territorio, sino que tienden a concentrarse en determinadas áreas, con el objetivo de aprovechar los beneficios que surgen de localizarse cerca unas de otras. Estos beneficios, conocidos como economías de aglomeración están relacionados con el mejor aprovechamiento de las economías de escala y de alcance en los lugares en los que, o bien coexisten muchas empresas de sectores relacionados, o bien se encuentran cercanos a los grandes núcleos de población o actividad económica".

Por lo anterior, se puede definir que la alta densidad está enfocada en la ubicación de los negocios, por lo general los negocios se encuentran en un mismo sector, siendo esto no muy beneficioso pues terminan convirtiéndose en competencia, es importante mejorar la ubicación para de esta manera obtener un beneficio colectivo y no individualista. Lo idóneo para estos casos no debe ser copiar las actividades de otro, si no más bien convertirse en un complemento de éste, esta sería una de las soluciones más acertadas para el desarrollo y crecimiento de los locales comerciales en Tulcán.

d. El Teorema de Coase con un acercamiento a la realidad comercial

El teorema de Coase es una consecuencia de una externalidad. Este teorema manifiesta que las partes interesadas como los agentes económicos, pueden llegar a un acuerdo en benéfico de mejorar el bienestar de los ciudadanos. Mochón & Carreón (2011) señalan que, el teorema de Coase establece que si los individuos tienen capacidad para negociar sin costo el derecho a realizar actividades que causen externalidades, encontrarán soluciones eficientes a los problemas que éstas producen. Por eso concuerda que si los afectados se ponen de acuerdo por un solo objetivo serán beneficiados.

Según Krugman, Wells, & Olney (2007), “En un mundo ideal, el sector privado podría, en efecto, resolver todas las externalidades. Según el teorema de Coase, toda economía que los costes de alcanzar dicha solución sean suficientemente bajos es capaz de alcanzar siempre una asignación eficiente, incluso aunque existan externalidades. Los costes de negociación de la solución se denominan costes de transacción”.

Es así que el teorema de Coase está relacionado con el impuesto, es considerado como una regulación por los gobiernos para la generación de recursos, de esta manera les permite hacer una redistribución equitativa para beneficio de la sociedad. El pago de los impuestos se ve reflejado en cada una de las obras que son de beneficio a la sociedad.

Es el caso que, Arteaga (1997) afirma: “Es el tributo exigido por el Estado a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como generadoras de la obligación del tributo, situaciones estas ajenas a toda concreta acción gubernamental vinculada a los pagadores”.

Como podemos evidenciar dentro de las externalidades negativas, que encontramos en la ciudad de Tulcán, están las anteriormente mencionadas, cada una de ellas hacen que la

producción y el comercio se vean limitados en la ciudad, por eso se debe realizar un análisis determinado de los factores que están afectando a la productividad y generación de recursos económicos.

Se debe tener en cuenta que, las externalidades vienen dadas en muchos de los casos por regulaciones que han sido implementadas por las autoridades locales, provinciales, nacionales. También tiene mucha influencia las políticas adoptadas por el vecino país de Colombia, al ser una economía de frontera, si no hay un buen manejo de estas zonas existen problemas como el contrabando y fuga de capitales.

Impactos generados por externalidades en Tulcán:

Podemos considerar que existen externalidades en la ciudad de Tulcán, como en toda economía, estas generan impactos negativos o positivos dependiendo del contexto en el que se presentan, mencionamos algunos acercamientos referentes al tema que se han suscitado en el entorno.

Para describir las externalidades consideramos a Villarreal (2017) quien afirma: “Los productores carchenses de leche se muestran intranquilos ante las bajas ventas que se registran en el último mes. Las industrias lácteas que elaboran varios subproductos argumentan que disminuyó la demanda. El precio de este se redujo de 0,42 a 0,18 centavos, la principal razón de la baja del precio es por el contrabando desde Colombia”. (P. 12).

Se puede evidenciar como afecta el contrabando a la producción y comercialización de productos ecuatorianos, siendo esta una de las principales razones por las cuales el nivel de ingresos que tiene el cantón se ve limitado afectando los niveles de ventas e ingresos a las familias. Es necesario que las autoridades locales busquen soluciones a esta problemática.

Otra problemática presente, Según Burbano (2017) manifiesta que: “Tulcán necesita 20 litros de agua por segundo más para satisfacer la demanda que existe en 138 barrios, así como también el viejo sistema para ofertar un eficiente servicio. Una de las preocupaciones de los técnicos es la baja en los caudales que vienen desde Tufiño, producto del prolongado verano”(P. 4).

Se evidencia una de las externalidades negativas, al ser una necesidad básica está afectando a la salud de los consumidores, a su vez también provoca molestias no sólo en las familias sino también en los negocios que encontramos en la ciudad de Tulcán, las principales afectaciones estarían en los niveles de ventas ocasionando pérdidas significativas.

2.2.2 Externalidades en los negocios comerciales con Peter Drucker

Los negocios comerciales están relacionados al desarrollo económico de la sociedad mediante factores externos de manera favorable o desfavorable. Drucker manifiesta que las organizaciones deben aprovechar la eficiencia, capacidad e inteligencia del personal para potenciar su desarrollo y ser competitivos en el mercado. Es decir, los negocios deben aprovechar el personal para que fortalezca las oportunidades internas y de ahí generar actividades favorables. Así mismo, argumenta que una política económica bien definida favorece la inversión, permite a los negocios comerciales crezcan poco a poco, de tal manera que al momento de identificar la oportunidad de negocio ayuden al crecimiento y estabilidad para el buen funcionamiento.

Peter Drucker, es considerado el pensador más influyente en la administración, toma en cuenta el personal interno para poder generar factores externos positivos a través de la capacitación, motivación, liderazgo y eficiencia. En cada ámbito es necesario tener en cuenta estrategias de competitividad y productividad a través de la diversificación de ingresos que perciben los negocios comerciales, para mantenerse en épocas de crisis comercial. Dentro de los negocios comerciales el manejo adecuado de los procesos internos permite que se mejore las debilidades para el mejoramiento continuo.

La administración de los negocios influye en; los consumidores, dueños de negocios, Gobiernos. Por esta razón, es necesario conocer los factores externos en los comercios, mismos que permite tomar medidas correctivas que genere bienestar social al sector, es decir, los comerciantes cuando internalicen sus debilidades y fortalezas darán un giro al negocio asimilando una oportunidad para ampliar el mercado.

El mismo autor menciona, las estrategias de los negocios como parte fundamental en la internalización continúan el camino hacia el éxito y estabilidad, mejorando la productividad, puesto que, el desarrollo empresarial está asociado directamente con una economía más

activa, las capacidades que la empresa ha desarrollado, se obtienen como resultado las oportunidades de mercado para crecer y posicionarse en la mente del consumidor.

Drucker (1997) menciona que la economía mundial ha crecido rápidamente, reconoce la intervención de factores; los negocios comerciales al momento de realizar la transacción del bien o servicio generan de por sí una opinión al consumidor.

Drucker manifiesta que la administración eficiente del personal que labora y la gestión que se realiza en los negocios debe estar enmarcada a la innovación, que contribuye al desarrollo social y crea un entorno agradable en las empresas, es así que, la innovación es la aplicación de nuevas ideas y pensamientos creativos, visionarios que al momento de implementar al mercado se torna favorable. Además, la administración empresarial está influenciada por los diversos elementos culturales, tecnológicos, políticos y económicos, mismos que deben demostrar continuo desarrollo para afrontar los retos, siendo elementos fundamentales para la competitividad de las organizaciones frente a las perspectivas del futuro en el sector comercial.

Los cambios en función de los productos o servicios sirven como beneficio para los consumidores, para innovar no es necesario ser una gran o micro empresa, el tamaño de las organizaciones no debe ser un limitante para la búsqueda de mejoras, tanto en calidad de productos o servicios que se ponen a disposición de los clientes, permitiendo que las empresas o negocios lleguen al éxito.

Drucker (2006) la innovación es el esfuerzo que uno hace para efectuar un cambio en el potencial económico o social de la empresa o negocios sin importar su tamaño. Esta declaración posiciona la innovación como el agente para el cambio e instrumento útil del directivo. No obstante, por muy verídico que sea no recoge la importancia fundamental de la innovación para sobrevivir a la competencia (p. 23).

Por lo anterior, es importante considerar la innovación al momento de poner en marcha los negocios, de ello depende la estabilidad en el entorno empresarial y sobre todo en un futuro con oportunidades de crecimiento, se puede considerar que la innovación permite ganar un buen posicionamiento, con una alta ventaja competitiva dentro del segmento al que esté enfocada el tipo de producto a ofertarse.

2.2.3 Crecimiento económico basado en cambios tecnológicos e innovación

Joseph Schumpeter como principal mentor de los emprendimientos enfocó su teoría en los cambios causados por los diferentes factores que se encuentran en la economía, los efectos producidos por el ámbito político, social y cultural, implican la búsqueda de mejoras dentro de los comportamientos aumentando la eficiencia y productividad.

Otro de los aspectos importantes para el mismo autor, es como caracteriza el crecimiento y desarrollo económico de las naciones, sobre todo enfocado en el desarrollo tecnológico, la innovación como la búsqueda de nuevas oportunidades. Para iniciar con los cambios no se requiere de una búsqueda científica.

En cuanto a, la revolución tecnológica para el Carchi comenzó con la intervención de 222 centros educativos que fueron dotados por equipamientos tecnológicos, siendo estos centros los principales generadores de emprendimientos, el uso de las TIC's permite el incremento de niveles de calidad, eficiencia y rendimiento para los diferentes sectores. Para Schumpeter el éxito en las organizaciones se atribuye a la capacidad de innovación

En Tulcán, se hace énfasis en la búsqueda de mejoras para el sector del comercio siendo esta la principal actividad generadora de recursos. Schumpeter hace referencia en el aprovechamiento de los recursos tecnológicos, cambios de paradigmas para buscar una ventaja competitiva dentro de los mercados. Al ser una zona de frontera el flujo comercial hace que el sector se vuelva más dinámico, sin embargo, para finales del 2014 se redujo en un 80% las compras del sector por la política devaluatoria adoptada por el vecino país de Colombia, afectando directamente al comercio tulcanense. A continuación, se da a conocer los principales argumentos que Joseph Shumpeter considera para la búsqueda de una estabilidad en la economía, considerando que el comercio es una alternativa factible en la ciudad de Tulcán.

El emprendedor es considerado como una persona que busca sus propios ingresos y forma de subsistencia en la economía, es por eso que, el Ecuador es caracterizado como uno de los países con mayor emprendimiento, con 36% de emprendimiento en especial por personas adultas quienes deciden iniciar estas actividades para mejorar su calidad de vida. Cabe mencionar que, el emprendimiento nace por necesidad de mejora en sus niveles de ingresos. En la actualidad el emprendimiento se genera por varios factores como: la capacidad para

emprender, acceso a infraestructura, niveles de educación, son los principales elementos que necesitan todos los emprendedores. Lo importante para Schumpeter es que se adapten a los cambios, con innovación, así mismo, el autor no considera que el ahorro sea la clave para el desarrollo de las sociedades, sino, más bien la búsqueda del empleo con los recursos existentes.

Además, Los comerciantes Tulcanesos deberían poner énfasis en el significado de emprendedor, tomando en cuenta que es la persona que busca sostener una posición poderosa en el entorno, un emprendedor no conoce límites y busca beneficios en la satisfacción del cliente, toma en cuenta las adversidades como oportunidades de crecimiento, innovar en mínima parte contribuye en el desenvolvimiento de sus actividades. La innovación no requiere de un proceso riguroso sino, más bien por intuición propia de atraer nuevas clientelas respaldando así los propios recursos.

La actuación de los gobiernos debe ser fundamental para mantener a flote las actividades comerciales en Tulcán, con políticas públicas que influyan en la creación de espacios empresariales. El cierre de negocios ha afectado a la economía tanto de Tulcán como del Carchi, a pesar de ser un cantón con mayor influyente del sector comercial debería buscar nuevas alternativas para fomentar la atracción de clientes ya sea a través del turismo, eventos culturales o por políticas adoptadas en los Gobiernos seccionales, haciendo de este cantón más dinámico y sobre todo desarrollarse económicamente, así mismo, los comerciantes no deben simplemente quejarse de sus problemas, más bien deberían tomar en cuenta los factores que ocasionan la pérdida de clientes, y por ende la reducción en las ventas, una causa probable de este efecto es la mala atención al cliente, se debe mejorar este aspecto para retener clientes e incluso lograr nuevas clientelas.

En este aspecto, también juega un papel importante los financiamientos por instituciones financieras, haciendo que los comerciantes puedan mejorar y dar paso a la innovación, el aumento de infraestructura para los locales; así mismo, el crecimiento en los negocios a través de la variedad de productos, personal capacitado, entre otros, como diría Joseph Schumpeter la educación, innovación, capacidad de infraestructura contribuyen al mejoramiento paulatino de las diferentes actividades, y sobre todo el desarrollo de las sociedades potenciando así los mercados económicos.

La innovación debe ser parte del crecimiento de los negocios, las autoridades locales deben contribuir a los comerciantes a través de políticas públicas, por ejemplo, las medidas preferenciales que estableció el Gobierno Central para las “zonas deprimidas” como: incentivos tributarios, protección a la producción nacional evitando así la salida de la divisa, permite contrarrestar el cierre de locales comerciales. Otro aspecto que deberían tomar en cuenta es la búsqueda de oportunidades, alternativas que permitan el desarrollo y crecimiento del sector comercial. Para los comerciantes, es recomendable que opten por capacitarse en temas de marketing viral, marketing en medios y sobre todo en la buena atención del cliente de esta manera lograr la fidelización de los mismos, este último es uno de los principales aportadores de valor para los comerciantes pues contribuyen al crecimiento de clientela, fidelidad, nuevas ventajas en el mercado.

Un empresario debe ser innovador para ganar posicionamiento en el mercado es así que, Shumpeter (2005) afirma: En una situación de equilibrio las empresas remuneran todos los factores productivos, y aparte obtienen un beneficio normal derivado de su actividad. Los empresarios rompen este equilibrio gracias a la innovación, que genera unas rentas extraordinarias (por encima de lo normal) hasta volver a una nueva situación de equilibrio, donde se vuelve al beneficio ordinario.

Por lo anterior, dentro de las teorías importantes en los negocios se debe considerar la teoría del empresario innovador, misma que está enfocada en el empresario como una base fundamental para el desarrollo económico, con una principal función que está enmarcada en la innovación. De esta forma se convierte en un elemento esencial dentro de las organizaciones, es decir, la innovación y el progreso son factores básicos para el crecimiento en la economía.

2.2.3.1 El emprendimiento influye en la creación de negocios comerciales

Al hablar de negocios es importante tomar en cuenta al emprendimiento, las empresas y negocios buscan nuevas iniciativas para mantenerse en el mercado. Pensar en emprender con nuevos productos e incluso en nuevos servicios que van de acuerdo a las necesidades del segmento enfocado, es decir, se habla de búsqueda de independización de la sociedad y el desarrollo de una actividad que genere sus propios recursos.

Según Rojas (2010) menciona que el emprendimiento es una necesidad que muchos desean para ser independientes y dueños de sus propios negocios, la idea de trabajar de manera independiente comenzó en la década de 1970 con el autoempleo. La revolución empresarial ya está ocurriendo, creando microempresas y pequeñas empresas, forzando a las medianas y grandes a buscar nuevos caminos. Así mismo, los empleados de las grandes empresas están cambiando su mentalidad hacia sus propios caminos, como emprendedores que crean sus propias empresas (P. 7).

Por lo anterior, la necesidad de creación de negocios, los trabajos independientes han generado gran impacto en la economía, su importancia radica en la generación de propios ingresos en las familias. Así mismo, el emprendimiento hoy en día, se consolida como base para la creación de grandes empresas, que contribuyan a la generación de empleo y solvencia en los países.

2.2.4. Importancia de los negocios comerciales en el desarrollo económico

Las actividades comerciales dentro de la sociedad son importantes para la economía de las familias y del entorno, esto contribuye al mejoramiento social y cultural, el comercio es parte del ser humano, a través del cual los individuos de una sociedad buscan incrementar sus niveles de ingreso, el principal objetivo es mejorar la economía con el aporte significativo al desarrollo económico, estabilidad y sustento. De acuerdo con Díaz (1996), las empresas que saben potenciar la satisfacción de sus clientes y lograr que estos vuelvan a comprar una y otra vez son las que tienen éxito. (p. 31).

El comercio es muy importante porque influye en un alto índice de empleo, permite un mejor desempeño en las economías, y se ve reflejado en la satisfacción de los clientes al momento de adquirir productos o servicios. El éxito logrado por estos negocios se puede evidenciar en un futuro, la capacidad de lograr una estabilidad en el mercado, sin embargo, el éxito y la estabilidad de los mismos no se puede evidenciar a corto plazo.

2.2.4.1 Desarrollo económico en el crecimiento de la pequeña empresa

Las MiPymes son consideradas como clave para la dinamización y desarrollo de la economía ecuatoriana, aporta con generación de empleo, los ingresos que perciben mejoran al consumo en la sociedad, sin embargo, no todas se mantienen en el tiempo, los constantes retos que se suscitan en el transcurso del desempeño hacen que muchas cesen sus actividades, un factor

negativo que hoy en día se presenta en las pequeñas empresas es la adaptación tecnológica, la globalización ha impuesto nuevos retos para los pequeños y grandes comercios.

Para Rojas (2010), el crecimiento de las pequeñas empresas es un cambio largo y arduo, que no todos llegan a recorrer, pues, son muchas las empresas que cierran al poco tiempo de iniciar operaciones. Cuando hay crecimiento, se enfoca en otro mercado con el mismo producto. (p. 18)

En cuanto al crecimiento de las pequeñas empresas, se han visto afectadas porque no todas se mantienen en el tiempo haciendo que pierda poder en el mercado. Un negocio al estar en zona de frontera se convierte en oportunidad para ampliar el mercado, las MiPymes deben considerar el segmento, e internalizar que están en una ciudad fronteriza, identificando claramente contra quien se está compitiendo, así Vigo (2015) argumenta “para que la empresas funcione correctamente y alcance sus metas es importante que las personas involucradas esten informadas y compartan la visión del negocio” (p.88).

Cabe mencionar, que cuando empieza a crecer las pequeñas y medianas empresas es porque han expandido sus actividades a nuevos mercados, nuevos segmentos, que le permiten lograr un buen desempeño, generando más rentabilidad y sobre todo que tenga liquidez. Esto se produce porque las personas saben con claridad lograr resultados deseados, lo cual implica un buen funcionamiento del negocio.

2.2.5 El comerciante en zona de frontera

Es aquel que se dedica a la comercialización de productos ya elaborados, un comerciante no necesariamente debe dedicarse a la producción, también es un intermediario entre productores y consumidores, mismo que intercambia productos entre la ciudad de Tulcán e Ipiales para ofrecer los productos al consumidor final, Garrigues afirma que es el individuo con la capacidad para contratar, ejercer por cuenta propia actos de comercio, haciendo de ello profesión habitual, como tal, el comercio en zona de frontera se tornó más activo.

Así mismo, se considera un comerciante como aquella persona que se encarga de la comercialización de bienes o servicios para beneficio de la sociedad, dentro de ellos se encuentran personas que la ley les faculte ejercer esta actividad, convirtiéndose en una fuente generadora de ingresos para las familias. Cada comerciante, debe tomar en cuenta

las normas y reglamentos vigentes para que su actividad se encuentre dentro de la normativa, lo cual, al estar legalmente constituido o asociado obtiene beneficios de capacitación en el caso de Tulcán es la Cámara de Comercio, organismo que regula y controla a los comerciantes.

De igual manera, el comerciante se clasifica en comerciante individual y comerciante social, en el caso del individual son personas naturales de una empresa mercantil y comerciante social está relacionado a la sociedad de personas o asociatividad.

2.2.5. El comercio en Tulcán

Es preciso considerar a los negocios comerciales en Tulcán, por ser ciudad de frontera, la actividad comercial tiene mayor aportación en la economía local, permite una mejor comprensión en función a las externalidades mediante el intercambio de compra-venta de productos.

Un negocio comercial es aquel que realiza una transacción, donde dos o más partes intercambian bienes y servicios a una tercera persona, esto permite que exista dinámica comercial entre comprador y vendedor, a través de diferentes actividades que aportan al desarrollo en los locales comerciales. El intercambio de productos, son considerados como el intermedio de productores y consumidores, que hacen al comercio más activo en las ventas mediante externalidades como: gestión de universidades, eventos culturales y deportivos, turismo.

Un negocio comercial se puede dedicar a la distribución al por mayor y menor de diversos productos. Es decir, los negocios comerciales en Tulcán sus principales actividades están: venta de alimentos, bebidas, artículos de ferretería, prendas de vestir entre otros; dichos negocios, son aquellos dedicados a la comercialización de productos terminados, poniéndose en contacto directo con el consumidor final. Quien dirige un negocio comercial se clasifica en comerciante individual persona natural de una empresa mercantil y comerciante social esta relacionado a la sociedad de personas o asociatividad.

2.2.5.1 Comerciante individual en el negocio

Una persona que tiene la capacidad para iniciar una actividad comercial, es denominada comerciante, es decir, la decisión de construir un negocio propio lo puede hacer individual,

en muchos casos las actividades inician en grupos familiares, cada uno de los comerciantes mantienen responsabilidades y obligaciones al momento de iniciar una actividad de comercio. Goldschmidt (2009) afirma que es la persona con capacidad para ejercer el comercio, ejercita con habitualidad y en nombre propio una actividad económica dirigida a la producción o intermediación de bienes o servicios para el mercado, sea cual fuera el sector económico.

De acuerdo con el autor, el comerciante individual es una persona que tiene uso de sus facultades para desempeñar cualquier tipo de actividad económica, no depende de terceras personas, es aquella que se responsabiliza de todas las obligaciones y normativas legales, haciendo uso de sus capacidades para negociación dentro del mercado, se hace énfasis en el comerciante individual porque en Tulcán en gran parte los negocios comerciales son individuales y de poca asociatividad.

Se considera las principales ventajas de un empresario individual, mismas que no pueden ser únicas pueden existir más, de acuerdo a Ossorio (2000), pone a consideración las siguientes:

- Están sujetos a menos regulaciones en relación con otros tipos de negocios
- El propietario tiene plena autonomía respecto de las decisiones empresariales, y son fáciles de interrumpir.
- Obtienen todos los beneficios de la empresa.

Por lo anterior, se evidencia las principales ventajas que tiene los negocios, un local comercial es más fácil de ser manejado por parte de pequeños empresarios, se debe tomar en cuenta que reciben mayores beneficios si son bien administrados.

Así mismo, se presentan obstáculos en el desarrollo de las actividades conocidas como desventajas que ponen en juego el éxito de las actividades empresariales entre ellas están.

- El propietario tiene responsabilidad ilimitada sobre la empresa y deberá hacer frente a las deudas completamente.
- A medida que un negocio se convierte en éxito, los riesgos que acompañan el negocio tienden a crecer.
- Para minimizar los riesgos, el propietario tiene la opción de formar una corporación.

Estas desventajas, impiden el crecimiento de los pequeños empresarios, estas son considerados como limitaciones, los riesgos son grandes, que impide el éxito del negocio.

2.2.5.2 Clasificación del negocio comercial

Existe una gran variedad de negocios, las afecciones positivas o negativas provocadas por las externalidades pueden estar presentes en los diferentes tipos de negocios pues no todos los comercios se dedican a la venta de una sola línea de productos. Suttle (2010) pone a consideración la clasificación de los tipos de negocios en la revista web La voz de Houston de la siguiente manera:

- Tiendas de comestibles encontramos todo tipo de productos alimenticios, pueden variar su tamaño de acuerdo a la localización.
- Tiendas de mercancía general en ellas se incluyen grandes almacenes y cadenas de comercios, que comercializan variedad de artículos.
- Tiendas especializadas aquellas que venden grandes volúmenes de un tipo de producto.
- Tiendas minoristas se dedican a la compra venta de productos bajo pedido
- Supermercado es un establecimiento relativamente grande cuyo objeto es satisfacer las necesidades de los clientes con relación a los alimentos, cuidado personal y productos de mantenimiento del hogar.

Por lo anterior, se puede evidenciar que los tipos de negocios comerciales pueden variar de acuerdo al segmento y la localización en la que se encuentran, además, los negocios más comunes y de gran concurrencia son las tiendas, y supermercados; es decir, que estos negocios en su mayoría son implementados con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes o consumidores finales.

2.2.6 Impacto del tipo de cambio en las economías

La diferencia que existe entre las monedas es considerada como tipo de cambio, los bancos centrales de cada país intervienen para la fijación del precio de las monedas para que estas beneficien a la economía de cada uno de los países, para el cambio de divisas en el mercado existen algunas formas, cada uno de los cambios realizados deben estar de acuerdo a las necesidades que se mantenga al momento de hacer la conversión de las monedas.

Calvo & Reinhart (1999), consideran que: la influencia del tipo de cambio en los negocios, se añade en una visión macro, que las economías se afectan con una devaluación o revaluación de su moneda, en mayor o menor grado, lo cual depende del nivel de especialización o desarrollo poseído. Los países industrializados pueden salir sin daño alguno de una crisis de tipos de cambio, pero las economías emergentes sufren el impacto de las salidas de capitales, lo cual contrae la actividad comercial y genera conmociones económicas (pp. 13-15)

El tipo de cambio, es el precio de una unidad de moneda extranjera expresado en términos de una moneda local. Lo cual, al momento de darse esta transacción puede generar una ganancia o una pérdida a terceras personas, depende del costo por cada moneda, ya sea débil o fuerte. Además, se debe considerar el tipo de cotización que se realiza en el mercado sea para la compra o venta.

2.2.7 El consumo como parte de la dinámica en los negocios comerciales

Se considera el consumo como parte de los factores inmersos en la negociación, las ventas de los locales comerciales se convierten en una actividad constante, puesto que, con el consumo de los productos se inicia el proceso de producción es así que Lieberman A. & Sgate P. (2006) afirma: Es la acción por la cual los productos, bienes o servicios son destinados para satisfacer las necesidades de los individuos, el consumo hace que las economías se mantengan en constante actividad generando una gran diversidad de productos (P. 48)

Por lo tanto, el consumo es considerado el final de la cadena de distribución de productos o servicios, es cuando el producto llega al contacto del consumidor, el consumo depende de estrategias de marketing como publicidad para lograr el posicionamiento en la mente del consumidor. Además, es importante considerar la funcionalidad que el producto brinda al cliente para que este sea consumido y gane posición en el mercado. Es decir, cada negocio dependiendo de su tamaño, origen, infraestructura, necesita adaptarse a los requerimientos y exigencias del comprador.

III METODOLOGÍA

3.1. Enfoque metodológico

3.1.1. Enfoque

Se utilizó el enfoque cuantitativo, este se fundamenta en la medición de características en los fenómenos sociales, tales como: realidad frontera, educación superior, eventos culturales y deportivos, políticas públicas, flujo comercial y sistema financiero local, que supone derivar del marco conceptual pertinente al problema desconocimiento de las externalidades que influyen en los negocios comerciales. Se recolecto datos para probar si la hipótesis es cierta, en base a la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de establecer pautas de comportamiento y probar teorías como lo afirma Hernández (2014). Por lo tanto, se realizó una encuesta para medir la afección en escala de 1 a 5, generando así una investigación con exactitud.

3.1.1. Tipo de investigación

Para cumplir los objetivos planteados se utilizó los tipos de investigación bibliográfico, descriptivo, no experimental que permitieron un mejor análisis de datos. La investigación bibliográfica, permitió utilizar la información registrada en determinados libros como: Principios de Economía, Microeconomía con Aplicaciones a América Latina; Metodología de investigación, Estadística aplicada a los negocios, Dirección estratégica de los negocios, El Comerciante Inteligente, Memorias Seminario por inauguración del Observatorio Socioeconómico de Frontera OSEZIF-UPEC Carchi- Nariño, artículos científicos de Revistas como: Sathiri Sembrador y Visión Empresarial de la UPEC, para fundamentar el análisis teórico y contrastar con el evidencia empírica en el proceso de construcción de conocimiento.

El estudio fue descriptivo, midiendo de manera independiente los conceptos de externalidades y negocios comerciales. La investigación no fue experimental, porque no se modificó las variables, para determinar los impactos causados por los factores que están incluidos, se establece una base fundamental para posterior análisis de las influencias que estas generen dentro de la investigación.

3.2. Hipótesis

¿Influyen las externalidades positivas y negativas en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán?

3.3. Definición y operacionalización de variables

Para el desarrollo de esta investigación se sintetiza la información de las dos variables permitiendo determinar la técnica e instrumento a utilizar. La operacionalización es de gran importancia para el desarrollo porque permite realizar la medición de las variables.

V.I Externalidades: efecto externo de manera positiva o negativa en terceros.

V. D Negocios comerciales: son actividades de intercambio de productos.

Tabla 2. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Técnica	Instrumento
Variable Independiente	Educación Superior	Proceso de muestreo	Encuesta
	Realidad fronteriza	Proceso de muestreo	Encuesta
	Política pública	Proceso de muestreo	Encuesta
	Flujo comercial	Proceso de muestreo	Encuesta
	Sistema financiero local	Proceso de muestreo	Encuesta
Externalidades	Eventos culturales	Proceso de muestreo	Encuesta
	Género	Proceso de muestreo	Encuesta
	Actividad economía	Proceso de muestreo	Encuesta
Negocios Comerciales	Tiempo transcurrido del negocio	Proceso de muestreo	Encuesta

Fuente: Información obtenida de revisión bibliográfica

3.4. Métodos utilizados

Según la Dirección de Planificación Estratégica del GAD Municipal de Tulcán (2015), en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán, el Censo Económico que realizó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador INEC en el año 2010, contempla que el número de establecimientos del sector comercial es de 2052 locales que

corresponde a abarrotes, almacenes, venta por menor de víveres, prendas de vestir, además estos son los de mayor comercialización en Tulcán.

3.4.1 Población y muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, porque se conoce el total de la población y es menor a 100000 habitantes.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N = población

Z²= nivel de confianza

p = probabilidad a favor

q =probabilidad en contra

e = error de estimación

n= tamaño de la muestra

La concentración de negocios comerciales se encuentra en su mayor parte en la ciudad de Tulcán. En la siguiente tabla se indica el cálculo de la muestra.

Tabla 3. Cálculo de la muestra

Población y muestra	
Población (N)	2052 locales comerciales
Nivel de confianza (Z)	95%
Probabilidad de éxito (p)	0,3
Probabilidad de fracaso (q)	0,7
Error (e)	0,08%
Tamaño de la muestra	127 establecimientos comerciales

Fuente: Información obtenida del cálculo de la muestra.

Luego de haber calculado la muestra se realizó la estratificación de los locales comerciales, de acuerdo al plano catastral de Tulcán.



Figura 2. Mapa de Tulcán

Fuente: Mapa suministrado por GAD de Tulcán.

Se utilizó el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, para la distribución del número de instrumentos a aplicar en cada una de las parroquias Gonzales Suarez y Tulcán, a continuación, los cálculos.

Tabla 4. *Distribución de la muestra*

Parroquia ciudad de Tulcán	N.º de manzanas	Porcentaje	N.º de manzanas muestral
Parroquia Tulcán	474	53,99%	69
Parroquia Gonzales Suarez	404	46,01%	58
Total	878	1	127

Fuente Información del proceso de muestreo.

$$p_t = \frac{474}{878} * 100 = 53,99\%$$

$$p_t = \frac{404}{878} * 100 = 46,01\%$$

$$n = 127$$

$$127 * 53,99\% = 68,56 \cong 69$$

$$127 * 46,01\% = 58,43 \cong 58$$

$$\frac{474}{69} = 6,862 \text{ es decir } \cong \text{ cada 7 manzanas un comercio}$$

$$\frac{404}{58} = 6,962 \text{ es decir } \cong \text{ cada 7 manzanas un comercio}$$

Para la recolección de información se construyó el formulario que está estructurado en dos partes, en la primera se encuentra datos generales en relación a la gestión comercial, la segunda parte la variable independiente externalidades. Dentro de la externalidad se dividió en seis componentes de acuerdo al marco teórico educación superior, realidad fronteriza, política pública, flujo comercial, sistema financiero local y eventos, cada uno de ellos con especificaciones que permiten analizar la afectación o beneficio en el sector comercial (Ver anexo 1). Cabe mencionar que se quiere medir las externalidades positivas y negativas en relación a la influencia en las actividades comerciales, donde los encuestados tendrán la

opción de responder la aproximación del efecto causado en la actividad comercial del negocio.

En la siguiente tabla se indica la codificación para las afirmaciones (positivas) de respuestas que caracterizó a la escala del Likert.

Tabla 5. *Calificación de las afirmaciones en escala de Likert*

Escala de Likert	Afirmaciones positivas
Muy positivo	5
Positivo	4
No afecta	3
Negativo	2
Muy Negativo	1

Fuente: Hernández, Fernández, & Baptista, (2008)

Para obtener las puntuaciones de la escala se utilizó lo propuesto por Hernandez *et al.* (citado por Cordero, 2010), la escala de Likert es una escala aditiva obtenida a través de la fórmula PT/NT (PT es la puntuación total de la escala y NT el número de afirmaciones) (ver anexo 2).

3.4.2 Validez y confiabilidad

Para validar la encuesta se aplicó la prueba piloto al azar a los negocios de la ciudad de Tulcán. Teniendo en cuenta que las respuestas fueron construidas con escala de Likert, se utilizó el Coeficiente Alpha de Cronbach, para comprobar que las afirmaciones planteadas eran confiables. El coeficiente se calcula con la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] * \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Nomenclatura

$\sum_{i=1}^K S_i^2$: suma de varianzas de cada proposición o ítems

S_t^2 : Varianza del total de las filas (proposiciones propuestas)

K : Numero de proposiciones o ítems

El resultado del coeficiente " α " fue 0,70, lo que significo confiabilidad aceptable (ver anexo 3).

3.4.3 Descripción del instrumento

Para el alcance del objetivo general se obtuvo la información del instrumento aplicado en las dos parroquias de la ciudad de Tulcán, se sintetiza las preguntas planteadas para la recolección de datos.

Ítem 1. Género: característica específica del ser humano que identifica al encuestado, en la investigación se utilizó la distinción género para identificar quienes dirigen los locales comerciales en la ciudad de Tulcán.

Ítem 2. Edad: este dato en la investigación sirve para conocer desde que edad las personas optan por realizar actividad comercial dentro de la ciudad de Tulcán.

Ítem 3. Actividad económica: se refiere al sector que se dedica el negocio cuando intercambia un bien o servicio para cubrir las necesidades del cliente/consumidor. El sector producción es la extracción de materias primas, el comercio se refiere a compra y venta de productos terminados, y servicio como producto intangible.

Ítem 4. Año transcurrido: es importante conocer, que la actividad económica inicia por diferentes razones por necesidad, por emprender, motivación o incrementar su inversión. En esta pregunta se toma en cuenta el tiempo en años desde que inició su negocio, se utilizó una escala de intervalos que van desde menor a 2 años, de 3 a 4 años, de 5 a 6 años, de 7 a 8 años, y de 9 a 10 años.

La escala de Likert en la encuesta fue utilizada para medir cada uno de los componentes e identificar, a partir de afirmaciones para identificar la externalidad qué tiene mayor representatividad en el sector comercial en Tulcán:

Componente Educación Superior

En esta sección de la encuesta se detallan los aportes que tiene las universidades hacia los negocios comerciales, cada uno de los comerciantes deben escoger una sola opción de respuesta para cada pregunta relacionada a universidades, dependiendo de la afectación de las afirmaciones hacia su actividad económica .

Ítem 5. La gestión de universidades afecta a su negocio: Se considera que la presencia de universidades puede afectar de forma positiva o negativa al desarrollo de las actividades de

los negocios comerciales, esto puede ser con la gestión académica que beneficia a los propietarios de los locales.

Ítem 6. Los egresados de las universidades contribuyen a su negocio: ayudan a las personas a ejercer un rol en la sociedad, los egresados pueden contribuir a la sociedad con la generación de nuevas microempresas.

Ítem 7. Los proyectos de investigación que realizan las Universidades contribuyen en a su negocio: se refiere a una fuente de información, también puede servir la base de datos recolectada para dar soluciones a las problemáticas que se susciten dentro de la provincia.

Ítem 8. Los proyectos de vinculación con la sociedad contribuyen a su negocio: estos pueden ser una ayuda para los comerciantes que permite trabajar en conjunto buscando nuevas mejoras como capacitaciones sobre: Mercadeo, Manejo de Talento Humano, atención al cliente, declaraciones de Impuestos entre otros.

Componente Realidad Fronteriza

Esta parte se refiere a la situación que se da entre el vecino país de Colombia, es de ahí de donde nace el nombre realidad fronteriza para esta sección, para ello se ha considerado los siguientes aspectos a mencionarse, cada uno de estos afectan de forma directa o indirecta a los negocios en general en la ciudad de Tulcán.

Ítem 9. En esta local afecta, la devaluación del peso colombiano: cuando hablamos de la devaluación del peso colombiano nos referimos a la pérdida de poder adquisitivo que la moneda colombiana toma en referencia al dólar, al ser esta moneda propia la pueden devaluar, de esta manera atraen más clientes ecuatorianos siendo este un factor desmotivante para los comerciantes.

Ítem 10. El contrabando afecta en este negocio: se refiere a la entrada, la salida y la venta clandestina de mercancías prohibidas o sometidas a derechos en el que se defrauda a las autoridades locales, a esto se refiere el contrabando pues con ello está afectando no solamente las ventas de los locales comerciales, sino también afecta a la producción nacional de los productos que están siendo ingresados por vías ilegales.

Ítem 11. La seguridad de su negocio está afectada por ser zona de frontera: al ser una zona de frontera la seguridad se ve afectada por la delincuencia que se encuentra en el vecino

país, el ingreso de personas hace que se convierta en una zona más intranquila. Esto puede afectar de forma negativa a los locales que se encuentran en la zona.

Componente Política Pública

En esta sección del instrumento se detallan aspectos relacionados a las políticas de los Gobiernos Provinciales, cantonales, que son implementadas en busca de mejoras de los sectores económicos de las provincias o cantones, no necesariamente benefician a la colectividad, en mucho de los casos solamente se concentran en un sector.

Ítem 12. El IVA: se paga este impuesto sobre el valor de un producto, el responsable de este impuesto sólo paga clientes/consumidores. Entre los fundamentos teóricos es referente la investigación realizada por Sangoquiza y Cordero (2017), sobre el impacto de aumentar el IVA de 12 a 14%, como medida temporal en el ámbito fiscal.

Ítem 13. La canasta transfronteriza: está fue una iniciativa que se impulsó desde el Gobierno Central para reducir el impacto de la devaluación del peso colombiano, cabe mencionar que ya no está vigente, pero de cierta forma afectó a los comerciantes que se acogieron, el cual les permitía importar productos sin costos de aranceles.

Ítem 14. El proyecto "Mi negocio Crece": inicio con el proceso de capacitación a comerciantes, emprendedores, transportistas, estilistas, vendedores ambulantes y todas aquellas personas que tengan su negocio y el interés de fortalecer e incrementar sus ingresos.

Ítem 15. La patente municipal: son requisitos necesarios e indispensables que deben cumplir los negocios para poder poner en funcionamiento la actividad a la que se desean enfocar.

Componente Flujo Comercial

Esta parte del formulario está dirigida a obtener información sobre la movilidad comercial que realizan tanto colombianos, venezolanos y turistas que contribuyen a la dinámica de los negocios.

Ítem 16. Este local está afectado por la movilidad de colombianos y venezolanos: hace referencia a las personas de otro país como Colombia y Venezuela que en su transcurso de movilidad (migración desde el país de origen) contribuyan en los ingresos a su negocio.

Ítem 17. Este local es afectado por el desplazamiento de ecuatorianos del interior del país hacia la ciudad de Ipiales: es cuando un ecuatoriano/a prefiere ir a comprar productos en almacenes en la ciudad de Ipiales, Pasto-Colombia por los costos reducidos a causa de la política devaluatoria.

Ítem 18. El turismo nacional contribuye a su negocio: se refiere a la llegada de personas de otras provincias a conocer los diferentes lugares turísticos y esto favorece los ingresos del sector comercial.

Componente Sistema Financiero Local

Trata de la contribución al sector comercial, su capacidad de oferta, donde la interacción entre las instituciones financieras promueve el desarrollo económico a través de la inversión. Son un grupo de instituciones financieras entre las cuales están: Bancos, Cooperativas, cajas de ahorro, el fin es facilitar créditos, inversión y ahorro.

Ítem 19. La oferta de microcréditos por parte de las instituciones financieras en Tulcán, afecta a su negocio: esto hace referencia a préstamos pequeños que realizan las cooperativas a los negocios comerciales, convirtiéndose en una ayuda para el inicio de las actividades.

Ítem 20. La variedad de oferta de las cooperativas de ahorro y crédito afecta a su negocio: es la variedad de cooperativas locales que existen para ofrecer diferentes oportunidades de crédito a los negocios y estos puedan aprovechar la oportunidad que les brindan.

Ítem 21. Sus conocimientos del manejo eficiente de sus finanzas personales influyen en la gestión de este negocio: trata de cómo el comerciante administra adecuadamente los ingresos y gastos que perciben en su actividad económica que le beneficia.

Ítem 22. La oferta de préstamos informales (chulco) afecta a su negocio: se refiere a que personas con capacidad de dinero realizan préstamos informales sin documentos habilitantes a las personas que administran el negocio.

Componente Eventos

Esta parte está dirigida a obtener información sobre los diferentes eventos que se realizan, y como aportan a los negocios en las actividades, se destaca la participación de los ciudadanos

en los programas planificados a realizar por ejemplo los eventos culturales, deportivos con diferentes fines.

Ítem 23. Los pregones, desfiles afectan a su negocio: se considera pregones y desfiles a las festividades especiales que se realiza dentro de la ciudad como por ejemplo el aniversario del cantón Tulcán y de la provincia del Carchi.

Ítem 24. Los ciclos paseos, 14k, desafío del páramo: son eventos donde pequeños grupos de amigos, organizaciones y empresas organizan estas actividades a personas que les guste el deporte y lo realizan en diferentes fechas del año calendario.

Ítem 25. El "Carnaval del Sol": es una festividad propia de la ciudad, el propósito es rescatar la tradición y cultura del pueblo carchense, que busca reactivar la economía de Tulcán y la provincia, a través de mayores ventas en el comercio.

Ítem 26. Los eventos culturales de la casa de la cultura Tulcán: La casa de la cultura de Tulcán, realiza actividades donde integra el talento local en diferentes actividades como la música, el canto y el teatro.

3.5. Análisis estadístico

Se utilizó el modelo de análisis factorial, siendo una herramienta que sirvió para reducir y resumir datos, mismo que estableció grupos homogéneos de variables conformados por correlación, es decir, de los veinte y dos ítems planteados, se reducen en siete ítems de mayor influencia. Para aplicar este modelo es necesario que los estadísticos del muestreo de Kaiser-Meyer- Olkin (KMO), sea adecuado para realizar el análisis. Con el análisis factorial se buscó el número mínimo de dimensiones capaces de ser explicadas y que contengan el máximo de información de los datos.

En la siguiente tabla se muestra los criterios de valoración de la prueba KMO, para el respectivo análisis de datos por componentes.

Tabla 6. Distribución de puntuaciones KMO y criterios de valoración

Magnitud de los coeficientes	Criterio
0,90	Excelente
0,80	Buena
0,70	Aceptable
0,60	Regular
0,50	Mala
0,00	Adecuación

Fuente: Kaiser 1974.

El cálculo de análisis factorial consta de cuatro fases: la primera con la matriz de factibilidad, la segunda fase se refirió a la extracción de factores que categorizó a las variables más importantes, tercera la matriz de rotación para facilitar la interpretación. Como resultado de la prueba de KMO se obtuvo un valor de 0,70 es decir es apropiado para proceder a los cálculos del estadístico como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 7. Análisis KMO

KMO y prueba de Bartlett	
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,700

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

La particularidad del análisis de componentes principales permitió hacer transformaciones de las variables originales haciendo hincapié en la varianza, sin embargo, el análisis factorial permitió estructurar las covarianzas entre las variables. Se utilizó la rotación varimax, se obtuvo correlaciones altas entre los factores con un número de variables pequeño, y correlaciones nulas para el resto de las variables, así mismo permitió una redistribución de la varianza de los factores.

Luego se estableció la matriz factorial rotada, consistió en identificar cada una de las variables iniciales con un mayor número de correlación, además, esta matriz permitió seleccionar del conjunto de variables que más influyen en los negocios comerciales siendo este el fenómeno estudiado. Fue importante porque con ello facilita el análisis dando prioridad únicamente a las variables que fueron altamente correlacionadas con los factores que se consideraron más importantes.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Se presentan los resultados del cuestionario aplicado, sobre las variables en estudio, externalidades y negocios comerciales que se encuentran presentes en la ciudad de Tulcán, a continuación, se analizan cada uno de los resultados obtenidos.

4.1.1. Datos generales

4.1.1.1. Género

En la siguiente figura 3, se observa la distribución del género en las parroquias de la ciudad de Tulcán, es preciso realizar el análisis de esta variable para ver cuál de los dos géneros tiene más incidencia en la actividad comercial, es un dato importante para medir la influencia en la dirección de los negocios.

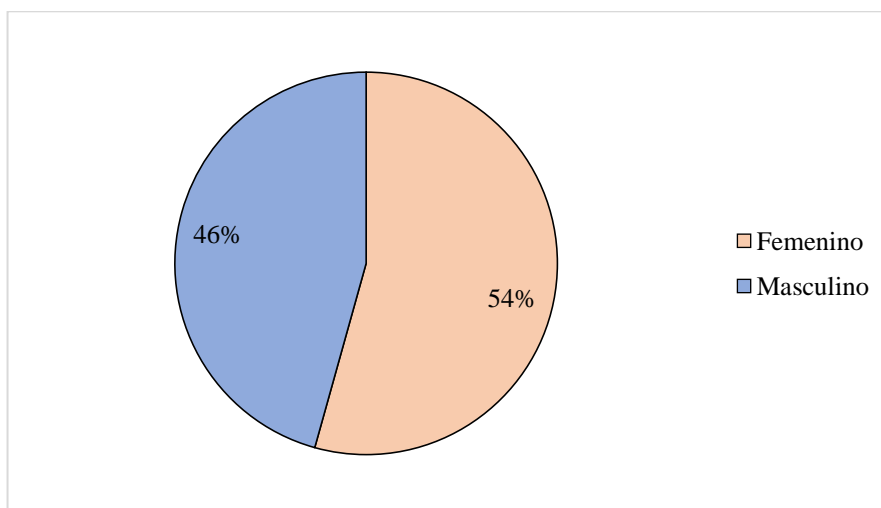


Figura 3. Género

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 3, se observar la distribución por género de la población estudiada queda compuesta por el 54% sexo femenino representando a 69 encuestados, el 46% de sexo masculino siendo 58 encuestados. Se evidencia que el segmento femenino tiene mayor representatividad, con respecto al análisis de externalidades y son quienes manejan, coordinan la dirección de los negocios, sin embargo, no es un porcentaje significativo porque apenas el 8% del género femenino es el que predomina en la dirección de los negocios,

contrastando con datos del INEC en si la población femenina tiene un porcentaje mayor a los hombres.

4.1.1.2.Edad

Para la estimación de la edad se realizó a través de intervalos que permitieron medir en promedio que edades tienen las personas residentes en la parroquia Tulcán y Gonzales Suarez. En la figura 4 es importante entender en que intervalo se sitúan los comerciantes para distinguir la incidencia de la edad en la actividad comercial.

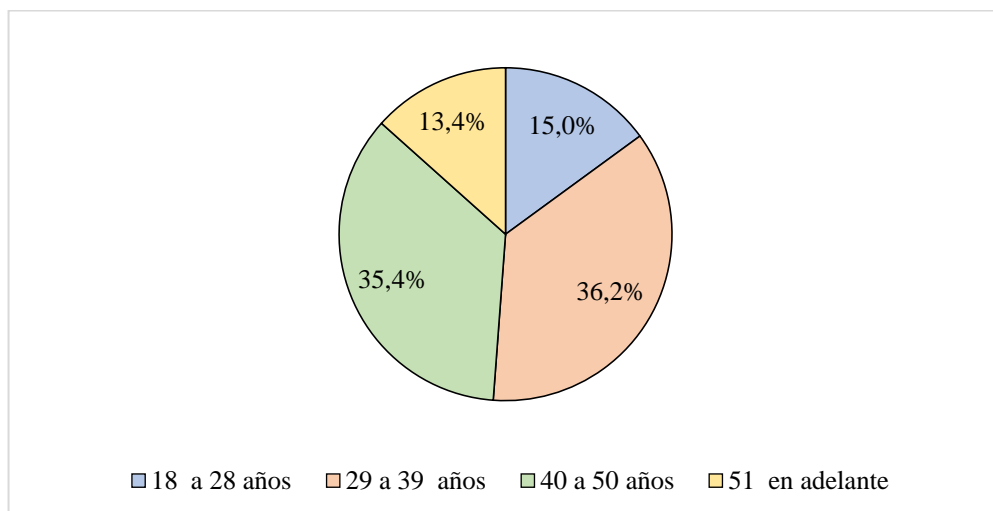


Figura 4. Edad

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

Los resultados obtenidos en la figura 4, muestran las edades de los comerciantes. Mayoritariamente están concentradas 36%, entre el grupo etario comprendido de 29-39 años, 13% entre 51 años en adelante. Siendo aquellas personas comprendidas en las edades de 29 hasta los 50 años el segmento más significativo en cuanto a dirección de negocios comerciales, denotando que la experiencia en el ámbito comercial es importante para dirigir y controlar un negocio, cabe mencionar que aquellas personas comprendidas en las edades de 40 a 50 son personas que tiene pocas posibilidades de buscar un empleo y se ven desplazados en el ámbito laboral decidiendo así iniciar su propia actividad económica y generar sus propios recursos.

En la siguiente tabla se indica la relación que existe entre el género y la edad de las personas encuestadas en los negocios comerciales de Tulcán.

Tabla 8. Prueba de contingencia Edad-Género

PRUEBA DE CONTINGENCIA: EDAD * GENERO			Género	
			Femenino	Masculino
Edad	18 a 28 años	Recuento	8	11
		% del total	6,3%	8,7%
	29 a 39 años	Recuento	28	18
		% del total	22,0%	14,2%
	40 a 50 años	Recuento	24	21
		% del total	18,9%	16,5%
	51 en adelante	Recuento	9	8
		% del total	7,1%	6,3%
Total		Recuento	69	58
		% del total	54,3%	45,7%

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

Se evidencia, que en Tulcán con mayor porcentaje es el género femenino y el rango etario los dueños de negocios comerciales de 29 a 50 años, es un indicador vital que influyen en el cumplimiento de objetivos de los negocios comerciales, misma edad que representa madurez, autocontrol y autentico compromiso consigo mismo, es decir influye al momento de iniciar su negocio para brindar un mejor servicio al cliente.

4.1.2. Información gestión comercial

4.1.2.1. Actividad económica

La actividad económica se refiere al sector que se dedica el negocio cuando intercambia un bien o servicio para cubrir las necesidades del cliente/consumidor. El sector producción es la extracción de materias primas, el comercio se refiere a compra y venta de productos terminados, y servicio como producto intangible. Se utiliza esta información porque la presente investigación está centrada a los negocios comerciales de la ciudad de Tulcán.

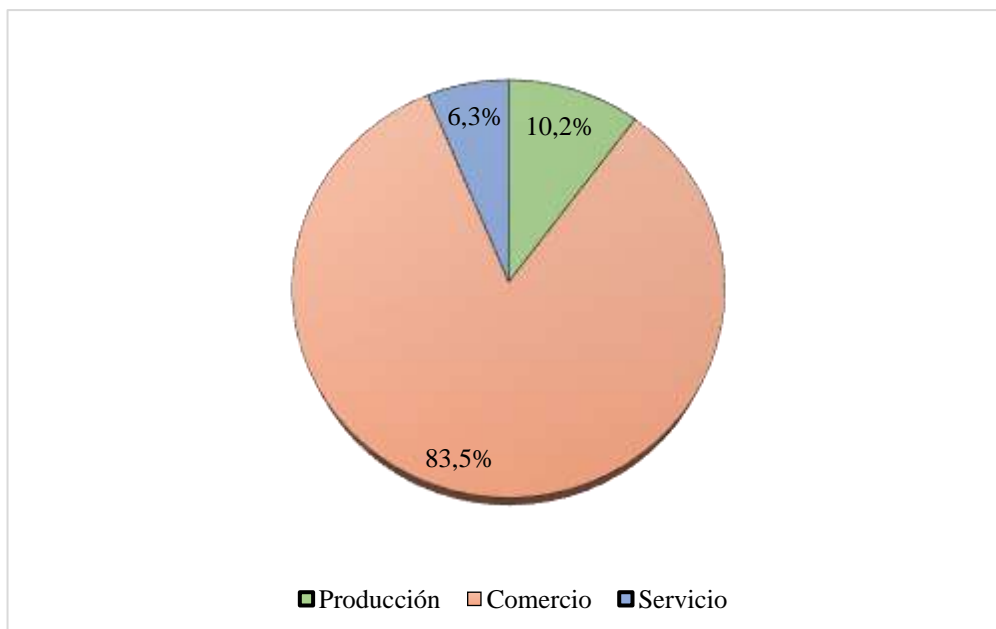


Figura 5. Actividad económica
Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 5, se observa que el 83,5%, 106 encuestados se dedican al intercambio de productos, es decir al ser una ciudad que está en frontera la actividad comercial es la más predominante, de esta manera permite captar más clientes a través de productos que satisfaga las necesidades del demandante. El 10% siendo 13 encuestados se encuentran en el sector de producción y con un 6% 8 encuestados se dedica a la prestación de servicios. Por lo tanto, el comercio al tener esta ventaja competitiva debe buscar estrategias que ayuden a mejorar la comercialización de la variedad de productos.

4.1.2.2. Años transcurridos en creación

El tiempo transcurrido en el negocio es importante conocer, debido a que los negocios inician su actividad por diferentes razones: por necesidad, motivación, incremento de ingresos, o emprendimiento. En los últimos dos años Tulcán por la crisis económica que atraviesa muchos locales han cerrado, con la interrogante se pretende conocer cuan estables están los negocios comerciales.

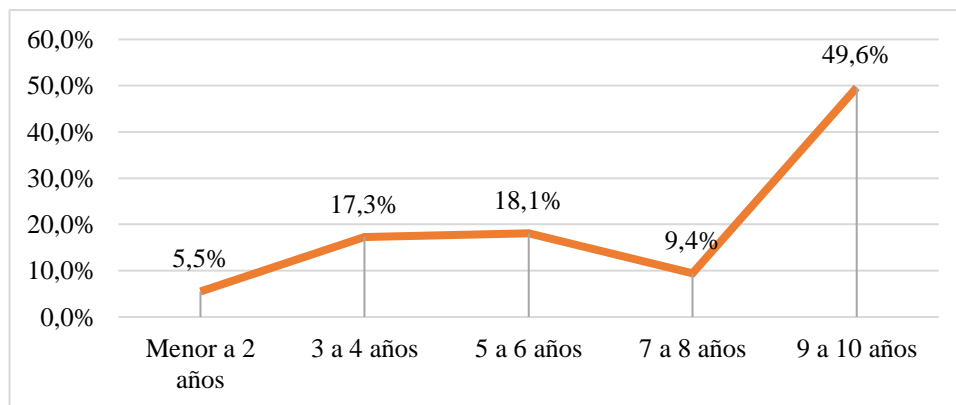


Figura 6. Años transcurridos en la creación
Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 6, se observa, cerca del 50% de los encuestados están estables dentro de los 9 a 10 años en adelante, esto genera una buena relación entre oferente y demandante dentro del negocio, mientras que el 6% han iniciado su actividad comercial menor a 2 años, dichos negocios al estar empezando deben considerar el manejo adecuado para que su negocio se fortalezca y sea competitivo. Dentro los 3 a 6 años de creación hay una diferencia más del 1%. Para esto es necesario el apoyo a los pequeños comerciantes para que se mantengan en la actividad y así contribuir a la población económicamente activa. En la siguiente tabla 9, se muestra análisis entre la actividad comercial y el tiempo de los negocios.

Tabla 9. Prueba de contingencia Años del negocio- actividad económica

Análisis de contingencia años transcurridos en creación y la actividad económica			Actividad Económica		
			Producción	Comercio	Servicio
Antigüedad del negocio	Menor a 2 años	Recuento	2	5	0
		% del total	1,6%	3,9%	0,0%
	3 a 4 años	Recuento	4	17	1
		% del total	3,1%	13,4%	0,8%
	5 a 6 años	Recuento	3	15	5
		% del total	2,4%	11,8%	3,9%
	7 a 8 años	Recuento	0	12	0
		% del total	0,0%	9,4%	0,0%
	9 a 10 años	Recuento	4	57	2
		% del total	3,1%	44,9%	1,6%
	Total	Recuento	13	106	8
		% del total	10,2%	83,5%	6,3%

Fuente: Información obtenida del instrumento estadístico aplicado en el cantón Tulcán.

Se evidencia que los negocios comerciales se encuentran estables dentro de 9 a 10 años, es decir que, en cierto porcentaje han buscado buenas ideas y alternativas que les permite ser competitivos, logrando así diferenciación entre los mismo para mantenerse en el mercado.

4.1.3. Influencia de externalidades

A continuacion se evaluan las externalidades identificadas, considerando que cada una de ellas se encuentran compiladas en un componente con diferentes afirmaciones relacionadas al tema en estudio, ayudan a medir la incidencia en la actividad comercial. Entiendase, como externalidad para efectos de esta investigacion lo que dice Nicholson (2011): “Las externalidades ocurren porque los agentes económicos tienen efectos en terceros, los cuales no quedan reflejados en las transacciones del mercado”. Bajo esa referencia bibliográfica mencionamos los siguientes componentes para medir las diferentes externalidades que aquejan al sector comercial, cada una de ellas tienen efectos ya sean positivos o negativos.

Se plantearon afirmaciones para identificar la influencia de las externalidades presentes en los negocios comerciales, estructurándose en un total de 22 afirmaciones positivas para medir la escala de cada alternativa.

Luego de medir de forma aditiva las 22 afirmaciones del instrumento aplicado, a los 127 establecimientos comerciales, se obtuvo promedio en la escala 2,8 de cada afirmación. La escala de Likert es un intervalo del 5 al 1, es decir, en el orden de muy positivo hasta muy negativo.

Tabla 10. Distribución relativa de cada alternativa positiva

	Escala de Likert				
	5	4	3	2	1
	Muy Positivo	Positivo	No Afecta	Negativo	Muy Negativo
5. La gestión de universidades afecta a su negocio	4 3%	2 2%	68 54%	11 8%	42 33%
6. Los egresados de las universidades contribuyen a su negocio	6 5%	9 7%	52 41%	20 16%	40 31%
7. Los proyectos de investigación que realizan las universidades contribuyen en su negocio	9 7%	20 16%	45 35%	19 15%	34 27%

8. Los proyectos de vinculación con la sociedad contribuyen a su negocio	11	23	47	13	33
	9%	18%	37%	10%	26%
9. En esta local afecta, la devaluación del peso colombiano	51	19	19	18	20
	40%	15%	15%	14%	16%
10. El contrabando afecta en este negocio	29	26	34	17	21
	23%	20%	27%	13%	17%
11. La seguridad de su negocio está afectada por ser zona de frontera	28	25	43	15	16
	22%	20%	34%	12%	13%
12. El IVA afecta en las ventas de su negocio	18	32	41	12	24
	14%	25%	32%	9%	19%
13. La canasta transfronteriza afecta a su negocio	8	25	56	19	19
	6%	20%	44%	15%	15%
14. El proyecto "Mi negocio Crece" afecta a su negocio	3	8	72	17	27
	2%	6%	57%	13%	21%
15. La Patente Municipal afecta a su negocio	16	18	47	20	26
	13%	14%	37%	16%	20%
16. Este local está afectado por la movilidad de colombianos y venezolanos	15	14	59	15	24
	12%	11%	46%	12%	19%
17. Este local es afectado por el desplazamiento de ecuatorianos del interior del país hacia la ciudad de Ipiales	28	17	43	20	19
	22%	13%	34%	16%	15%
18. El turismo Nacional contribuye a su negocio	15	24	55	9	24
	12%	19%	43%	7%	19%
19. La oferta de microcréditos por parte de las instituciones financieras en Tulcán, afecta a su negocio	5	9	63	15	35
	4%	7%	50%	12%	28%
20. La variedad de oferta de las cooperativas de ahorro y crédito afecta a su negocio	2	10	63	21	31
	2%	8%	50%	17%	24%
21. Sus conocimientos del manejo eficiente de sus finanzas personales influyen en la gestión de este negocio.	27	33	35	17	15
	21%	26%	28%	13%	12%
22. La oferta de préstamos informales (chulco) afecta a su negocio	12	17	54	15	29
	9%	13%	43%	12%	23%
23. Los pregones, desfiles afectan a su negocio	20	14	48	11	34
	16%	11%	38%	9%	27%
24. Los ciclos paseos, 14K, desafío del páramo afecta su negocio	13	10	55	14	35
	10%	8%	43%	11%	28%

25. El "Carnaval del Sol" afecta las ventas en su negocio	11	12	55	11	38
	9%	9%	43%	9%	30%
26. Los eventos culturales de la Casa de la Cultura Tulcán afectan las ventas de su negocio	3	7	61	9	47
	2%	6%	48%	7%	37%

Fuente: información obtenida del instrumento aplicado

El resultado obtenido fue una proporción significativa de comercios que en promedio están afectados de forma negativa, de acuerdo a las externalidades que influyen en las actividades comerciales. A continuación, se analiza cada una de los ítems.

4.1.3.1. Componente Educación Superior

a. Gestión universidades

Al hablar de la gestión de universidades nos referimos a la presencia de centros educativos dentro del sector geográfico estudiado, esta viene dada por los diferentes proyectos con los cuales hace parte de la sociedad, la interacción con cada una de las actividades económicas es importante medir la influencia como externalidad positiva o negativa, es decir la administración de las universidades debe estar enfocada en contribuir el desarrollo económico social.

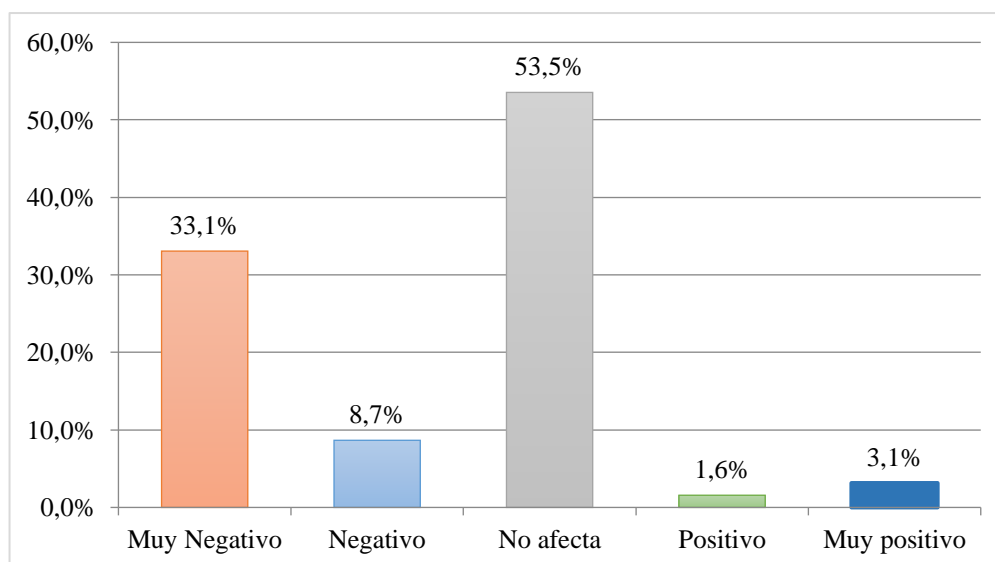


Figura 7. Gestión de Universidades

Fuente. Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

Se observa en la figura 7, que el 54% es indiferente a la gestión que realizan las universidades, seguido de un 33% que consideran la afección de manera muy negativa, finalmente un mínimo porcentaje 5% señala el aporte al crecimiento y desarrollo de los

negocios por parte de las universidades es positivo. Frente a esto se considera que el principal factor para corregir esta tendencia es impulsar la interacción de las instituciones educativas y comerciantes mediante el proceso administrativo, cabe mencionar que en para la provincia del Carchi la presencia de universidades son el eje fundamental para impulsar una nueva formación técnica y sobre todo tecnológica, con nuevos conocimientos para los habitantes logrando que a través del conocimiento las nuevas generaciones busquen oportunidades de crecimiento haciendo de esta una provincia dinámica y económica.

b. Contribución de egresados

En la investigación se decidió contemplar este aspecto porque a través de los profesionales se pueden medir cuanto ayuda la academia en la generación de riqueza, con los nuevos retos de la globalización las universidades deben ayudar a la formación de profesionales para dar paso a una transformación de la sociedad en base a los conocimientos implantados en las aulas.

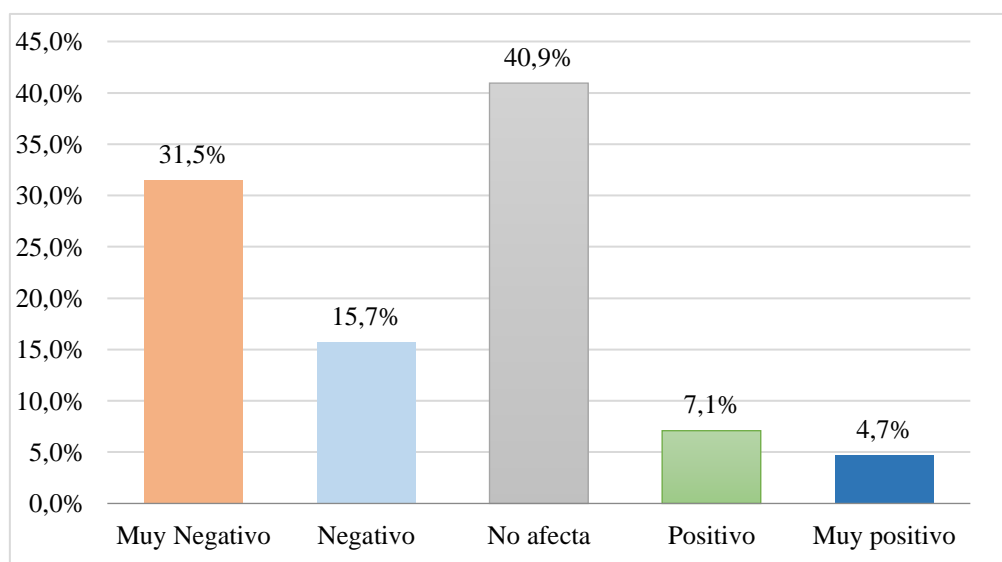


Figura 8. Egresados de las Universidades

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

Se muestra en la figura 8 que el 41% de comercios no están afectados por los egresados de universidades, aproximadamente 47% es afectado de forma negativa, frente a esto y con apenas un 12% es afectado positivamente, este resultado viene dado porque ciertos egresados contribuyen al mejoramiento de nuevas ideas e innovación para que los negocios tengan oportunidades de desarrollo a través de los conocimientos adquiridos, en cuanto a los nuevos cambios que se presentan tanto a nivel social como económico provocado por factores como

la globalización se debe aprovechar las oportunidades en especial la tecnología con la formación de profesionales para que la sociedad sea más competente, la educación en la provincia del Carchi debe ser el eje que guie a nuevos logros con una sociedad instruida y con amplios conocimientos dando paso a nuevas investigaciones que ayuden a la productividad y sobre todo a la adaptabilidad tecnológica para las actividades desarrolladas en la provincia.

c. Proyectos de investigación

Las universidades buscan ayudar en la solución de problemas con la participación de proyectos de investigación, intercambiar ideas que contribuyan a la búsqueda de nuevas oportunidades para los sectores económicos. En la siguiente figura se evidencia el nivel de afectación que perciben los comerciantes de las investigaciones que realizan las universidades de la zona.

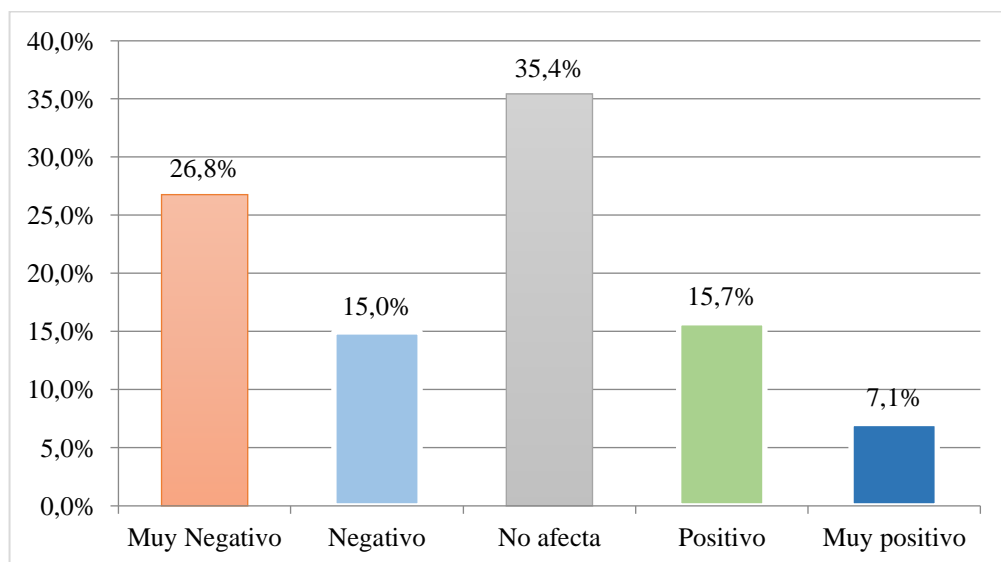


Figura 9. *Proyectos de investigación*

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

La figura 9, se observa que cerca del 23% los proyectos de investigación que realizan las universidades se percibe afectan de manera positiva y el 42% considera que es de manera negativa, es decir: es una externalidad negativa. En sí, los proyectos de investigación realizados en las universidades son un aporte en el ámbito económico, social, cultural, conocer opiniones permiten ampliar el progreso de la ciudad, además son una nueva oportunidad de factibilidad en la creación de nuevos emprendimientos o empresas, una alternativa que debe ser impulsada con los conocimientos de las academias, las autoridades y empresas deben conocer sobre estos proyectos de tal forma que los conocimientos no se

queden estancados y más bien se aproveche para ser una provincia competitiva, los impactos logrados con cada uno de los proyectos contribuyan en beneficio de la sociedad.

d. Proyectos de vinculación

Los proyectos de vinculación son espacios en los cuales las universidades interactúan con la sociedad para dar la solución a un problema, cada proyecto debe estar afín con el perfil de formación de cada carrera o institución, dichos proyectos permiten una mejor calidad de vida de la población. En la siguiente figura se evidencia el nivel de afectación de los proyectos de vinculación realizados por las universidades.

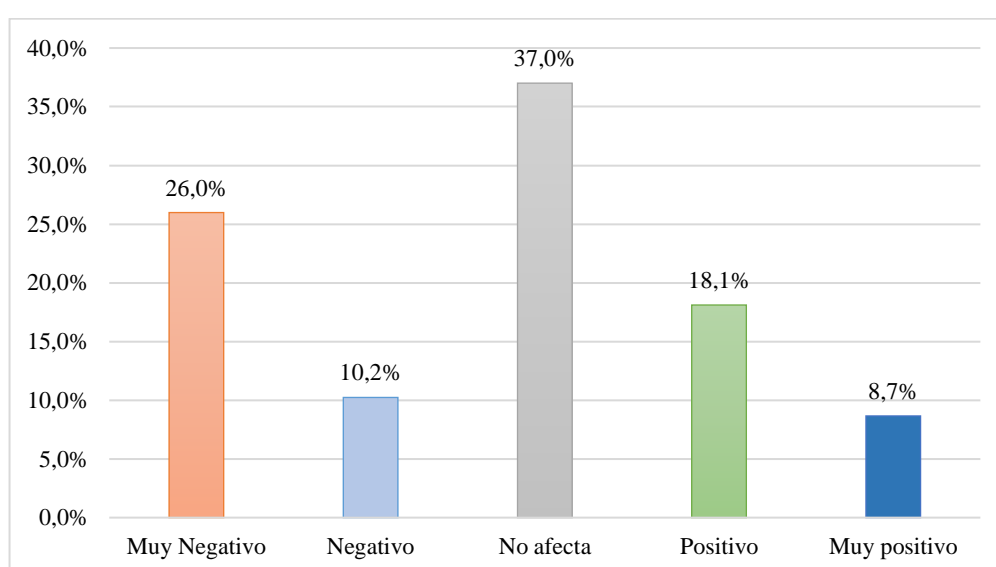


Figura 10. Proyectos de vinculación

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 10, se observa que el 37% los proyectos de vinculación que realizan las universidades no afectan las actividades de los negocios, sin embargo, para un 27% genera una afectación positiva. Este porcentaje positivo se da porque han sido beneficiados con los diferentes proyectos desarrollados, el desconocimiento de estos no cubre las necesidades de los comerciantes, un aspecto negativo del desarrollo es que en muchos de los casos no se dan a conocer los resultados o impactos alcanzados, sin embargo, cada uno de los proyectos reflejan la calidad de enseñanza y profesionalismo de los integrantes, con ellos se desarrolla múltiples actividades y acciones promoviendo el desarrollo local y provincial, una pauta para las autoridades en la búsqueda de soluciones a problemáticas presentes.

4.1.3.2. Componente realidad de frontera

En esta sección se analizó el componente denominado Realidad Fronteriza, el mismo que será medido a través de varias afirmaciones. En cuanto a realidad fronteriza es la situación que se da entre el vecino país de Colombia, es de ahí de donde nace el nombre realidad fronteriza para esta sección, se ha considerado los siguientes aspectos a mencionar, cada uno de estos afectan de forma directa o indirecta a los negocios en general en la ciudad de Tulcán.

a. Devaluación del peso colombiano

Al hablar de la devaluación del peso colombiano, se refiere al riesgo que ocasiona la pérdida de poder adquisitivo de esta divisa, de cierto modo se convierte en un país atractivo para turistas ecuatorianos que se dirigen a realizar compras, desventaja para Ecuador y más aún para la ciudad de Tulcán. En la siguiente se denota el comportamiento de este fenómeno.

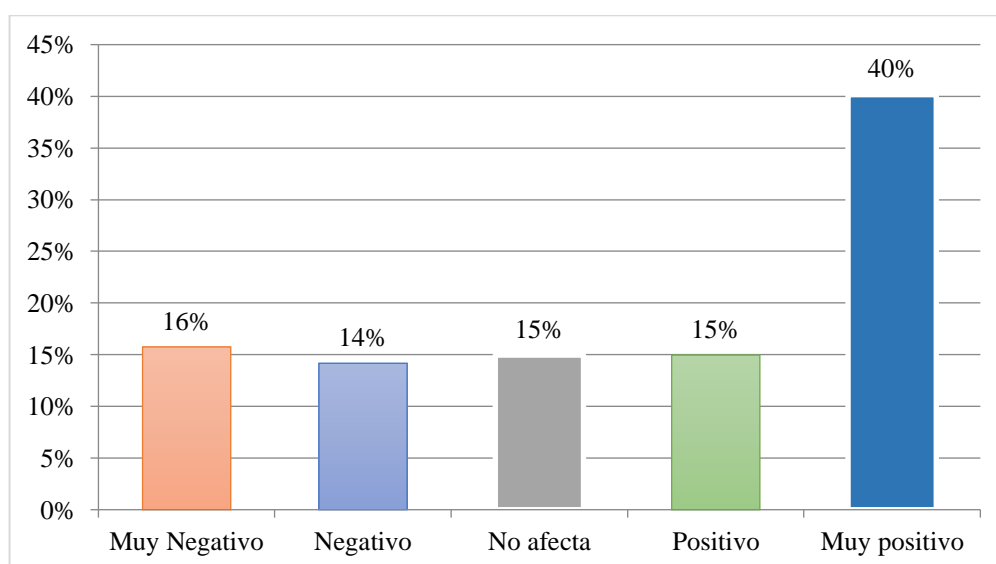


Figura 11. Devaluación del peso colombiano

Fuente. Información obtenida del instrumento aplicado

La figura 11 simboliza que el 40% de encuestados se benefician de forma positiva con el tipo de cambio, frente a un 16% de personas que consideran que se ven afectadas negativamente, y es similar a 15% que es indiferente. Es decir, los comerciantes se benefician con la política devaluatoria adoptada por el país vecino Colombia porque pueden traer productos colombianos de menor precio y venderlos con una ganancia, sin embargo, no se está considerando la afectación a la producción nacional siendo esta una desventaja. Además, al devaluarse la moneda se vuelve un país atractivo para los ciudadanos ecuatorianos quienes optan por realizar viajes por compras hasta la ciudad de Ipiales o pasto,

esto ha causado una recesión al comercio fronterizo restando competitividad al comercio nacional a causa de la devaluación.

b. Contrabando

Se conoce al contrabando como la actividad ilegal de importación de productos del país colombiano, la desventaja que genera es la pérdida de productividad, además de ello trae consigo la disminución de fuentes de empleo, la liquides del país se ve afectada por la fuga de divisa, el cierre de locales comerciales como aspecto negativo.

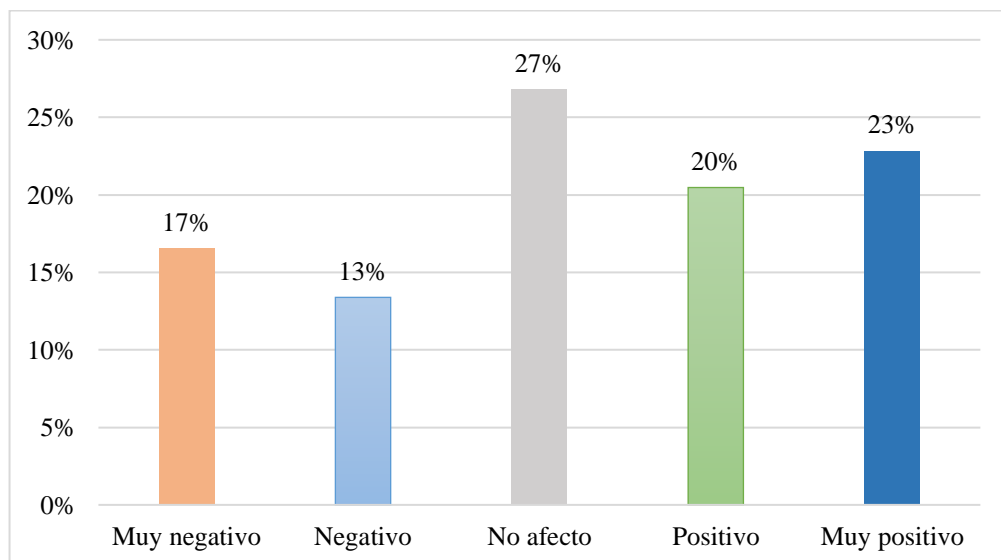


Figura 12. Contrabando

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 12 se observa que el 27% de los negocios comerciales son indiferentes, el 43% se ven beneficiados de forma positiva, y un 30% son afectados negativamente por el contrabando debido a que Tulcán es una ciudad fronteriza lo cual las ventas en los negocios tienden a decrecer y por tanto se ven afectados siendo así una externalidad negativa tanto a nivel local y a nivel nacional porque afecta la economía. El contrabando está considerado como actividad ilícita para las autoridades locales y nacionales, debido a que los productos que ingresan del país colombiano son comercializados a menor costo dejando de lado el consumo de productos nacionales, la principal causa de que se produzca este fenómeno en la frontera se da por los escasos recursos, menos producción agrícola siendo esta la principal fuente de ingreso para las familias de la provincia del Carchi, dando importancia a las actividades ilícitas los habitantes han contribuido a que esta actividad sea más rentable

provocando así el descenso en la producción local dejando de lado las actividades agrícolas para recibir un ingreso mucho más fácil que el dedicarse a las actividades agrícolas o ganaderas.

c. Seguridad

Es necesario considerar la seguridad de los locales comerciales para el desarrollo de esta investigación, los controles fronterizos son parte de la seguridad manejada por las autoridades locales todo para proteger el ingreso de productos que no han sido registrados al momento de ingresar, una ventaja de la ciudad de Tulcán es que en índices de seguridad aún siguen siendo favorables para los turistas nacionales y extranjeros que visitan los lugares turísticos y a su vez realizan compras en los diferentes locales.

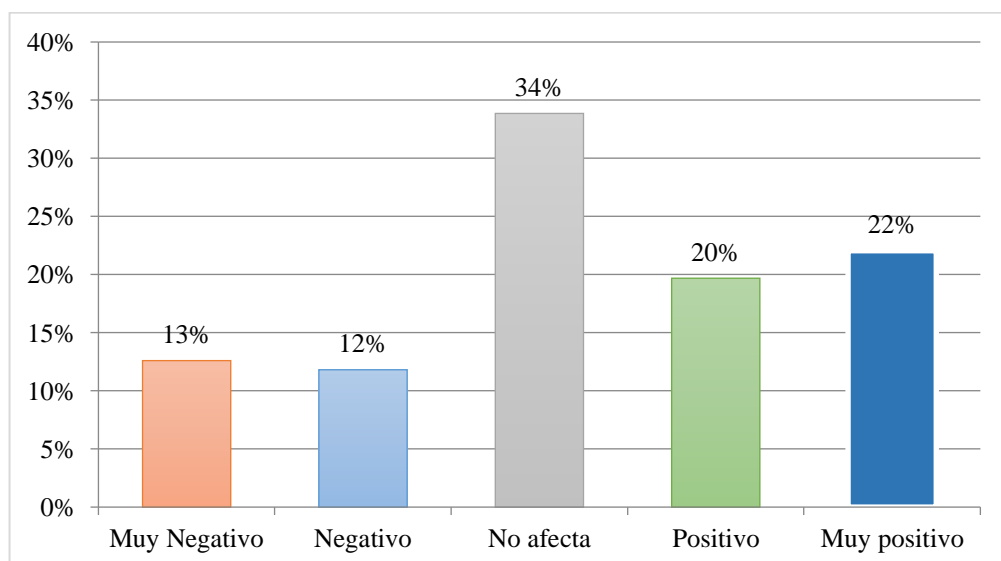


Figura 13. Seguridad del negocio

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 13, muestra que el 34% es indiferente a la seguridad que existe en cada local comercial mientras que el 24% siente inseguridad, esto se torna en una externalidad negativa porque los negocios no sienten la confianza necesaria por parte de las autoridades locales, en visto de esto los propietarios de los negocios han tomado por la alternativa de colocar cámaras de seguridad para así prevenir algunos incidentes y poder estar más seguros dentro de su negocio, la inseguridad al ser un cantón fronterizo y sobre todo por causas de contrabando, afectando de forma directa a los comercios puesto que los proveedores no llegan a los comercios del cantón Tulcán por los índices bajos en las ventas de sus productos y estos optan por demorarse en el tiempo de visita a los distribuidores.

4.1.3.3. Componente política pública

Es preciso mencionar el tercer componente política pública se refiere a la intervención de los gobiernos provinciales, cantonales que son implementadas dentro de un territorio y que deben ser cumplidas. La política pública se ha tomado como referencia para este proyecto para la búsqueda de solución a los problemas de la zona, ya sea con regulaciones que pueden ser impuestas para contrarrestar los efectos negativos que causan la reducción en las ventas de los negocios.

a. IVA en ventas

El Servicio de Rentas Internas, considera al IVA como uno impuesto que genera ingresos que después serán reinvertidos para beneficios de la sociedad el impuesto causado en los productos, es necesario analizar este aspecto para tomar en cuenta que tan eficiente son las políticas tributarias en el país, en la siguiente figura se observa el comportamiento del Impuesto al Valor Agregado.

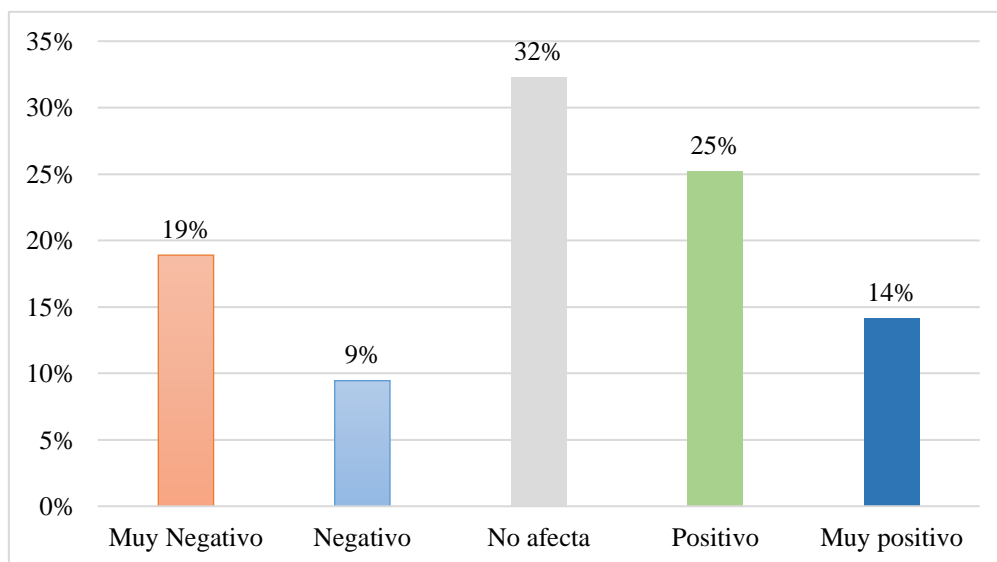


Figura 14. Impuesto al Valor Agregado

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 14, se observa que 32% de los negocios comerciales son indiferentes a las variaciones del IVA, mientras que para el 39% es positivo, en consecuencia es una externalidad a favor de los negocios comerciales debido a que el incremento de ventas aumenta la utilidad, es importante mencionar que en el año 2016-2017 el IVA en Ecuador aumento el 2% más a causa del terremoto en Manabí, en cierta parte si ayudo a recaudar más impuestos en beneficio de los damnificados, pero también al darse el incremento algunas

personas remplazaron optaban por productos sustitutos de menor valor, es así que los comerciantes consideraron como una desventaja de esta normativa aplicada y en algunos casos los comerciantes decidían asumir los dos puntos extras para que el precio a los consumidores siga siendo el mismo y así no perder clientela. Cabe mencionar que este impuesto es beneficioso para las economías de los países, tanto el IVA en compras como en las ventas son recaudados para la redistribución de la riqueza y que estos ingresos sirven para construir en el bienestar de la sociedad.

b. Canasta transfronteriza

Los productos que se comercializan entre los dos países entre los cuales están la canasta básica familiar, cabe mencionar que cada uno de los productos que pagan un porcentaje estimado de impuesto con un cargo adicional del peso que tengan al momento de ingreso, sin embargo, se establecieron base para que los productos ingresados desde Colombia no paguen salvaguardias ni aranceles para ser comercializados en la ciudad de Tulcán.

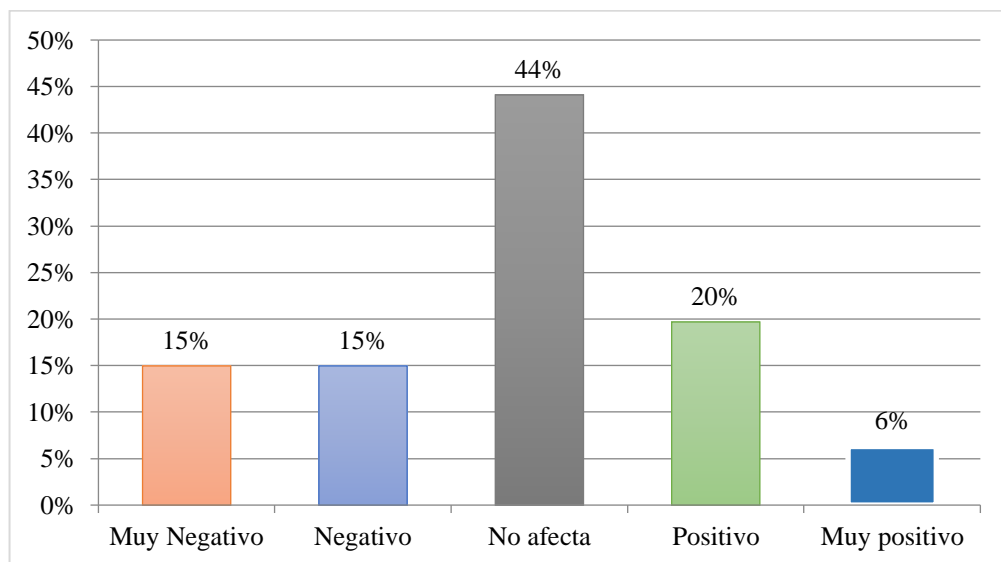


Figura 15. Canasta Transfronteriza

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 15, se observa que aproximadamente el 44%, no se benefició con la política pública adoptada y esta no afectó de manera positiva ni negativa a los comerciantes, similar porcentaje con un 30% fueron afectados de manera negativa, mientras que esta iniciativa fue positiva para ciertos locales con un porcentaje del (26%), esto da a conocer que ciertos negocios hicieron uso de la canasta comercial transfronteriza, mientras que no todos se beneficiaron tal es el caso, del sector textil, ropa, calzado, electrodomésticos, línea blanca todo esto con el fin de proteger a la industria nacional. Cabe mencionar que la aplicación de

la canasta comercial estuvo en vigencia entre octubre 2015 hasta mayo de 2017, sin embargo, la medida adoptada no tuvo el impacto esperado aun así el beneficio a los comerciantes hizo que el sector sea más competitivo y sobre todo dinámico brindando una ayuda a la actividad comercial, una de las ventajas que tuvieron con esta iniciativa fue la eliminación de trámites.

c. Mi negocio crece

Es un proyecto adoptado por las autoridades locales para mejorar las ventas de los locales comerciales, convirtiéndose en incentivo para los consumidores, es apoyo brindado para contrarrestar la gran recesión que tienen los locales ante la devaluación de peso colombiano. En la siguiente figura se muestra el comportamiento de esta afirmación.

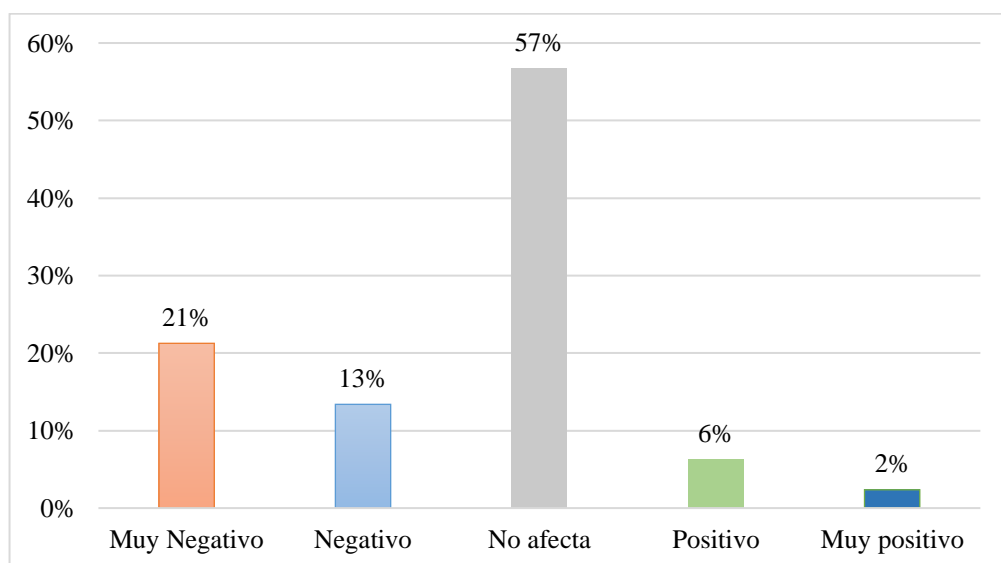


Figura 16. Proyecto “Mi negocio crece”

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 16 se obtuvo que en promedio 57% de los negocios comerciales, no tiene efecto el proyecto Mi negocio crece, a pesar de que programa dirigido a los negocios comerciales puede mejorar sus actividades, desde las capacitaciones brindadas por expertos en temas como: mantener una buena relación con el cliente, educación financiera, manejo de redes sociales, temas de gran importancia para llegar al éxito, frente a esto solo un 10% se benefició de este proyecto, cabe mencionar que los comerciantes se han capacitado en aspectos que ayudan al desarrollo local y sobre todo de sus emprendimientos, a través de este proyecto se brindó herramientas que permitan a los comerciantes enfrentar los cambios. Sin embargo, el desconocimiento de estas ayudas no ha permitido el acceso a todos los locales comerciales, esto también se debe a que no existe el compromiso de los ciudadanos

para seguir trabajando y participando en estos talleres que contribuyan a un mejor beneficio y aumento de sus ventas, es importante la participación y la puesta en práctica de los talleres de emprendimiento en las diferentes actividades comerciales.

d. Patente municipal

Es un requisito que todo comerciante debe realizar para poder poner a disposición los productos, en la siguiente grafica se muestra la importancia que radica la obtención de este requisito.

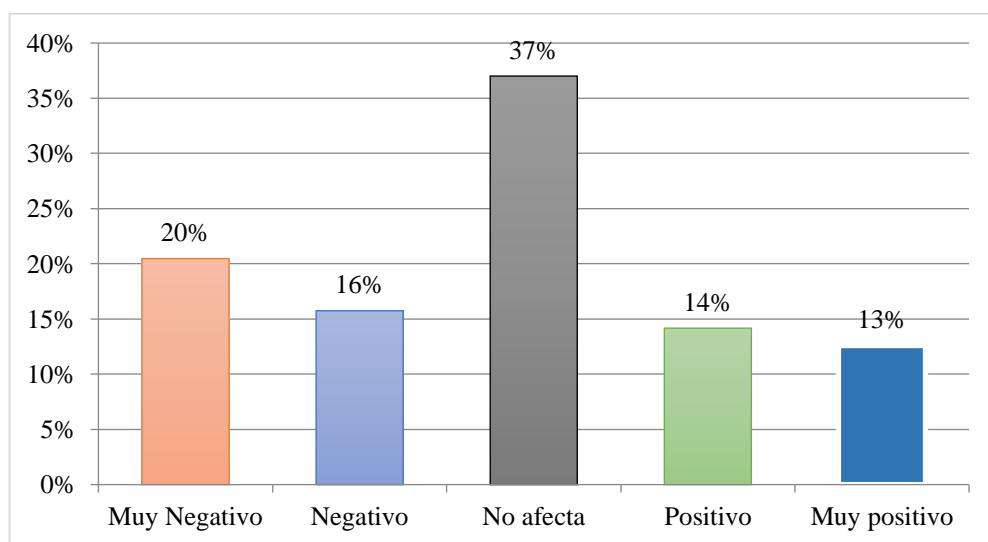


Figura 17. Patente Municipal

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 17, se observa que el 36% le afecta de forma negativa, considerando que la patente municipal es un requisito para iniciar con las actividades comerciales, el 37% no le afecta porque considera una obligación necesaria para que el negocio siga en funcionamiento, mientras que el 27% manifiesta algo favorable, debido a que este es un permiso para ejercer la actividad comercial, además de un impuesto que sirve para los Gobiernos Autónomos Descentralizados como ayuda al fortalecimiento de las organizaciones, esta medida es adoptada para que los comerciantes puedan beneficiarse de algunos derechos como acceso a créditos de acuerdo a las condiciones de cada institución financiera, capacitaciones, un local que adquiriera una patente municipal también será más confiable para los consumidores.

4.1.3.4. Componente flujo comercial

Los ciudadanos colombianos y ecuatorianos al generar movilidad dentro del territorio de cada país permiten buscar alternativas puntuales para el comercio, además de actividades para fomentar el desarrollo.

a. Movilidad de colombianos y venezolanos

Tulcán, al ser una ciudad de frontera el flujo comercial es dinámico, colombianos y venezolanos lo visitan. Por el lado colombiano los migrantes lo realizan por comprar algunos productos, mientras que los ciudadanos venezolanos salen de su país para tener una mejor calidad de vida para sus familias. En la siguiente figura, muestra la movilidad de colombianos y venezolanos aporta al sector comercial.

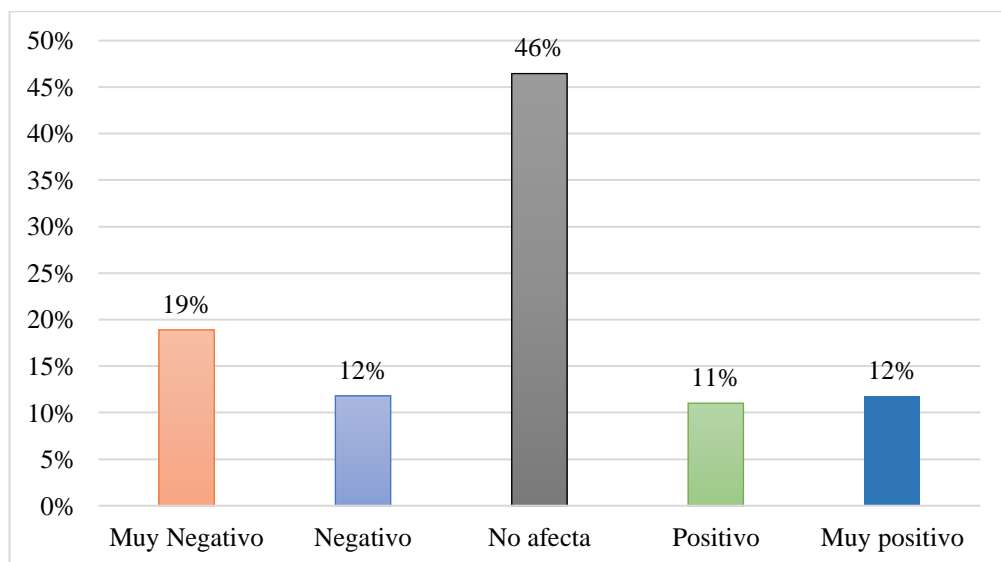


Figura 18. Movilidad de colombianos-venezolanos

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

De acuerdo a la figura 18, en promedio 23% afecta de manera positiva al sector comercial la movilidad de los ciudadanos porque realizan sus compras de productos generando así oportunidades. Mientras que el 46% no se ve afectado, es una situación indiferente por el lado de ciudadanos venezolanos es una desventaja ya que los ingresos que perciben en su país no les alcanzan para subsistir de tal manera que se ven obligados a emigrar en busca de un mejor porvenir, cruzan la frontera como un paso para llegar a su destino que en este caso Perú o Chile.

b. Desplazamiento de ecuatorianos interior del país

Hace referencia a los ciudadanos de otras ciudades como Quito, Ambato, Ibarra que viajan al vecino país Colombia para realizar sus compras, porque los precios son cómodos para el gasto del consumidor adquiriendo así productos de uso personal, aseo, limpieza y línea blanca. A continuación, se muestra el grado de efecto que se da en los negocios comerciales.

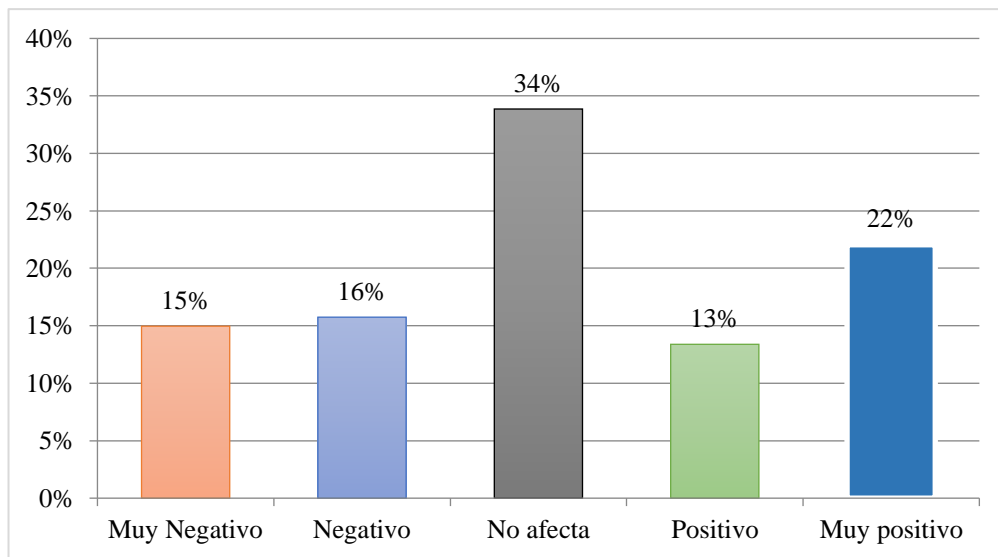


Figura 19. Desplazamiento de ecuatorianos del interior del país

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 19, se muestra que el 22,0% le afecta de manera muy positiva, se genera esta situación por ser una zona de frontera que necesariamente los consumidores de interior del país pasan por la ciudad de Tulcán, en algunos casos deciden comprar en la ciudad aportando así al desarrollo local porque los negocios al acceder a la canasta transfronteriza los precios son similares que en la ciudad de Ipiales. Así mismo un 13% se beneficia por la variedad de sus productos que ofrecen por lo que el Gobierno Provincial aprovechó esta oportunidad incentivando a través de la campaña “Llévate Carchi en el Corazón” que permitió que los ciudadanos de otras provincias aporten al desarrollo económico local.

c. Turismo nacional

Las personas que transitan o desplazan de un lugar a otra ya sea en una región o país se denominan turistas. El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, esto forma parte del turismo fronterizo que provoca movilización entre personas, lo que hace que exista mayor desarrollo, además se rescata

lugares que son reconocidos como patrimonio cultural de la ciudad, en la siguiente grafica se observa cómo ha influido en los negocios.

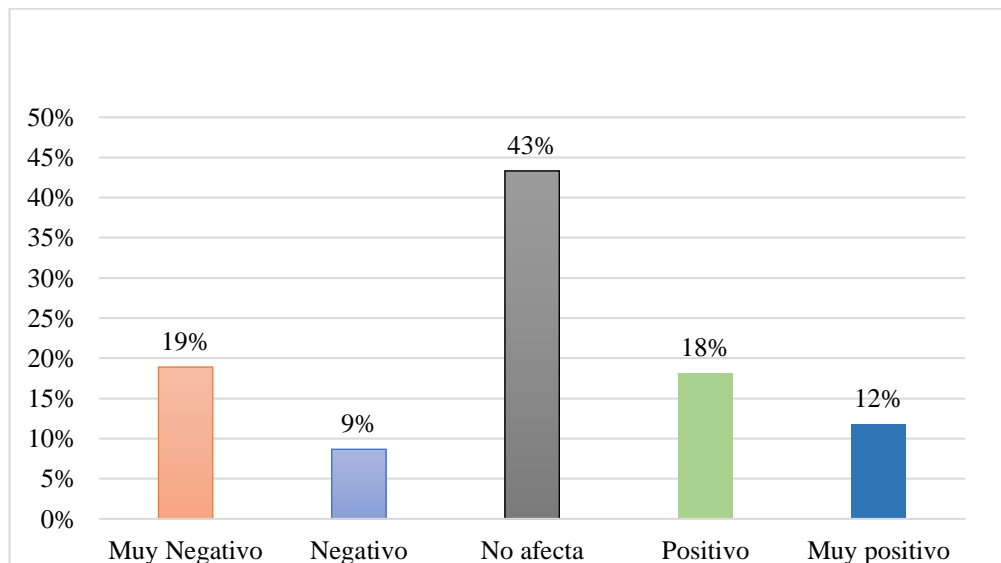


Figura 20. Turismo nacional

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 20, se observa que el 30% se beneficia de esta externalidad, de manera positiva y muy positiva debido a que incrementan sus ventas al visitar la ciudad, el turismo permite conocer lugares, culturas y costumbres y las ciudades que están en frontera que se ayudan entre sí para contribuir al desarrollo de cada ciudad con sus propios atractivos lugares a visitar, esto ayuda al crecimiento económico. Según la Organización Mundial del Turismo al turista le gusta adquirir productos exclusivos, tiene preferencia por cuatro factores que son la calidad, autenticidad, valor de oferta, entretenimiento, de tal manera que estos son factores a tener en cuenta en el sector comercial al momento de que ingresen al local para dar una buena impresión al turista.

4.1.3.5. Componente sistema financiero local

Se refiere al mercado de dinero entre instituciones financieras, el objetivo principal de las entidades es regularizar el ahorro de los socios que permite el desarrollo económico local, a través del consumo, producción, e inversión. En este componente se evidencia como influyen bancos/cooperativas en los negocios de Tulcán.

a. Oferta microcréditos

Las formas de financiamiento en las instituciones bancos y cooperativas hacen que los negocios busquen nuevas oportunidades en ámbitos como: social, económico e inversión. Por lo que existen diferentes tipos de oferta de microcréditos por parte de las entidades financieras por ejemplo crédito para emprendimientos, crédito productivo crédito individual o grupal para su negocio para que los negocios puedan acceder a estos productos.

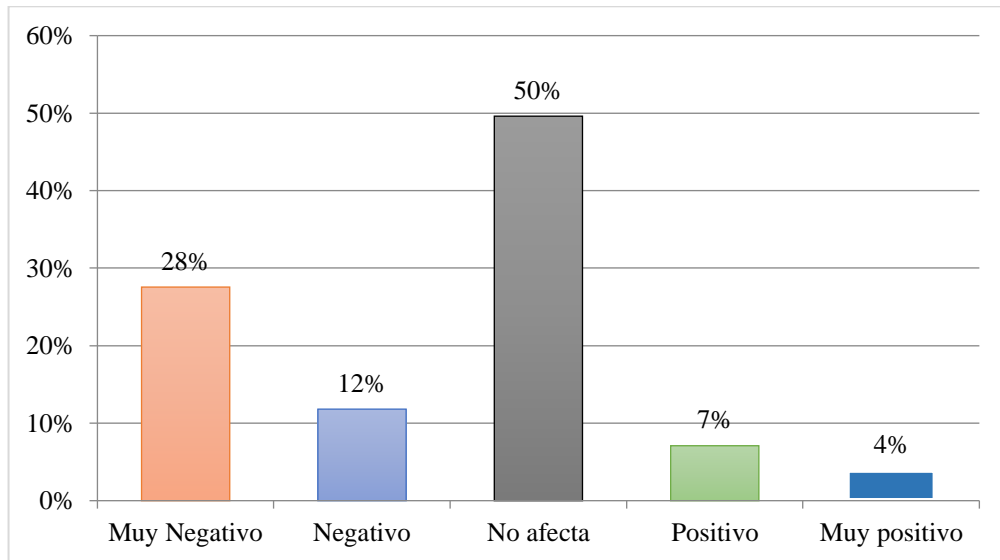


Figura 21. Microcréditos Instituciones Financieras

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 21, se observa que el 11% se beneficia de la oferta de microcréditos positivo y muy positivo, mientras que el 28% le afecta de manera negativa quizá porque no conocen la variedad de créditos, o las tasas de interés son muy altas que no les permite pagar dependiendo de los ingresos que perciben. Quienes acceden a estos pequeños créditos se favorecen haciendo un buen uso de los recursos para incrementar la variedad de productos en su local comercial. Los resultados están en desventaja para los negocios porque no aprovechan las oportunidades que se presentan afectando de manera negativa.

b. Variedad de cooperativas

Los autores del libro *el Comerciante Inteligente* (2017) indican que en la ciudad de Tulcán existe un alto número de instituciones financieras (bancos/cooperativas) en relación a la capacidad real de la demanda de los productos financieros en la zona (pág. 105). Es decir,

en la localidad se dispone de cooperativas propias de la ciudad y una gran variedad de sucursales de la provincia de Imbabura, A continuación, se indica cómo afecta a los negocios comerciales.

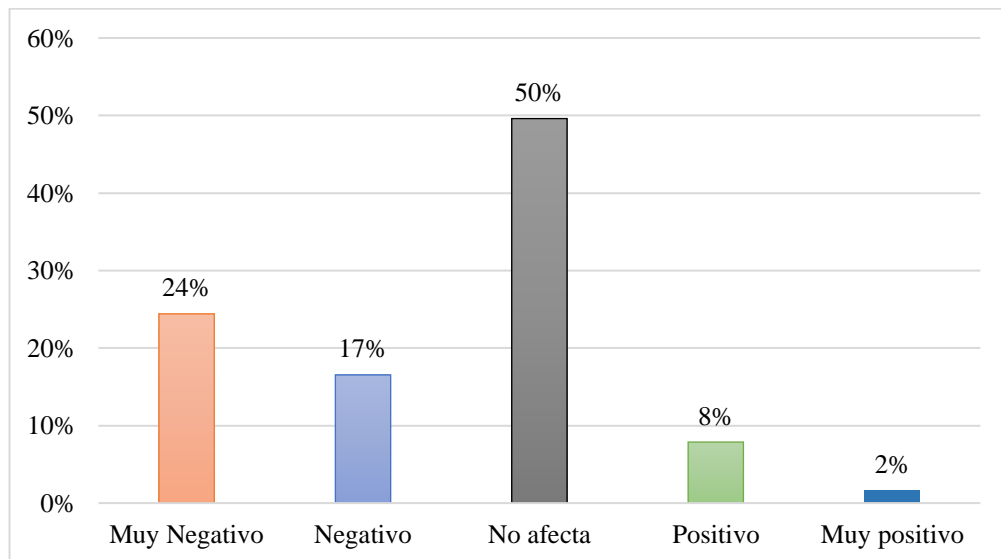


Figura 22. Oferta de Cooperativas de Ahorro y Crédito

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 22, se puede deducir que el 41%, es decir; 52 encuestados son afectados negativamente, es decir cada entidad financiera tiene políticas que no le ayudan al crecimiento del negocio. Un 50%, es decir: 63 encuestados consideran que la oferta de cooperativas no es un factor que afecta en sus actividades comerciales, con apenas 10% , es decir 12 encuestados se encuentran beneficiados, es decir que las entidades financieras deben tratar de ayudar al sector comercial para aumentar la productividad.

c. Finanzas personales

La administración eficiente del dinero es fundamental para entender cómo funciona y como maneja el dinero, en el caso de los negocios se preguntó a los comerciantes cómo influye el manejo de los ingresos, gastos, inversión, ahorro de compras y ventas, es decir, si se tiene un plan financiero para evitar el endeudamiento del negocio, que permite tomar mejores decisiones en su local comercial.

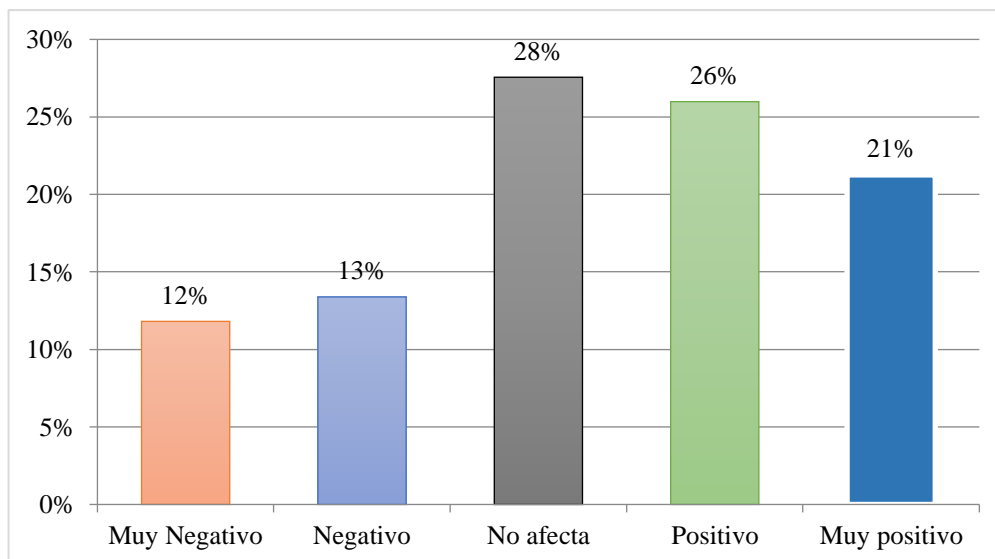


Figura 23. Conocimiento de finanzas personales

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 23, se observa que el 47% consideran de forma positiva, muy positiva los conocimientos en finanzas personales para sus negocios, pues están en la capacidad de manejar adecuadamente tanto ingresos como egresos en su negocio lo que genera una buena administración, es importante mencionar para que exista una administración correcta se debe fomentar el ahorro para poder invertir y no caer en el sobreendeudamiento más bien conservar buenas finanzas personales, mientras que 25,20% son resultados negativos, debido a que los conocimientos por parte de los administradores del sector comercio no manejan correctamente de esto influye en la gestión del negocio.

d. Prestamos informales

Son aquellos que no están legalmente constituidos por las entidades del control financiero, denominado como “chulco” es conocido como el préstamo informal, ilegal de dinero que se lo consigue de manera inmediata; el interés se lo puede pagar de diferentes maneras ya sea diario, semanal, quincenal mensual ya depende a la comodidad de quien solicite. A continuación, la gráfica.

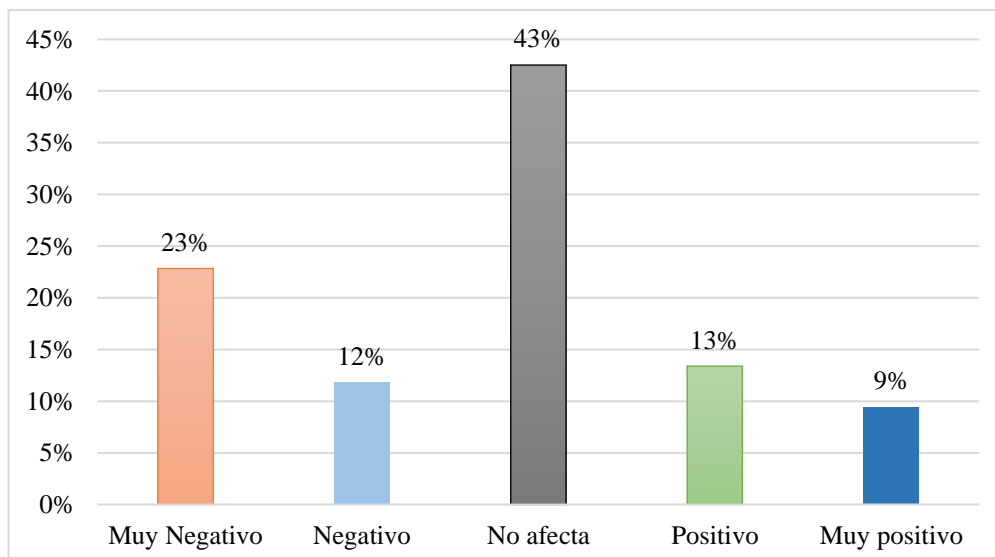


Figura 24. *Préstamos Informales*

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 24, se observa que los negocios comerciales en un 43% no afecta la oferta de préstamos informales, seguidamente del 23% son beneficiados de forma positiva, muy positiva. Es decir, los comerciantes optan por acceder a una de estos préstamos informales debido a que tienen facilidades de pago, fácil acceso sin inconvenientes de trámites ni requisitos que piden las entidades financieras. Sin embargo, hay que tener en cuenta que estos préstamos también ocasionan pérdidas o fugas de dinero.

4.1.3.6. Componente eventos

En la ciudad de Tulcán han aumentado los eventos que permiten celebrar la historia e identidad de la sociedad, estos buscan atraer visitantes para el desarrollo socioeconómico debido a que son tomadas como alternativas de mejora en el ámbito económico, social, deportivo y cultural.

a. Pregones y desfiles

La cultura de una ciudad se ve reflejado en las actividades y programas que realizan las entidades públicas y privadas tales como pregones y desfiles son acontecimientos que se realiza en la ciudad de Tulcán para celebrar su vida política y administrativa, con el objetivo

de recordar fechas importantes, este convoca a diferentes ciudadanos a participar de estos eventos.

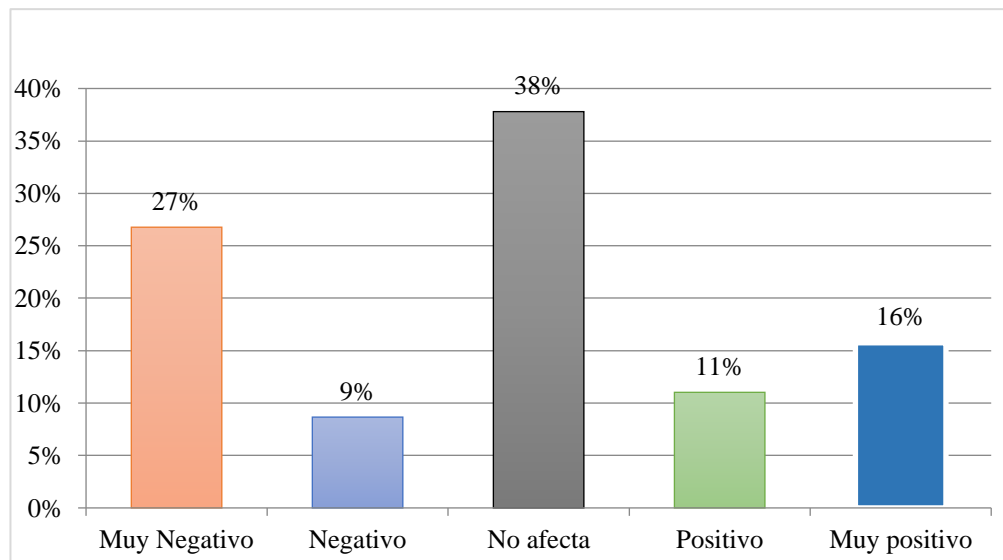


Figura 25. Pregones, desfiles

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 25, se observa que el 27% se benefician, de manera positiva y muy positiva, a pesar que los eventos netamente se realizan en fechas especial el comercio tiende a generar más ingresos por que ocupan productos para las personas participantes en los comparsas, sin embargo este mismo porcentaje le afecta de manera muy negativa al comercio por que ocasiona el cierre de calles, es decir que la contribución que se hace a los locales comerciales es mínima pues, a pesar de que existen eventos culturales, académicos, artísticos musicales y deportivos el sector comercial no se beneficia.

b. Ciclo paseos, 14k

Son eventos organizados con el fin de practicar deporte, unir familias, amistades, el ciclo paseo se realiza para homenajear a grandes figuras en el deporte, este no es un evento de competencia, pero beneficia a las ciudades donde se realiza. Además, con la práctica de las diferentes disciplinas deportivas la provincia del Carchi y la ciudad de Tulcán pueden llegar a ser sede de juegos deportivos, lo cual trae beneficios para el sector deportivo, turístico, comercial.

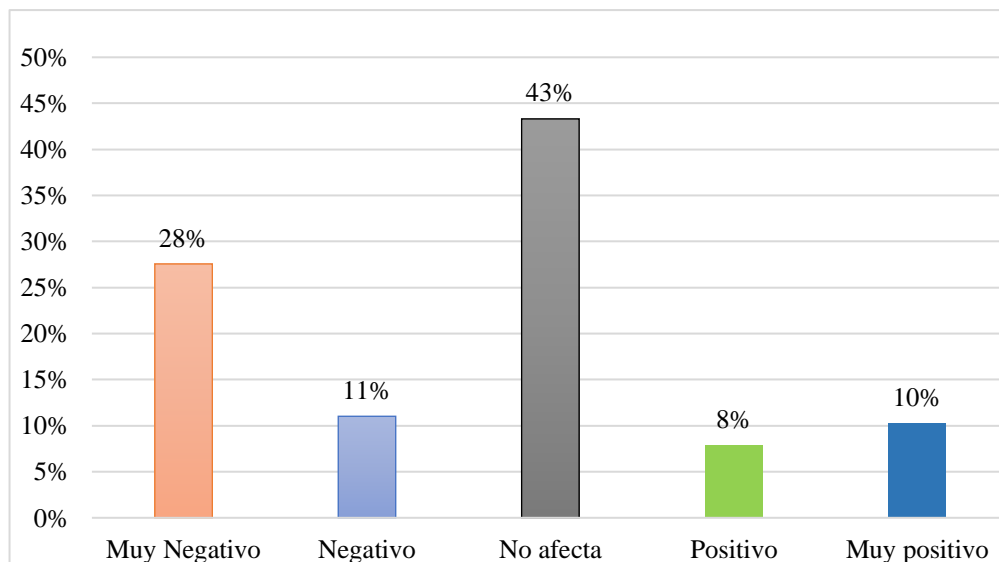


Figura 26. Ciclo paseos 14K, desafío del páramo

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 26, muestra que 43,31% de los encuestados tiene un indicador alto de no afectación considerando que es un término asilado de lo positivo y negativo. Es decir que dichos eventos lo realizan para fomentar el deporte y la cultura, donde se debe incluir el comercio debido a que en el transcurso del recorrido utilizan servicios de hospedaje, alimentación. En lo que se refiere al porcentaje negativo cabe mencionar que la provincia del Carchi es considerada como la capital del ciclismo ecuatoriano lo cual esto trae beneficios al turismo y por ende al comercio siendo una oportunidad positiva.

c. Carnaval del Sol

La identidad de los pueblos pastos de la zona norte del Ecuador, es conocido como el carnaval del sol, lo cual participan establecimientos educativos, barrios y ciudadanía en general. Su principal objetivo es rescatar la tradición y cultura del pueblo carchense, además busca reactivar la economía, a través de mayores ventas en el comercio de la urbe y la prestación de servicios en restaurantes, hoteles y transporte público en estas fechas de carnaval.

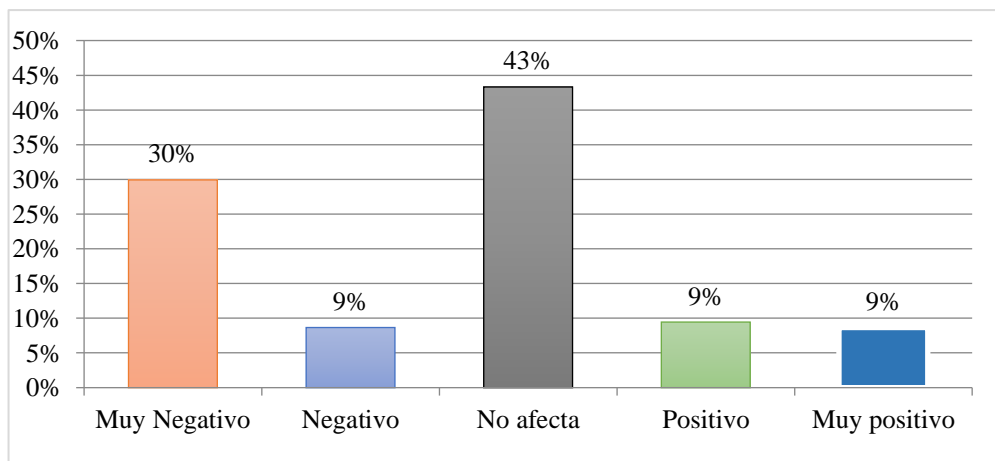


Figura 27. Carnaval del sol

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado en el cantón Tulcán.

En la figura 27, se observa un alto porcentaje que no fue afectado por esta situación, es decir que si el propósito fue reactivar la economía no se muestra como tal, porque casi la mitad es decir el 43% no existe mucha afectación porque es la primera edición de este carnaval, por el contrario, fue negativo con un 30%. Los valores positivos solo alcanzan el 18%, esto quiere decir que no se cumplió con el objetivo establecido. Sin embargo, en otros países atraen a un considerable número de turistas nacionales y extranjeros por lo que se debe buscar la forma en la cual se beneficie a la gran mayoría de comerciantes que se encuentran en la ciudad de Tulcán.

d. Eventos culturales Casa de la Cultura

Es el espacio donde interviene la diversidad cultural, artística, conocido como patrimonio que refleja la esencia propia de la cultura carchense, a través del canto, la música, arte, esto permite a una sociedad con mayor cultura de sus propios orígenes específicamente en lo cultural. A continuación, la figura.

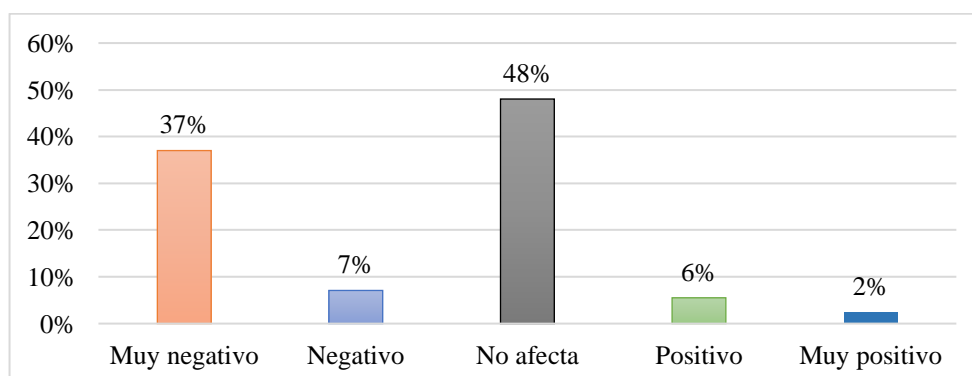


Figura 28. Eventos culturales

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En la figura 28, muestra que el 48% no se ven afectados a los negocios comerciales debido a que son eventos realizados para niños, jóvenes fomentando la cultura, un 37% considera de forma muy negativa este tipo de actos por lo que es una desventaja a nivel local porque el objetivo de ayudar al desarrollo y principios enmarcados a la política pública cultural, tan solo un 8% le afecta de manera positiva y muy positiva. Es decir, la mayoría de personas encuestadas consideran que la afectación es más negativa pues al existir estos eventos no hay oportunidad para los ingresos en los locales comerciales.

4.2 Discusión

En esta parte se discute como las externalidades influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán, a nivel nacional según INEC (2015) el porcentaje de estructura de empresas en el sector económico es de 37,77%. Las actividades económicas que se realiza en Tulcán con mayor porcentaje es el sector comercial con un 59% (GAD de Tulcán), es decir a nivel local predomina la actividad comercial por ser una zona de frontera. Por lo tanto, el conocer las externalidades de mayor influencia ayuda a tomar mejores decisiones para dueños de negocios, inversionistas, gobiernos, ya que el mercado cada vez es más competitivo, al contar con externalidades a favor la economía es más sólida a nivel local, caso contrario se opta por acciones correctivas.

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) ha clasificado a las empresas de acuerdo al volumen de ventas y trabajadores, lo cual está clasificada por Micro empresa, Pequeña empresa, Mediana Empresa “A”, Mediana empresa “B”, Grande empresa, cada cual con diferente volumen de ventas anuales y el personal ocupado, en la investigación se toma como Microempresa (negocios comerciales) que comprende el volumen de ventas de menor a 100 000 USD anuales, el personal ocupado entre 1 a 9 trabajadores.

El sector comercial a nivel nacional representó para el año 2016 el 26% en aportación al PIB comprendido el comercio al por mayor y menor como el intercambio de productos. A nivel de provincia del Carchi es el segundo lugar que aporta después del sector agrícola. En el ámbito económico el comercio se vio afectado por el tipo de cambio es decir la devaluación del peso colombiano, se evidencio que del año 2015-2017 se han cerrado muchos locales por motivo de bajas ventas, poca circulación de ciudadanos colombianos al realizar compras en los negocios comerciales de la urbe. Al estar el tipo de cambio a favor los ciudadanos

ecuatorianos se beneficiaron, puesto que los productos los conseguían a bajo precio, de tal manera que los ciudadanos del interior del país decidieron viajar para adquirir bienes y productos en el vecino país Colombia, lo que ocasiono bajos ingresos en ventas que produjo el cierre de los negocios.

Por consiguiente, se da a conocer como el negocio comercial es afectado por los factores externos, debido a que el comercio es una alternativa factible para quien desee emprender y generar sus propios ingresos. Se tuvo en cuenta el sector comercial: la educación superior, realidad de frontera, política pública, flujo comercial, sistema financiero local, y eventos que están dentro de los factores externos antes mencionados que aportan al desarrollo económico en la presente investigación. Los negocios comerciales son emprendimientos que en su mayoría surgen por necesidad, de manera individual buscan un mejor porvenir, es por ello que estos surgen a base de la experiencia o por cuestiones familiares.

En el ámbito político, para el sector comercial en Tulcán, por parte de las autoridades provinciales se ha realizado programas de capacitación que ayudan siempre a aprender algo nuevo, como “marketing, servicio al cliente, educación financiera, finanzas personales, registros contables básicos y manejo de redes” que son temáticas interesantes para los dueños de los negocios que deseen fortalecer e incrementar sus ingresos. Lo importante, es que los conocimientos adquiridos los pongan en práctica al momento de que llegue el cliente, debido a que son factores que influyen al momento de realizar la compra ya sea el producto, la atención, la organización (perchas) elementos a tener en cuenta en los negocios para que el cliente/consumidor regrese otra vez, aquí la importancia de generar una buena impresión al momento que se ingrese al local comercial. Para que se den estos resultados positivos es necesario el compromiso en la participación de los involucrados.

En cuanto a los eventos culturales que se realiza es con la finalidad de reactivar la economía, sin embargo, los resultados obtenidos en el sector comercial son indiferente a estas actividades, consideran el poco compromiso por parte de los ciudadanos al momento de adquirir productos nacionales. Si el propósito de los eventos es contribuir a una mejor economía no se ha cumplido con el objetivo, lo cual manifiestan ayuda a sus proveedores ante la situación económica que presentan, pues al no tener muchos ingresos en las ventas desean realizar promociones, pero sus proveedores no les dan apertura de mayores ofertas de los productos nacionales.

Por otra parte, los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán, se dedican al comercio de venta de prendas de vestir, víveres, artículos para carros, accesorios de limpieza, es decir que existe mayor competencia en estas sectores, sin embargo, la provincia del Carchi tiene mucho que explotar otros ámbitos tales como la gastronomía, atractivos turísticos, la propia cultura, el fomentar estos aspectos permite que se circule mayor población en la localidad que contribuyen con el desarrollo económico.

En este aspecto del desarrollo económico quienes intervienen es el sector financiero local, sus ofertas de créditos, variedad de cooperativas permite generar oportunidades para el sector empresarial siempre y cuanto tenga un adecuado manejo de las finanzas de los negocios, de ello, al tener un eficiente uso permite realizar mayor innovación, crecimiento en los negocios comerciales a través de incremento de variedad de productos, infraestructura, personal capacitado entre otros, así sobresalir en el entorno competitivo que se encuentra para crear nuevas oportunidades de negocios. Para que exista innovación es necesario tener el apoyo de la academia a través de los proyectos de investigación y vinculación con la sociedad que contribuyan al mejoramiento y solución de problemas, debido a que el conocimiento a través de ello se indaga para conocer las necesidades de los negocios así generar valor agregado.

El comercio contribuye al desarrollo de la economía local, por lo tanto, es un sector al cual se debe apoyar los gobiernos, entidades del sector público, privado y consumidores, de igual manera ante las falencias que se presentan en la localidad se debe buscar oportunidades, alternativas que permitan el desarrollo, crecimiento del sector comercial. Para los dueños de negocios es necesario tener clara su visión a través de sus objetivos, estar en constante mejoramiento, porque el entorno comercial se vuelve más competitivo y quienes están al tanto sobresalen en el sector, los negocios comerciales deben comprender el valor del cliente para tener una relación agradable, de ello ayuda al incremento de ventas, que genera mayores utilidades, a través de la adquisición de productos por parte del cliente.

A continuación, se analiza la influencia en los negocios comerciales de acuerdo a los componentes que se investigan, tales como: Educación superior, Realidad de frontera, Política pública, Flujo migratorio, Sistema financiero local, y Eventos.

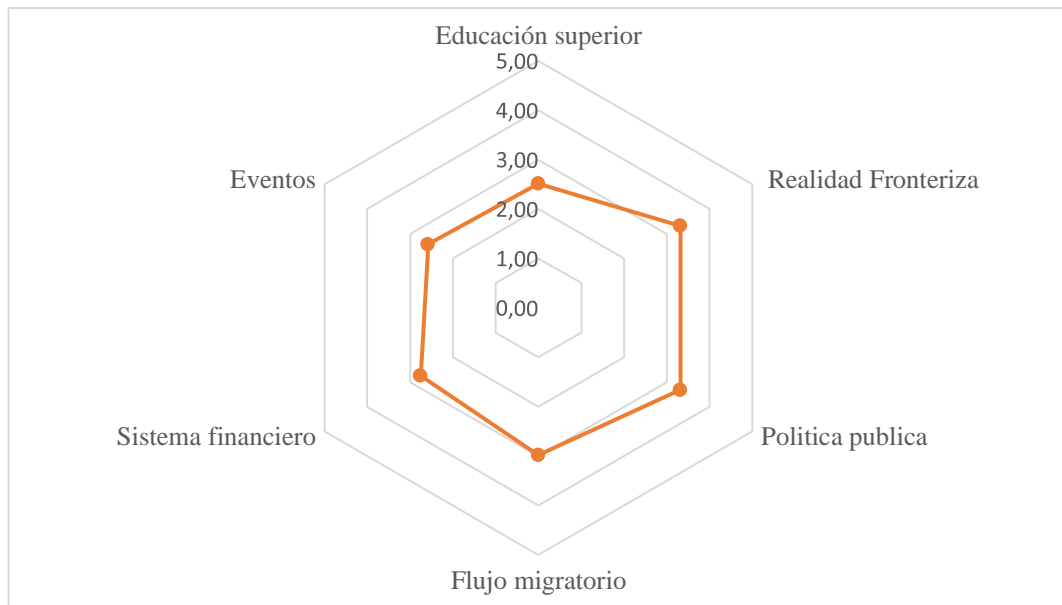


Figura 29. Componente Externalidades
Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

En esta figura 29, se observa que el componente de mayor influencia en la investigación es realidad fronteriza y políticas públicas, es decir, al estar geográficamente ubicada hace que exista mayor dinámica comercial y la intervención del gobierno.

4.2.1. Educación superior

La responsabilidad del estado en las universidades se entiende como el bienestar social que otorga un beneficio, de esta manera se corrigen las fallas de mercado porque existe investigación y desarrollo, obteniendo diferentes beneficios por ejemplo mejor calidad de vida, sociedad más educada, pensamiento crítico, lo cual, la presencia de universidades beneficia en gran parte a la colectividad. Por ello las universidades están en el deber de trabajar conjuntamente con la sociedad a través de proyectos de vinculación, investigación, publicaciones científicas, de igual manera en formar profesionales que contribuyan al desarrollo del país, solucionando problemas sociales, económicos, es así Burbano (2015) citado a Sánchez manifiesta que: “la universidad es fuente de creación, adaptación, transformación y difusión de conocimientos, dándole variadas y cambiantes responsabilidades sociales, económicas y políticas”. Es decir, la universidad dentro de su campo genera mayor participación que incluye a la ciudadanía a través de la investigación, educación y desarrollo generando así externalidades positivas.

Tabla 11. *Análisis de Componentes principales Educación Superior*

Educación Superior	Componente
	1
Proyectos de investigación	,867
Egresados de las universidades	,807
Proyectos de vinculación	,792
Gestión de Universidades	,735

Fuente: *Negocios Comerciales -Tulcán*

Con respecto a la tabla 11, representa al componente educación superior, donde el ítem de mayor influencia es los proyectos de investigación, mismo que beneficia por ser zona de integración fronteriza, realizan diferentes eventos de instituciones públicas-privadas, además de capacitaciones, Al existir universidades en la ciudad permite que el dinero se quede en el lugar que se encuentran, ya que el gasto del estudiante genera ingresos en los negocios, caso contrario por continuar con su carrera profesional emigran a otras universidades, lo cual genera fuga de dinero.

En base a los resultados obtenidos e investigaciones por autores en el sector de educación Cordero (2016) en su artículo “Políticas públicas educativas en planes de la nación del siglo XXI Venezuela 2007-2013 vs Ecuador 2007-2010” recomienda: “la necesidad de generar un constructo para develar la heurística y racionalidad de las políticas públicas (...) a fin de re-evaluar los procesos o “artefactos” de seguimiento y evaluación de las políticas y planificación pública hacia el sector educativo(...). En este sentido las políticas públicas en la educación son de gran impacto porque se beneficia la colectividad, de manera especial los profesionales en formación.

Por lo tanto, se ha tomado como referencia la Teoría del Capital Humano, propuesta por Theodore Schultz (1960) “...trata que los individuos inviertan en educación para incrementar sus capacidades productivas individuales”. Además, Alfred Marshall en su obra *principios de economía* menciona que “un hombre educado puede compararse con una maquina cara” (Velásco, 2011). Es decir, al existir inversión en el talento humano el efecto de la educación superior aumenta la productividad, debido a que en la formación

universitaria se impulsa el espíritu empresarial, emprendedor que contribuyen así al sector al desarrollo económico.

4.2.2. Realidad fronteriza

La ciudad de Tulcán al estar ubicada geográficamente al norte de Ecuador es una zona de frontera, esto implica que comerciantes y consumidores estén al tanto del tipo de cambio al momento de realizar compras, ventas de un bien o servicio, la devaluación del peso colombiano frente al dólar ha afectado de manera negativa al sector comercial, así manifiesta Cahuasqui (2016) que: “La ciudad ha experimentado un declive en su actividad económica, los turistas que vienen del interior del país prefieren adquirir productos (víveres, ropa, zapatos, artículos tecnológicos entre otros) al otro lado de la frontera. Los costos de estos son más bajos”. Es así que los ciudadanos ecuatorianos en épocas de feriado y fines de semana al estar el tipo de cambio a favor realizaban sus compras en las ciudades Pasto-Ipiales, pues los productos los conseguían a mitad de precio.

De los componentes estudiados la realidad de frontera en los negocios comerciales es una externalidad positiva que ha influido. Dentro de este componente se estudió la externalidad de la devaluación del peso, contrabando y seguridad del negocio.

Tabla 12. *Análisis de Componentes principales Realidad Fronteriza*

Realidad Fronteriza	Componente
	1
Devaluación del peso colombiano	,824
Contrabando en el negocio	,814
Seguridad del negocio	,813

Fuente: Negocios Comerciales -Tulcán

En lo que se refiere a la tabla 12 indica al componente realidad fronteriza, lo cual la seguridad del negocio por ser zona de frontera Herrera, G (junio 2018) impulsó la conferencia denominada *Desarrollo económico y de seguridad en la frontera* su objetivo fue “aportar con lineamientos que sirvan de instrumento a las autoridades, sectores productivos, académicos, instituciones encargadas de la seguridad y ciudadanía en general, para obtener nuevos horizontes que garanticen el desarrollo, seguridad y bienestar de los habitantes de la provincia” En este ámbito al ser zona de integración es importante conocer el análisis serio y objetivo de seguridad, ayuda a adaptar políticas públicas que benefician

al sector comercial, es decir los inversionistas tengan confianza al momento de invertir y crear nuevas oportunidades en el comercio local.

4.2.3. Política pública

El sector comercial ha enfrentado bajos niveles de rentabilidad comparado a los tiempos de bonanza, al generar este problema de renta el comercio pide la intervención de políticas públicas que mediante medidas de orden y control ayuden a una economía estable que beneficie al sector comercial. En este componente se tuvo que el ítem más influyente LA Canasta transfronteriza y como menor atribución el “patente municipal” generando un componente extra como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 13. *Análisis de Componentes principales Política Pública*

Política Pública	Componente	
	1	2
Canasta transfronteriza	,846	-,226
Proyecto "Mi negocio Crece"	,732	-,225
IVA	,718	,172
Patente Municipal	,249	,934

Fuente: Negocios Comerciales -Tulcán

La tabla 13, indica que la canasta trasfronteriza tiene influencia con ,84 es decir los comerciantes se beneficiaron de esta política adaptada por gobierno nacional. Por otra parte la intervención del gobierno provincial en el proyecto “Mi negocio crece” benefició al sector comercial a través de capacitaciones en diferentes temáticas, estos conocimientos que adquieren se deben poner en práctica, para cumplir con los objetivos propuestos del proyecto y así potenciar la gastronomía, la cultura, atractivos turísticos de la localidad. Finalmente, Cordero (2016) manifiesta que la política pública de cualquier naturaleza es exitosa, si es efectiva, significativa: lograr/ejecutar lo acordado, es decir, lo planificado. Cuando lo planificado se diseña con visión propositiva la población estará mejor que antes. (p.17).

El IVA, son políticas basadas en el mercado, en este caso se investigó la aproximación del efecto que causa en el local comercial, como parte de externalidades intervienen los impuestos pigouvianos que busca corregir, prevenir las externalidades negativas y promover las positivas. Pigou afirma que “el que contamina paga” por lo que el estado debe velar por

el bienestar de los habitantes. Mientras que Coase propone arreglos entre sí, sin la intervención del estado, por lo tanto, el que más beneficia a este sector es el Teorema de Ronald Coase, porque son acuerdos particulados entre los afectados.

De tal manera que el sector comercial debido a los bajos ingresos recomienda se debe bajar los impuestos para poder competir en el mercado, es así que, los gobiernos deben tomar medidas necesarias para sacar proyectos que ayuden a mejorar la crisis que atraviesan. Existen diferentes alternativas para fomentar el desarrollo comercial y que mejor con el Teorema de Coase que se puede llegar a un convenio.

Otra de las medidas adoptadas por el Gobierno Central para reactivación de la economía en las fronteras es la “ley de desarrollo fronterizo” una de las políticas que aportan beneficios para los sectores económicos como el comercio, transporte, empresarios, agricultores, artesanos, entre otros. Esta nueva ley aprobada por la Asamblea Nacional (2018) contempla beneficios para la zona de frontera en Ecuador entre ellas: “viabiliza la exoneración total o parcial de tributos y aranceles en la importación de equipos, busca abrir canales de acceso a créditos” estos son algunos de los beneficios que brinda esta ley para los sectores económicos en zonas de frontera, permitiendo la reactivación de la economía y sobre todo la protección de los principales sectores económicos. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados tienen la prioridad para establecer políticas públicas que apoyen al desarrollo a fin de mejorar el desarrollo socioeconómico.

Por lo anterior, las políticas públicas son de gran apoyo para los comercios de la ciudad de Tulcán, aportando con nuevas oportunidades que contribuye al éxito de los mismos, de tal manera que genera el buen vivir de los beneficiados, ya que con la implementación de políticas públicas y de manera específica a los negocios comerciales, los recursos serán distribuidos de la mejor manera, es decir que los programas y proyectos comerciales permite ser competitivos en el mercado.

De igual manera con la ley de desarrollo fronterizo permite reactivar la economía, ya que incentiva a la creación de pequeñas y medianas empresas, al estar en zona de frontera, de esta manera Robles (2018) asegura que “se necesita de políticas públicas que atiendan las necesidades de todos los poblados”, es así que en el comercio se beneficiará en lo que respecta al “tributos y aranceles, abrir canales para acceso a líneas de crédito preferenciales en las instituciones financieras públicas para capital de trabajo y nuevas inversiones”. Cabe

mencionar que esta ley fue aprobada el 3 de mayo de 2018 que beneficia a todos los sectores antes mencionados.

4.2.4. Flujo comercial

Los cambios en las culturas desde años pasados ha tomado fuerza dando paso al flujo comercial, nuevos conocimientos y sobre todo las políticas económicas adoptadas por gobernantes son las principales causas para el desplazamiento geográfico de las personas, otro aspecto a considerarse es la globalización y adaptabilidad de nuevas tecnologías ocasiona la búsqueda de nuevas oportunidades de vida, sobre todo el cambio en las tendencias de las personas factor decisivo para el cambio de lugar de nacimiento por otro. Por ejemplo, se puede palpar el afluente migratorio venezolano que desde finales del año 2017 ciudadanos de este país se aventuran en un viaje y búsqueda de nuevos países para mejorar la calidad de vida de su familia considerando como uno de los países de destino; Ecuador, Chile, Argentina, Perú, todo este fenómeno es causado por la política de gobierno manejado por el presidente. Para analizar este contexto mencionamos a Aja (2014) quien menciona lo siguiente:

El análisis de las migraciones internacionales indica que los factores que explican e intervienen en el inicio del proceso migratorio, es el resultado de las tensiones que se producen entre las expectativas de los actores y el estatus social. (...). La migración en este contexto aparece como una opción para satisfacer tales expectativas no satisfechas en los lugares de origen. (p. 11)

Tal es el caso, que las migraciones causan un impacto económico al Ecuador pues el hecho de tener un ingreso de personas de otro país no solo significa aumento de población, si no también es visto para los migrantes como un país estable, además, el afluente migratorio también se puede caracterizar para potenciar los sectores económicos como el turismo, comercio.

Cabe mencionar que flujo comercial venezolano para la ciudad de Tulcán no está generando impacto económico en el sector, este es considerado como una externalidad negativa, con el desplazamiento de migrantes del país vecino Colombia y Venezuela ha causado el desempleo, mendicidad, incremento de trabajos informales, lo cual, genera incomodidad para la ciudadanía y sobre todo a los negocios comerciales que se sienten amenazados por

la presencia de extranjeros que han tomado a Ecuador como su lugar de residencia. Un aspecto negativo que las autoridades del sector han tomado como referente que la ciudad de Tulcán esta únicamente siendo usada como paso hacia el interior o sur del país, de este modo no se puede considerar a los migrantes como un punto impulsador de la economía tulcanaña y sobre todo el incremento de los ingresos de los locales comerciales.

Tabla 14. *Análisis de Componentes principales Flujo comercial*

Flujo Comercial	Componente
	1
Movilidad de colombianos y venezolanos	,851
Desplazamiento de ecuatorianos del interior del país	,716
Turismo Nacional	,658

Fuente: Negocios Comerciales -Tulcán

En la tabla 14, se puede evidenciar que la movilidad de los ecuatorianos a la ciudad de Ipiales es la externalidad que más influye en el componente flujo comercial, es decir, la afectación que tienen los comercios se da por la adquisición de los productos colombianos, no aporta a los ingresos de los comerciantes porque no genera impactos económicos, la principal causa de visita a la ciudad de Ipiales la realizan por motivos de compra y en algunos casos por turismo. Cabe mencionar que la educación es un pilar fundamental para este tipo de fenómenos pues el poder adquisitivo hace que los recursos de las familias mejoren y así estas opten por viajar en este caso a la ciudad de Ipiales en búsqueda de productos, otro de los atractivos es la política devaluatoria haciendo que sus productos sean más económicos en comparación con los precios en la ciudad de Tulcán.

4.2.5. Sistema financiero local

El crecimiento de la economía y sobre todo el desarrollo de los comercios en la ciudad de Tulcán debe estar vinculado con el sistema financiero, tal es el caso que aproximadamente la ciudad cuenta con un total de 7 sucursales de la banca privada (bancos), y aproximadamente 7 Cooperativas de Ahorro y Crédito, siendo estas las opciones más comunes para la búsqueda de financiamiento por parte de los comerciantes. Una desventaja de la existencia de estas en la ciudad se ha convertido en una competencia desequilibrada. Según, Carvajal, Quinde & Urgilés (2017), “la presencia de varias instituciones financieras establecidas en la ciudad de Tulcán, han generado un desequilibrio en la sobre oferta de créditos”. Es decir, la variedad existente del sector financiero a ocasionando una

incertidumbre para los comerciantes pues al momento de la búsqueda de créditos o financiamiento para sus negocios no saben cuál de todas sea la mejor opción optando por acceder a créditos llamativos, pero en ocasiones con un alto precio sobre todo con una elevada tasa de interés, o a plazos cortos, con esto incurriendo al sobre endeudamiento.

Otro aspecto a tomar en cuenta es el conocimiento de finanzas personales, la gran mayoría consideran que manejar finanzas personales contribuye al crecimiento de los comercios, es decir, separar los recursos obtenidos por las ventas de los locales segregando una parte para ahorro o reinversión esto es beneficioso para la búsqueda de nuevas oportunidades de éxito, como el crecimiento o ampliación a nuevas sucursales convirtiendo de este modo a la ciudad de Tulcán un área comercial en la siguiente tabla se evidencia el comportamiento del sistema financiero local.

Tabla 15. *Análisis de Componentes principales Sistema Financiero Local*

Sistema Financiero Local	<u>Componente</u>
	1
Microcréditos de Instituciones Financieras	,907
Variedad de oferta de las Cooperativas de Ahorro y Crédito	,886
Oferta de préstamos informales (chulco)	,506
Conocimientos de finanzas personales	,489

Fuente: Información del estudio muestral a los Negocios Comerciales -Tulcán

En la tabla 15, indica que al hablar de sistemas financieros locales es preciso mencionar las diversas formas para obtener financiación, por ejemplo: créditos bancarios, préstamos formales e informales, en los últimos años se ha registrado un progreso en las actividades comerciales a través de los apoyos que brindan las Cooperativas a los sectores productivos, un aspecto negativo es el desconocimiento de cómo llevar sus finanzas personales impidiendo el fácil acceso a microcréditos así mencionamos a Foschiatto & Stumpo (2006) afirman:

Las microempresas, localizadas en áreas tanto urbanas como rurales, se caracterizan por ser actividades económicas a pequeña escala que operan en diversos sectores, como comercio, servicios, agricultura y artesanía (...). La carencia de recursos no permite muchas inversiones y los microempresarios no tienen acceso a recursos financieros.

Es decir, los negocios en la ciudad de Tulcán son pequeños, los sistemas financieros limitan mucho los préstamos, impidiendo el crecimiento de los mismos, el problema más evidente es la poca utilización de tecnología, los propietarios de locales comerciales que logran acceder a microcréditos en ocasiones lo hacen a una alta tasa de interés.

Otro aspecto negativo es el sobreendeudamiento de los comerciantes quienes optan por adquirir nuevos créditos para cubrir con las deudas vencidas y sobre todo para cubrir las necesidades básicas, este no es un factor positivo pues las ventas que tienen los locales comerciales no siempre superan a los gastos que estos tienen. Por tanto, no es favorable que los comercios decidan buscar solventar las deudas con nuevos préstamos.

4.2.6. Eventos culturales

En la actualidad el desarrollo de eventos culturales se ha convertido en un pilar de la economía, la reactivación y el recibimiento de turistas nacionales y extranjeros hacen de las ciudades más dinámicas y competitivas de ahí nace la necesidad de la creación o desarrollo de estos eventos culturales, con el objetivo principal es generar el impulso a las ventas, atracción de turistas, llegando a convertirse en el principal atractivo para la inversión en la compra de productos locales. Según Clark (citado por Cuadrado) en *“Mercados Culturales Doce estudios de marketing”* (2010): “Los eventos y festivales culturales son aquellos eventos sociales celebrados periódicamente en los que los miembros de una comunidad participan, directa o indirectamente siendo este el medio para implementar un proyecto estratégico” (p. 60). Es decir, los gobernantes buscan en los eventos culturales el impulso de la economía, dentro de los principales tenemos: festivales, pregones, desfiles; convirtiéndose en un apoyo por parte de las autoridades locales a los comerciantes. En sí los eventos culturales se han convertido en principal fuente de innovación contribuyendo a creación de nuevos emprendimientos locales y sobre todo empleo, mayores ingresos, con la presencia de este tipo de festividades hacen que las economías se activen.

Cada evento cultural o deportivo trae consigo un incremento de ventas en determinados productos, esto no quiere decir que los productos dejen de ser vendidos, un aspecto negativo que ha tomado a los consumidores es que decidan adquirir productos colombianos, donde está en juego la devaluación de la moneda.

Tabla 16. *Análisis de Componentes principales Eventos*

EVENTOS	COMPONENTE
	1
"Carnaval del sol"	,898
Ciclos paseos, 14k, desafío del páramo	,845
Eventos culturales	,770
Pregones, desfiles	,761

Fuente: Negocios Comerciales -Tulcán

En la tabla 16, se evidencia la externalidad que más influye en el componente es el carnaval del sol y los ciclos paseos, en cuanto al carnaval del sol podemos hacer una comparación con el “*carnaval multicolor de blancos y negros*” desarrollado en el país vecino Colombia es un ejemplo práctico generar más ingresos a la economía, este no solo atrae a turistas nacionales sino a extranjeros actualmente considerado como una de las fiestas más importantes. Es por ello que la idea de la implementación del carnaval del sol en la ciudad de Tulcán es una estrategia de gobernantes. Sin embargo, la idea no es bien vista por los comerciantes pues optan por la adquisición e importación de productos mas no optan por la producción nacional, otro aspecto negativo de esto es que la presencia de estos eventos hace que las calles principales son cerradas, haciendo que obligadamente algunos locales cierran por seguridad. Otro de los aspectos importantes es que cada uno de los eventos contribuyen a las ventas de un solo producto haciendo que los comerciantes en casos busquen adquirir más de ese producto vendible dejando de lado el giro o razón social por la cual fue creado el negocio.

En tabla 17, se indica las externalidades más influyentes, es decir la reducción de ítems como parte del análisis factorial, en el lado horizontal se encuentra cada componente, como componente uno corresponde a eventos, componente dos a realidad fronteriza, componente tres a educación superior, componente cuatro a sistema financiero local, componente cinco política pública y componente seis a flujo comercial, eso permite hacer un análisis global de la investigación para ver que externalidades son las que más influyen en los negocios comerciales.

Tabla 17. Reducción de dimensiones

	Componente						
	1	2	3	4	5	6	7
"Carnaval del Sol" :	,887			,103	,157		
Ciclos paseos, 14K, desafío del páramo	,838	,111				,142	-,171
Pregones, desfiles	,724					,258	,297
Eventos culturales	,700	-,204	,186	,380			,180
Seguridad del negocio		,791	-,119				,259
Contrabando	,118	,786			,132	-,103	-,194
Devaluación del peso colombiano	-,109	,741	-,166			-,113	,112
Desplazamiento de ecuatorianos del interior del país		,664			,158	,305	
Proyectos de investigación			,848	,190		,196	
Proyectos de vinculación		,146	,816			,259	-,133
Egresados de las universidades	,179	-,247	,738		,221		,127
Gestión de Universidades		-,139	,660	,288	,293	-,150	,140
Variedad de oferta de las Cooperativas de Ahorro y Crédito	,322		,149	,797	,222		,128
Microcréditos de Instituciones Financieras	,314		,160	,770	,108	,134	,224
Conocimientos de finanzas personales	-,215	,204	,157	,610	-,215	,212	
Canasta transfronteriza		,168		,110	,882		
Proyecto Mi negocio Crece	,273		,211	,163	,639	,179	-,135
IVA		,178	,123	-,184	,609	,150	,306
Turismo Nacional	,122		,215			,818	
Oferta de préstamos informales (chulco)	,137			,188	,192	,679	
Movilidad de colombianos y venezolanos	,125	,436	,117	,187	,255	,470	,240
Patente Municipal				,196			,854

Fuente: Información obtenida del instrumento aplicado

Como resultado de la reducción de factores se tomó en cuenta los ítems principales con una covarianza de 0,816, los que tienen menor valor no se toman en cuenta porque tienen una correlación secundaria, esto no quiere decir que no sean importantes para el estudio, más bien depende de la actividad comercial a la que se dedica, es decir como las papelerías, abarrotes, electrodomésticos, su afición depende cada cual el segmento de mercado.

Al decir que los eventos, como carnaval del sol, ciclo paseo, 14k están alineados al negocio que ofrecen productos deportivos, artesanales, mismo que se lo realizan una vez al año es decir su influencia no esta reflejada en las ventas diarias, más bien esperan un largo tiempo para poder beneficiarse.

Los proyectos de investigación y vinculación son de gran importancia porque permite el intercambio de ideas entre academia y sociedad generando así solución de los problemas entre los involucrados que beneficie a los comerciantes de Tulcán.

La Canasta Transfronteriza afectó positivamente a los comerciantes porque adquirieron mercaderías de producción internacional a menores precios y con reducción de impuestos, haciendo que determinados sectores incrementen su gama de productos y por ende aumentar sus ventas.

El Turismo nacional es otro factor que afecta a los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán, el impacto causado es directamente en las ventas porque los visitantes optan por trasladarse a la ciudad de Ipiales por abaratar costos en sus compras.

La Patente Municipal es un aspecto importante que los comerciantes consideran como un factor clave para el inicio de sus actividades, afectando positivamente porque es un respaldo que tienen los comerciantes.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Con un 83% se evidencia que la actividad comercial predomina en la ciudad de Tulcán, siendo la primera fuente de ingresos para los ciudadanos.
- Se concluye que el 54% de mujeres son quienes dirigen los locales comerciales, frente a un 46% que son hombres, en si este dato evidencia que el género femenino tiene más control en emprendimientos.
- En cuanto a sistema financiero, 40% no se afecta en positivo de la oferta de microcréditos, así mismo 41% se ve afectado por la variedad de cooperativas, los comerciantes consideran que la variedad hace que exista más competencia y por lo tanto acceder a financiamientos se vuelve una decisión difícil. Mientras que el 47% se ve afectado de manera positiva en lo que confiere a los conocimientos del manejo eficiente de sus finanzas personales en relación a la gestión del negocio.
- Los eventos culturales actualmente son considerados como impulsores de la economía, el 54% de los comercios manifestó podría ser más favorable el efecto en los negocios comerciales, eventos culturales de distintas instancias, de igual manera 39% ve al carnaval del Sol, Ciclo Paseo y 14k como débil en favorecer sus negocios, finalmente el 36% de comerciantes tienen la expectativa de efecto bajo de los pregones y desfiles.
- La educación superior es fundamental en las ciudades, se tiene una sociedad más educada con mejores ingresos que benéfica al sector comercial, lo que permite que entre mejores ingresos económicos aumenta el consumo en los negocios, dentro de este componente los proyectos de vinculación son los que más contribuyen a los negocios de manera favorable con el 27%.
- La realidad fronteriza se vuelve dinámica en todas las actividades comerciales, por el hecho de que las personas se trasladan de Colombia y Ecuador, mismo que se ve afectado por el tipo de cambio que tiene cada país. En la investigación se concluye que el 55% de comerciantes se benefician por la devaluación del peso colombiano.
- Las políticas públicas son intervenciones de gobiernos locales y nacionales que benefician al sector comercial cuando corrigen las falencias del mercado, todos los proyectos que se realizan ayudan a los negocios puedan optar por nuevas alternativas de desarrollo. En este componente de política pública el 39% contesto que le afecta

de manera positiva en el IVA en ventas, mientras que el 44% es indiferente a la canasta transfronteriza.

- El flujo comercial está asociado con las políticas económicas, la ciudad de Tulcán al ser un límite fronterizo es visitado por migrantes venezolanos, colombianos y turistas, con respecto a los negocios comerciales el 35% de comerciantes es afectado de manera positiva por la movilidad de ecuatorianos del interior del país de la ciudad de Ipiates, de igual manera el 30% se beneficia del turismo nacional.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que los negocios comerciales, gobiernos, instituciones públicas y privadas interactúen entre sí para fomentar y buscar el bien común, mismo que les proporcione soluciones y estrategias para corregir los efectos negativos de las externalidades.
- Que los gobiernos locales apoyen a las mujeres para la creación de emprendimientos, brindando capacitaciones en diferentes áreas, que ayuden en el crecimiento.
- Que los comerciantes opten por la compra y venta de productos nacionales y así incentivar la producción.
- Que los proyectos de vinculación e investigación de las universidades contemplen de forma plausible la atención de las necesidades de las localidades, para fomentar real desarrollado a nivel social, y económico. Dichos proyectos se den a conocer a los sectores involucrados en este caso (sector comercial) para así compartir conocimientos y soluciones prácticas a los problemas.
- Por ser zona de integración fronteriza la actividad comercial debe buscar nuevas alternativas de desarrollo a través de sus productos para generar fuentes de ingresos, es necesario que las instituciones de seguridad y control intervengan cuando los negocios comerciales lo requieran para mantener una eficiente organización.
- Es importante la aplicación de políticas públicas, se recomienda que los gobiernos locales y nacionales establezcan estas normativas para la mejora de las externalidades negativas.
- Se recomienda que los sistemas financieros locales deben dar a conocer mejor las ofertas de créditos, para que los comerciantes puedan acceder a un préstamo con facilidades de pago y así mejorar la situación en la que se encuentran.
- Los locales comerciales y gobiernos deberían buscar estrategias promocionales para fomentar las compras, dando a conocer las principales ventajas de la producción nacional.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilar, C. R., & Lima, M.A. (2009). *Eumed.net*. obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccsc/05/aalf.htm>
- Álvarez, J. (abril de 2013). *El Telégrafo*. Recuperado el 14 de abril de 2018, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/externalidades-12-que-genero-el-invierno-en-el-sector-agricola>
- Arteaga, J. R. (1997). *Nociones fundamentales de derecho tributario* (2ª ed. ed.). Santa Fe de Bogotá: Rosaristas. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Ax7ocva1hc4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Asamblea Nacional. (17 de mayo de 2018). Registro oficial. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Desktop/APEL-ASAMBLEA-Ley-organica-de-desarrollo-fronterizo-RO-Suplemento-243-17-05-2018.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (31 de julio de 2016). *Monitoreo de los principales indicadores Internacionales*. Recuperado el 14 de febrero de 2018, de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/RiesgosIntern_jul_16.pdf
- Banco Central del Ecuador. (21 de mayo de 2017). *Banco Central*. Recuperado el 14 de mayo de 2018, de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=petroleo
- Burbano, N. (27 de octubre de 2017). Tulcán necesita 20 litros más de agua por segundo para abastecer al sector. La Hora, pág. A5.
- Burbano, P. P. (2015). Políticas públicas de C+T+I para la universidad, Sathiri Sembrador (9), 164.
- Cahuasqui, E. (2016). Pobreza en la zona de frontera. Compiladores Y. Cordero, & G. Terán, Memorias Seminario por inauguración del Observatorio Socioeconómico de Frontera OSEZIF-UPEC Carchi - Nariño.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2017). *Informe de Posición Estratégica 168*. Guayaquil: Cámara de Comercio. Recuperado el 25 de junio de 2017, de <http://www.lacamara.org/website/Estadisticas/IPE%20168%20Comercio%202016%20y%20Perspectivas%202017-%20Rev.05.pdf>
- Carchi Prefectura*. (Junio de 2018). Obtenido de <https://gobiernoabierto.carchi.gob.ec/es/news/635-conferencia-sobre-desarrollo-economico-seguridad-frontera>
- Case, K. E., & Fair, R. C. (1997). *Principios de Microeconomía*. México. Recuperado el 20 de junio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=Ll5WQ7c5sFQC&pg=PA312&lpg=PA312&dq=.+El+resultado+es+desperdicio+o+una+p%C3%A9rdida+de+valor.++Las+ca>

usas+m%C3%A1s+importantes+est%C3%A1n+la+estructura+imperfecta+del+mercado+o+su+comportamiento+no+competitivo,+la+exis

Cordero, Y. (2010). *Bancarización de las personas de bajos ingresos y la estructura de los sistemas de pago minoristas, caso de análisis: Municipio Valencia, años 2008-2009*. Tesis de Maestría inédita, Postgrado FACES UC. Obtenido de <http://produccion-uc.bc.uc.edu.ve/fichero/produccion.htm>

Cordero, Y. (2016). Alternativas para reactivar la economía; Marketing de servicios. Compiladores V. García Ibarra, & G. Terán, *Memorias - Congreso Internacional Alternativas para el desarrollo de la provincia del Carchi* (págs. 77-98). Carchi: UPEC. Obtenido de https://issuu.com/observatorioupec/docs/libro_i_congreso_alternativas_para_

Cuadrado, M. (2010). *Mercados Culturales Doce estudios de marketing*. Barcelona: UOC. Recuperado el 30 de junio de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=1OlgMFp8g7cC&pg=PA60&dq=Los+eventos+y+festivales+culturales+son+aquellos+eventos+sociales+celebrados+peri%C3%B3dicamente+en+los+que+los+miembros+de+una+comunidad+participan,+directa+o+indirectamente+siendo+este+el+medi>

Darren, G., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step*. Estados Unidos: The University of Michigan.

Delgado, J. P. (22 de marzo de 2013). Repositorio Digital Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 30 de abril de 2018, de <http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/1248/1/T-SENESCYT-00385.pdf>

Diario El Telégrafo. (5 de diciembre de 2016). Red vial de Ecuador. El Telégrafo, pág. 1. Recuperado el 24 de enero de 2018, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/historias-electorales/1/en-la-red-vial-de-ecuador-la-mejor-de-la-region-el-gobierno-inirtio-6-veces-mas-que-los-3-mandatarios-antteriores>

Díaz, A. (1996). *Técnicas de la venta minorista: un enfoque estratégico*. México: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=P3XVBSz-Rm0C&pg=PA31&lpg=PA31&dq=En+el+sector+de+la+venta+solo+tienen+%C3%A9xito+a+largo+plazo+las+empresas+que+saben+acompa%C3%B1ar+y+empaquetar+sus+ventas+en+un+sistema+de+servicios+que+sea+capaz+de+potenciar+la+sati>

Drucker, P. (2006). *La innovación que se funciona: cómo gestionarla, medirla y obtener beneficio*. Barcelona: Deusto.

Fischer, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia* (Vol. 3ª ed.). México: Mc Graw Hill.

GAD de Tulcán, P. (s.f.). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/CARCHI/TULCAN/INFORMACION_GAD/04%20CANTON%20TULCAN/PDOT_CANT%20C3%93N

%20TULC%C3%81N/TOMO%201/03%2001%20DS%20SE%20C%20TULCAN
%20147%20-%20180%20RIM%20CN.pdf

García, D. (31 de octubre de 2017). Se prevé el ingreso de nueve mil turistas en el feriado. pág. 10.

Garrigues, J. (1981). Curso de Derecho Mercantil (el comerciante o empresario mercantil individual, Teoría general de Sociedades Mercantiles). México: Porrúa. Recuperado el 10 de febrero de 2018, de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7592/2/341.582-V152e-CAPITULOS.pdf>

Giddens, A. (1999). Sociología. Madrid: Alianza.

Goldschmidt., R. (23 de 07 de 2009). Curso de Derecho Mercantil. Caracas: Fundación Roberto Goldschmidt.

Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2008). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2010). Resultados Censo 2010. Fascículo Provincial Carchi, 3.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (16 de 11 de 2012). INEC. Quito: INEC. Recuperado el 24 de marzo de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoconomia/info8.pdf>

Jiménez, C. (30 de septiembre de 2015). *Productos tecnológicos, entre ítems de canasta transfronteriza*. Recuperado el febrero de 2018, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/productos-tecnologicos-entre-ite-m-de-canasta-transfronteriza-2>

Kotler, P. (2009). *Dirección de Marketing* (2ª ed.). México: Prentice Hall.

Krugman, P. (2015). Fundamentos de la Economía. España: Reverté.

Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2007). Fundamentos de Economía. Bogotá. Recuperado el 23 de mayo de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=MF8sETKKD7EC&pg=PA254&dq=teorema+de+coase&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj1s5r94cvVAhXIRSYKHUyNC6wQ6AEIKTAB#v=onepage&q=teorema%20de%20coase&f=false>

Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística Aplicada a los negocios y la economía*. México: McGraw-Hill.

Mankiw, G. (2002). *Principios de Economía* (Vol. 2ª. ed.). España: McGraw-Hill.

Mankiw, G. (2015). *Principios de Economía*. México: CENGAGE Learning.

- Martínez, J. I. (03 de abril de 2013). *Eventos culturales en Carchi*. La Hora, pág. 1. Recuperado el 10 de junio de 2018, de <https://lahora.com.ec/noticia/1101496537/eventos-culturales-en-carchi>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2011). *Agendas Para La Transformación Productiva Territorial: Provincia De Carchi*. Tulcán: MCPEC. Recuperado el 5 de mayo de 2018, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-CARCHI.pdf>
- Mochón, F., & Carreón, V. (2011). *Microeconomía Con aplicaciones a América Latina*. México: McGraw Hill.
- Morales, J. S. (2014). *Fundamentos de Economía para la sociedad del conocimiento*. México: McGRAW-HILL.
- Nicholson, W. (2011). *Teoría Microeconómica Principios y ampliaciones*. Querétaro Qro.: Artgraph.
- Ocaña, H. R. (2012). *Dirección Estratégica de los Negocios*. Buenos Aires: Duken.
- Ordoñez, G. (2003). *Manual de análisis y diseño de políticas públicas*. Bogotá.
- Ossorio, M. (2000). *Diccionario de Derecho Procesal Civil*. Buenos Aires: Heliasta. Recuperado el 24 de mayo de 2018, de https://conf.unog.ch/tradfraweb/Traduction/Traduction_docs%20generaux/Diccionario%20de%20Ciencias%20Juridicas%20Politicas%20y%20Sociales%20-%20Manuel%20Ossorio.pdf
- Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Madrid, ESPAÑA.
- Parkin, M. (2006). *Microeconomía*. México. Recuperado el junio de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=QgkEqxMoli8C&pg=PA362&dq=externalidades&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwia_f6etofcAhXqp1kKHUzLBXYQ6AEIJTA#v=onepage&q=externalidades&f=false
- Pigou, A. C. (1920). *The Economics of Welfare*. Recuperado el 17 de 09 de 2018, de <https://www.econlib.org/library/NPDBooks/Pigou/pgEW.html>
- Quirós, J. M. (2011). *Etapas de la Pyme*. España: Diaz de Santos.
- Rojas, S. A. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw Hill.
- Sangoquiza Vallejo, V., & Cordero de Jiménez, Y. (2017). *Medida tributaria una estrategia estabilizadora: aumento del Impuesto al Valor Agregado en Ecuador: 2016-2017*. Ecuador: UPEC. Obtenido de <http://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/320>
- Salvatore, D. (2008). *Microeconomía*. McGraw Hill.
- Schiller, B. R. (2010). *Principios de economía*. Madrid: McGRAW-HILL.
- Schumpeter, J. (2005). *La teoría del empresario innovador de Schumpeter*. México: Ilions.

- Sondergaard, S. (17 de 07 de 2015). Europa está saturada de cerdo: los precios se desploman y las granjas cierran. eleconomista.es.
- Stumpo, P. F. (2006). Políticas municipales de microcrédito. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Recuperado el 25 de junio de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=Q4XF_eVzL1kC&printsec=frontcover&dq=sistema+financiero+local+y+nacional+libros&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwig16DdzYbcAhUBrVvKkHZJTDwUQ6AEIWT AJ#v=onepage&q&f=false
- Suttle, R. (2010). Qué tipos de negocios se consideran minoristas. *La voz de Houston*, 23.
- Velasco, D. (2011). FLACSO, boletín fronteras N°7. Recuperado el 15 de marzo de 2018, de <https://www.flacso.edu.ec/portal/files/docs/fronteras7.pdf>
- Velasco, M. S. (2011). Recuperado el 22 de febrero de 2018, de <https://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulosre228/re3282310861.pdf?documentId=0901e72b81259417>
- Vigo, P. J. (2015). Si lo puedes soñar lo puedes hacer. *Ideas Propias*.
- Villarreal, A. (30 de octubre de 2017). Productores de leche en Carchi preocupados por baja en precio de la leche. *La Hora*, pág. 12.
- Xercavins, J., Cayuela, D., Cervantes, G., & Sabater, A. (2005). Desarrollo sostenible. Recuperado el 15 de marzo de 2018, de https://books.google.com.ec/books?id=4EBpBgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

VII ANEXOS

7.1. Encuesta



ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA



FECHA:

ENCUESTA N°:

OBJETIVO: Analizar las externalidades que influyen en la toma de decisiones de los negocios comerciales de la ciudad de Tulcán, periodo 2017 -2018.

PARTE 1: DATOS GENERALES

1. Género
 a. Femenino b. Masculino
2. Edad
 a. 18 a 28 años b. 29 a 39 años c. 40 a 50 años d. 51 años en adelante

PARTE 2: INFORMACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL

3. De los siguientes sectores señale a cuál pertenece su actividad económica:
 a. Producción b. Comercio c. Servicio
4. ¿Hace cuántos años se dedica a su negocio?
 a. Menor a 2 años b. De 3 a 4 años c. De 5 a 6 años d. De 7 a 8 años e. De 9 a 10 años

En las siguientes afirmaciones le invitamos responder considerando una aproximación del efecto que ha causado las distintas externalidades en la actividad comercial de su negocio. Para llenar los ítems considere que: 5)=Muy positivo 4)=Positivo 3)=No afecta 2)=Negativo 1)=Muy Negativo

EDUCACIÓN SUPERIOR

INDICADORES

5. La gestión de universidades afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
6. Los egresados de las universidades contribuyen a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
7. Los proyectos de investigación que realizan las universidades contribuyen en su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
8. Los proyectos de vinculación con la sociedad contribuyen a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

REALIDAD FRONTERIZA

9. En este local afecta, la devaluación del peso colombiano:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
10. El contrabando afecta en este negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
11. La seguridad de su negocio está afectada por ser zona de frontera:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

POLÍTICA PÚBLICA

12. El IVA afecta en las ventas de su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
13. La canasta transfronteriza afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
14. El proyecto "Mi negocio Crece" afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
15. La Patente Municipal afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

FLUJO MIGRATORIO

16. Este local está afectado por la movilidad de colombianos y venezolanos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
17. Este local es afectado por el desplazamiento de ecuatorianos del interior del país hacia la ciudad de Ipiiales:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
18. El turismo Nacional contribuye a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

SISTEMA FINANCIERO LOCAL

19. La oferta de microcréditos por parte de las instituciones financieras en Tulcán, afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
20. La variedad de oferta de las cooperativas de ahorro y crédito afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
21. Sus conocimientos del manejo eficiente de sus finanzas personales influyen en la gestión de este negocio.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
22. La oferta de préstamos informales (chulco) afecta a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

EVENTOS

23. Los pregones, desfiles afectan a su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
24. Los ciclos paseos, 14K, desafío del páramo afecta su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
25. El "Carnaval del Sol" afecta las ventas en su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
26. Los eventos culturales de la Casa de la Cultura Tulcán afectan las ventas de su negocio:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

OBSERVACIONES DEL MUESTREO

7.2 Tabulación y cálculos de afirmaciones positivas

Nº de encuesta /Item	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	...	total	Escala PT/NT=22
1	3	4	4	4	1	2	1	4	3	3		67	3,05
2	3	3	4	4	1	2	1	4	3	3		61	2,77
3	5	5	5	3	3	3	1	2	2	3		73	3,32
4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	2		64	2,91
5	3	4	4	3	2	2	2	4	2	3		66	3,00
6	3	3	3	3	1	4	1	3	2	2		57	2,59
7	3	2	2	2	5	5	5	2	5	3		78	3,55
8	3	1	3	3	5	4	4	5	5	3		64	2,91
...													
124	1	1	1	1	5	1	3	1	1	1		36	1,64
125	1	1	1	1	2	3	4	1	2	3		42	1,91
126	1	1	1	1	3	2	3	2	1	1		38	1,73
127	2	3	1	1	5	3	3	3	3	1		40	1,82
SUMA	16	302	332	347	444	406	415	389	365	324		7819	355
PROMEDIO		2,3	2,4	2,6	2,7	3,5	3,2	3,3	3,1	2,9	2,6	61,6	2,8
DESV.		1,1	1,1	1,2	1,3	1,5	1,4	1,3	1,3	1,1	1,0	11,9	0,5
VARIANZA		1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0	3,4	0,7

7.4 Mapa de Tulcán

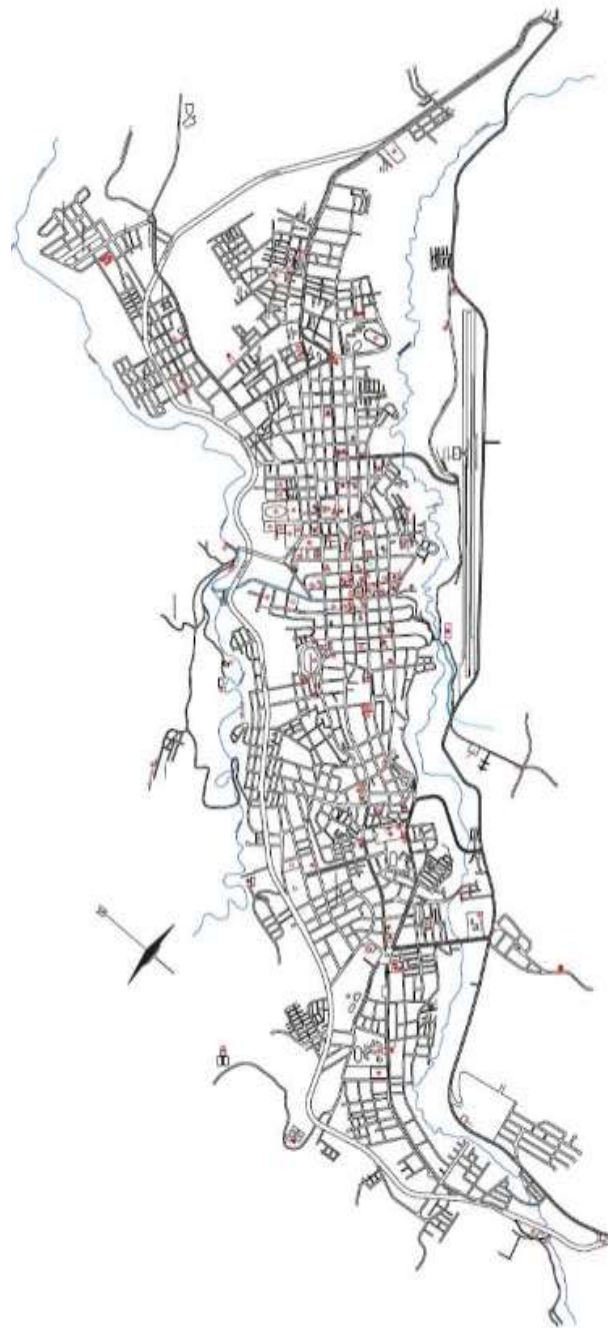


Figura 30. Mapa de Tulcán

Fuente: Mapa suministrado por *GAD de Tulcán*.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: ANA GABRIELA AGUAS BUITRON
NIVEL/PARALELO: TITULACION

CÉDULA DE IDENTIDAD: 040178692-6
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Análisis de externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. FREDDY QUINDE
LECTOR: MSC. VERÓNICA GARCÍA
ASESOR: MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMENEZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 111
FECHA: 03 de septiembre de 2018
HORA: 08H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,30
2) Trabajo escrito 2,30
Nota final de PRE DEFENSA 7,60

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 03 de septiembre de 2018


MSC. FREDDY QUINDE
PRESIDENTE


MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMENEZ
TUTOR


MSC. VERÓNICA GARCÍA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: LUZ DALY MAGDALENA TUCANES RIVERA
NIVEL/PARALELO: TITULACION

CÉDULA DE IDENTIDAD: 175171238-9
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL - AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Análisis de externalidades que influyen en los negocios comerciales en la ciudad de Tulcán

Tribunal desigando por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. FREDDY QUINDE
LECTOR: MSC. VERÓNICA GARCÍA
ASESOR: MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMENEZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 111
FECHA: 03 de septiembre de 2018
HORA: 08H00


Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa: 5,30
2) Trabajo escrito 2,30
Nota final de PRE DEFENSA 7,60

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 03 de septiembre de 2018


MSC. FREDDY QUINDE
PRESIDENTE


MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMENEZ
TUTOR


MSC. VERÓNICA GARCÍA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones