



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA, MENCIÓN FINANZAS

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO

**TEMA: ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS
UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA CIUDADELA LOS CEIBOS CON
APLICACIÓN A LAS TIC'S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO A
FUTURO**

Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Economía, Mención
Finanzas.

AUTORA: María José Fuentes Hernández

Ibarra, 6 de Diciembre del 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Ingeniería en Economía, mención Finanzas es una recopilación de datos e información para proceder al “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA CIUDADELA LOS CEIBOS CON APLICACIÓN A LAS TIC’S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO A FUTURO”, con base en la investigación efectuada en la población ibarreña, sector Los Ceibos. Para la recopilación de datos se utilizaron instrumentos como las encuestas y entrevistas de fuentes primarias y secundarias lo que me permitió realizar una descripción y análisis de la temática, utilizando un procedimiento de investigación participativa y observación directa de la problemática, verificada a través de indicadores por medio del estudio de variables, para clarificar y definir objetivos que den respuesta a las incógnitas planteadas.

A través del estudio realizado, se pudo determinar cuál ha sido el índice de crecimiento comercial de las unidades productivas de cada una de las actividades económicas, del barrio los Ceibos, el cual será llevado a un Observatorio Socioeconómico, con el objetivo de contar con un análisis y diagnóstico, que a su vez proporcione un servicio de referencia para conocer la situación y evolución del sector.

EJECUTIVE SUMMARIZE

This final report of Work Degree from the Faculty of Administrative Sciences and Economics, Engineering Degree in Economics, mention Finance is a compilation of data and information to proceed to "SOCIO-ECONOMIC ANALYSIS AND COMMERCIAL OF THE CITADEL THE CEIBOS WITH APPLICATION TO ICT'S DEVELOPMENT AND FUTURE PERSPECTIVE ", based on research carried out in the population ibarreña, The Ceibos industry. For data collection instruments were used as surveys and interviews of primary and secondary sources that allowed me to make a description and analysis of the topic, using a participatory research process and direct observation of the problem, through indicators verified by through the study of variables, to clarify and define objectives that respond to the questions posed:

Through the study, it was determined what was the trade growth rate of production units for each of the economic activities of the Ceibos neighborhood, which will be taken to a Socioeconomic Observatory, with the aim of having a analysis and diagnosis, which in turn provides a referral service to know the situation and developments.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE OBRA.

La Universidad Técnica del Norte dentro del Proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Con el presente documento dejo sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
Cédula de Identidad	1003353075	
Apellidos y Nombres	Fuentes Hernández	María José
Dirección	Av. Jaime Rivadeneira 5-12 y Oviedo	Centro de Ibarra
E-mail	majito-20@hotmail.com	
Teléfonos	062642846	0999759455

Datos de la Obra	
Título	Análisis Socioeconómico y Comercial de las unidades productivas de la ciudadela Los Ceibos con aplicación a las TIC's y perspectiva de desarrollo a futuro
Autora	FUENTES HERNANDEZ MARIA JOSE
Fecha	6 de Diciembre del 2013

Solo para trabajos de grado	
Programa	PREGRADO
Título por el que se opta	Ingeniera en Economía mención Finanzas.
Asesor / Director	Ing. Luis Vásquez

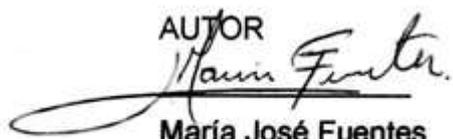
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

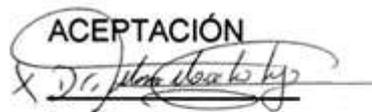
Yo, Fuentes Hernández María José, con Cédula de Identidad N° 100325307-5, en calidad de autor del derecho patrimonial del trabajo de grado descrito anteriormente, entrego el ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación y extensión, en concordancia con la ley de Educación Superior Art. 144.

Constancias

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original; y, que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra 6 de Diciembre del 2013

AUTOR

 María José Fuentes
 C.C. 1003253075

ACEPTACIÓN

 Ing. Bethy Chávez
 Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Directivo.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, María José Fuentes Hernández con C.I. 1003253075, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA CIUDADELA LOS CEIBOS CON APLICACIÓN A LAS TIC’S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO A FUTURO”, desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Economía mención Finanzas, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada; y, suscribo este documento en el momento de la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, 6 de Noviembre del 2013



María José Fuentes Hernández
C.C. 100325307

AUTORÍA

Yo, María José Fuentes Hernández, con cédula de identidad N° 100325307-5, declaro que el trabajo aquí descrito: “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS, DE LA CIUDADELA LOS CEIBOS CON APLICACIÓN A LAS TIC’S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO A FUTURO” es de mi autoría, que no ha sido presentado como tesis de ningún grado o calificación profesional; y, que las fuentes y referencias bibliográficas se incluyen en este documento.



María José Fuentes Hernández
C.C. 100325307

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, señorita María José Fuentes Hernández, para optar por el título de INGENIERA EN ECONOMÍA, MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es: “ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS, DE LA CIUDADELA LOS CEIBOS CON APLICACIÓN A LAS TIC’S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO A FUTURO”, certifico que el mismo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a 6 días del mes de Diciembre.



Firma

ING. LUIS VÁSQUEZ

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A la Universidad Técnica del Norte, pilar fundamental para mi formación profesional.

A mis padres Eduardo Fuentes y Leonor Hernández, por su amor, confianza y apoyo constantes.

A mis Tíos Marco y Consuelo, siempre presentes con sus consejos oportunos.

María José Fuentes Hernández.

AGRADECIMIENTO

A Dios, que con sus bendiciones me fortalece para enfrentar mis retos y alcanzar mis metas.

A mis padres que a más de su apoyo para realizar mis estudios, me inculcaron valores como la honestidad, la voluntad, la solidaridad y el respeto.

A la UNIVERSIDAD TECNICA DE NORTE, que me abrió sus puertas proporcionándome los recursos necesarios para el aprendizaje profesional con orientación a la investigación y a la concienciación de los problemas sociales con pensamiento crítico y ético.

A mis familiares y amigos con quienes compartí y con quienes comparto mis alegrías y preocupaciones y han incidido también en mi formación personal.

María José Fuentes Hernández.

PRESENTACIÓN

El siguiente trabajo de investigación sobre Análisis Socioeconómico y Comercial de las Unidades Productivas de la ciudadela los Ceibos y perspectiva de desarrollo a futuro, consta de cinco capítulos, que se encuentran estructurados de la siguiente manera:

Capitulo I. *“Problema de Investigación”*. Este capítulo proporciona una introducción donde se plantea el problema que va a ser investigado, sus antecedentes, prospectiva a futuro, los objetivos de la investigación y justificación.

Capitulo I. *“Marco Teórico”*. Proporciona un contraste y análisis de teorías e investigaciones referidas al Estudio. Estas van de lo general a lo particular. En este capítulo se hace referencia al desarrollo socioeconómico y comercial que se da a nivel local dentro de un sector.

Capitulo III. *“Metodología, análisis de variables”*.- Se realiza un análisis de variables de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación.

Capitulo IV. *“Análisis, interpretación, discusión de resultados”*. Este capítulo muestra los resultados de la investigación realizada y las personas involucradas en el crecimiento comercial, económico y social, que habitan en el barrio Los Ceibos.

Capitulo V. *“Propuesta de investigación”*._ Es el capítulo central de la presente investigación, es la sección en la que se explica cómo llevar a cabo toda la investigación realizada, con aplicación de TIC'S, esto es, llevar la información a un blog electrónico (Observatorio Socioeconómico), para poner a disposición de los habitantes no solamente del barrio Los Ceibos, sino de la ciudadanía en general.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EJECUTIVE SUMMARIZE	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	iv
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORÍA	vii
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
CAPÍTULO I	22
Problema de Investigación	22
1.1. Antecedentes del Problema	22
1.2. Situación Actual	23
1.3. Planteamiento del Problema	23
1.4. Formulación del Problema	24
1.5. Objetivos	24
1.5.1. Objetivo General	24
1.5.2. Objetivo Específicos	24

1.6. Preguntas Directrices	25
1.6.1. Pregunta General	25
1.6.2. Preguntas Específicas	25
1.7. Justificación.....	26
2. Teoría Base	29
2.1 Desarrollo Social.....	29
2.2 Desarrollo Económico.....	30
2.2.1 Características del Desarrollo económico.....	31
2.2.2 Factores del Desarrollo económico.....	32
2.2.3 Importancia del Desarrollo Económico	32
2.2.4 Cambios que favorecen a la Sociedad en el Desarrollo Socioeconómico.....	33
2.2.5 Etapas que comprenden un desarrollo Socioeconómico	33
2.3 Crecimiento Económico	34
2.4 Desarrollo Socioeconómico	34
2.4.1 Entorno del Desarrollo Comercial	35
2.4.1.1 Objetivos del Entorno del Desarrollo Comercial.....	36
2.5 Sectores de la Economía.....	37
2.5.1 Primario o Agrícola	38
2.5.2 Secundario o Industrial	38
2.5.3 Terciario o Servicios	39
2.6 El Comercio	39
2.6.1 Tipos de Comercio.....	40
2.6.2. Origen del Comercio	41
2.6.3 Finalidades del Comercio.....	42
2.7 La Empresa.....	42

2.8 Clasificación de la Empresa en Ecuador	43
2.8.1. Por la actividad que cumple	43
2.8.1.2. Industria	43
2.8.1.3. Servicios	43
2.8.2 Por el tamaño.....	44
2.8.3 Por el sector al que le pertenece	44
2.8.3.1 Sector Privado	44
2.8.3.2 Sector Público.....	44
2.8.3.3 Sector Mixto	44
2.8.4 Por la forma de organización del capital	45
2.9. Actividades Económicas según el Servicio de Rentas Internas.....	45
2.9.1 Personas Naturales	45
2.9.2. Pequeñas y Medianas Empresas PYMES.....	46
2.10. El Comerciante	47
2.11. El Consumidor	47
2.11.1. Consumidor Directo.	48
2.11.2. Productores.....	48
2.11.3 Intermediarios.	48
2.12. Tecnologías de Información y Comunicación. TIC's	49
2.12.1 Importancia de las TIC's	49
2.12.2 Beneficio de las TIC's	50
2.12.3. Las TIC's en la Empresa.....	51
2.13.1 Importancia del Desarrollo Socioeconómico	53
2.13.2 Herramientas de la aplicación de consulta del observatorio socioeconómico	53
2.14 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	54

2.14.1 Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo	56
2.14.2 Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción. (Libro III).	56
CAPÍTULO III	59
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.1 Diseño, Tipo y Enfoque de la Investigación	59
3.1.1 Diseño de la Investigación	59
3.1.2 Tipo de la Investigación	59
3.1.3 Enfoque de la Investigación	59
3.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos	60
3.2.1 Métodos de Investigación	60
3.2.2 Técnicas de Investigación	60
3.2.3 Instrumentos de Investigación	61
3.3 Población y Muestra	61
3.3.1 Descripción de la Población	61
3.3.2 Descripción de la Muestra	61
3.4 Matriz de Operacionalización de Variables	62
3.5 Proceso de la Investigación	63
3.5.1 Proceso Investigativo del Problema	63
3.5.2 Proceso de Construcción de la Solución	63
3.5.3 Valor Práctico	64
CAPÍTULO IV	65
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	65
4.1 Análisis de Resultados	65
4.1.1 Análisis de la Encuesta	66
4.1.2 Análisis de las Entrevistas	87

4.2 Contratación de Resultados	91
CAPÍTULO V.....	107
5. PROPUESTA ALTERNATIVA	107
5.1 Título de la Propuesta	107
5.1 Título de la Propuesta.....	107
5.2 Justificación de la Propuesta	107
5.3 Objetivos de la Propuesta	108
5.4 Desarrollo de la Propuesta	108
5.4.1 Proceso de Diseño y Desarrollo del Blog electrónico del Observatorio Socioeconómico www.obsecolosceibos.com	108
5.4.2 Creación de la Estructura de Contenidos	113
5.4.3 Descripción Breve del Observatorio Socioeconómico	115
5.4.4 Investigación de Campo	116
5.4.5 Mantenimiento y actualización de Información	117
5.4.6 Descripción Breve del Observatorio Socioeconómico	118
5.5 Investigación de Campo	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Datos Informativos	66
Tabla N° 2. Edad del Informante.....	67
Tabla N° 3. Número de Personas que Viven con el Informante.....	68
Tabla N° 4. Tiempo que Realiza la Actividad Comercial.....	69
Tabla N° 5. Nivel de Instrucción.....	70
Tabla N° 6. Percepción de los Comerciantes sobre el crecimiento comercial en Los Ceibos.....	71
Tabla N° 71. Incremento promedio del nivel de ventas.....	76
Tabla N° 84. Nivel de Ingresos Mensuales	79
Tabla N° 95. Percepción de satisfacción de necesidades básicas	80

Tabla N° 105. Factores que incidieron al emprendimiento de negocios ..	81
Tabla N° 116. Unidad Productiva que hace falta	82
Tabla N° 127. Recomendaciones para incrementar el nivel comercial	83
Tabla N° 13. Razones para Invertir en un Negocio	86
Tabla N° 14. Locales Comerciales Con y Sin Nombre.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Datos Informativos.....	66
Gráfico N° 2. Edad del Informante	67
Gráfico N° 3. Número de Personas que Viven con el Informante	68
Gráfico N° 4. Tiempo que Realiza la Actividad Comercial	69
Gráfico N° 5. Nivel de Instrucción	70
Gráfico N° 6. Percepción de los Comerciantes sobre el crecimiento comercial en Los Ceibos.....	71
Gráfico N° 70. Propiedad del Local.....	75
Gráfico N° 81. Incremento promedio del nivel de ventas	76
Gráfico N° 92. Nivel de Competencia	77
Gráfico N° 103. Precios de Bienes y Servicios Competitivos.....	78
Gráfico N° 114. Nivel de Ingresos Mensuales.....	79
Gráfico N° 125. Percepción de satisfacción de necesidades básicas	80
Gráfico N° 135. Factores que incidieron al emprendimiento de negocios	81
Gráfico N° 146. Unidad Productiva que hace falta.....	82
Gráfico N° 157. Recomendaciones para incrementar el nivel comercial .	83
Gráfico N° 168. Existencia de Espacios Físicos en Los Ceibos.....	84
Gráfico N° 17. Razones para Invertir en un Negocio	86
Gráfico N° 18. Unidades Productivas Comerciales y De Servicios	91
Gráfico N° 19. Concentración de Locales Comerciales, según Tipo de Actividad Económica.....	93
Gráfico N° 20. Necesidad de Espacios en Los Ceibos	94

ANTECEDENTES

El Desarrollo es un tema que ha generado bastante interés tanto entre la sociedad científica como en la no científica, es por esto que actualmente existen muchísimos estudios sistemáticos referentes al Desarrollo, que van desde experimentaciones que se han hecho con seres humanos desde el nacimiento hasta la creación de extensas teorías que tratan de explicarlo. El interés que existe por este tema no es un asunto actual, este surgió desde la antigüedad. Los registros escritos de este interés se remontan desde los primeros días de la historia escrita y continua hasta nuestros días surgiendo un sin número de estudios y teorías sobre el desarrollo, elaboradas por psicólogos, biólogos, educadores, médicos entre otros. El interés en este tema surge precisamente en el intento de describir y explicar los cambios que ocurren en el hombre durante toda su vida.

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de ciertos sectores para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Es por esta razón, que dentro de la ciudad de Ibarra se ha considerado a la Ciudadela los Ceibos como un parte del estudio para analizar su aspecto socioeconómico y comercial, considerado como uno de los barrios de mayor crecimiento dentro de nuestra ciudad.

JUSTIFICACIÓN

La investigación que se pone a disposición del lector será factible de realizar por que existe información bibliográfica a disponibilidad, además que algunos actores sociales han manifestado su apoyo.

Además, en virtud de que no existen investigaciones que determinen un análisis socioeconómico y comercial de las unidades productivas de las Ciudadela de la Ciudadela los Ceibos, este estudio es inédito y viable de

llevar a cabo, que servirá como punto de partida para el estudio de sectores en vías de crecimiento.

OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar el proceso de desarrollo socioeconómico y comercial de las unidades productivas, de la Ciudadela los Ceibos, mediante la aplicación de TIC'S y perspectivas futuras.

Objetivos Específicos

- a. Elaborar un diagnóstico situacional del área de intervención del proyecto.
- b. Formular las bases teóricas y científicas que sustenten el desarrollo de los diferentes aspectos de la presente investigación.
- c. Determinar la metodología correspondiente para la obtención de información primaria y secundaria.
- d. Analizar e interpretar los hallazgos de la investigación realizada, así como también los impactos que resulten de la investigación.
- e. Crear un sistema de información sobre el desarrollo comercial y socioeconómico de la Ciudadela los Ceibos, mediante la aplicación de TIC'S llamado "Los ceibos en cifras".

METODOLOGÍA

Método Inductivo

Según (Leiva Zea Francisco, 2010) en su libro Metodologías de la Investigación, afirma: ***El método inductivo es un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige***

La aplicación de este método es importante porque permite conocer más de cerca el problema a través del contacto personal con los moradores de la Ciudadela los Ceibos, para esto se aplicara técnicas como la entrevista y la encuesta, mediante con las cuales se pudo cumplir con el objetivo general planteado en la investigación.

Método Deductivo

Según (Bernal Cesar Augusto, 2010), en su libro Metodología de la Investigación manifiesta: ***“El método deductivo es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.”***

Este método será aplicado en la comprensión de la realidad para demostrar el aspecto socioeconómico y comercial de dicho sector para el cual se aplicara técnicas: encuesta y entrevista.

Método Analítico

Según (Bernal Cesar Augusto, 2010), en su libro Metodología de la Investigación manifiesta: ***“El método analítico es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio en cada una de sus partes, para estudiarlas de forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera integral (síntesis).***

Este método me permitirá persistir en la observación del fenómeno mediante un juicio crítico sobre la implementación de TIC's en el desarrollo del sector. Las técnicas a utilizar serán: encuesta y entrevista, que son fuentes de información primaria, las cuales nos permitió realizar el análisis respectivo

CAPÍTULO I

Problema de Investigación

1.1. Antecedentes del Problema

Desde el 12 de septiembre de 1978 por medio de una escritura de Ordenanza Municipal nace el barrio Los Ceibos, como un proyecto del Banco Ecuatoriano de la Vivienda. El mismo que con fecha 22 de Mayo de 1986, fue reconocido legalmente bajo un Acuerdo Ministerial. La ciudadela Los Ceibos, ubicada a escasos cinco minutos de la ciudad de Ibarra, está limitada al norte por el barrio José Domingo Albuja, al sur el barrio La Candelaria, al este el barrio San Luis, y al oeste el barrio El Bosque. La ciudadela cuenta con una población alrededor de 5.500 habitantes. Goza del clima seco-mediterráneo característico de la ciudad de Ibarra, con una temperatura promedio de 18 grados centígrados. (DONOSO, Xavier Recalde. 2011. Los Ceibos, un barrio que progresa. *LA HORA*. Diciembre 9, 2011, p. 26.)

Su capacidad de crecimiento económico en base a pequeñas y medianas empresas (PYMES), emprendimientos y comercio, le han dado un reconocimiento como el barrio más comercial dentro de la ciudad, a tal punto que sus moradores mantienen el slogan *“lo que no hay en el centro de la ciudad lo encuentras en Los Ceibos”*.

El tema de investigación comprende la obtención de información, el análisis y determinación de la situación social y económica del barrio y sus habitantes, que sirva de base, a futuro, para la formulación de estrategias tanto de parte de las autoridades locales a la hora de detectar y atender mejor las necesidades de la ciudadela, como al sector empresarial y la comunidad, como elemento de articulación y

conocimiento para el desarrollo local que beneficie a todos los moradores del sector y por consiguiente a la ciudad.

1.2. Situación Actual

Los Ceibos es considerado hoy en día uno de los barrios más comerciales de la ciudad de Ibarra, lo que ha permitido que exista un crecimiento socioeconómico acelerado en los últimos años, dando como lugar de referencia para que los habitantes del sector y del resto de la ciudad, tomen decisiones de inversión al momento de realizar una actividad económica, dando lugar de concentración de futuras fuentes de trabajo.

1.3. Planteamiento del Problema

El problema radica en que no existe una base de datos que provean de suficiente información útil y comprensible, que permita conocer la realidad económica y social actual y mediante la relación existente de todas las variables involucradas en cuanto a las actividades de comercio, demanda, competitividad, poder adquisitivo y nivel de saturación, que sirvan de apoyo a empresarios y emprendedores en la toma de decisiones a la hora de instalar un negocio o adaptar los existentes a las circunstancias del mercado, que vendrá a ser reflejado dentro de un Observatorio Socioeconómico, el cual aporta información necesaria para el diagnóstico en base a los indicadores analizados, los cuales proporcionarán un servicio de referencia de la situación y evolución que se puede dar dentro de un sector.

La información situacional del barrio Los Ceibos es escasa e incompleta, lo que aumenta el riesgo de toda operación, sin confianza no hay inversión. Contar con información sobre el grado de rentabilidad que

puede tener cada uno de las diferentes unidades productivas es fundamental.

1.4. Formulación del Problema

¿Cuál es la situación actual de la Ciudadela Los Ceibos, analizada desde la perspectiva socioeconómica y comercial sobre las unidades productivas, para que permitan aplicar las Tecnologías de Información para la Comunicación?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico situacional del área de intervención, que permita analizar el proceso socioeconómico y comercial de las unidades productivas; y la relación de estos con las Tecnologías de la Información y Comunicación.

1.5.2. Objetivo Específicos

- Estructurar una base de datos de las unidades productivas de comercio y servicio que existen en la Ciudadela Los Ceibos.
- Determinar las necesidades comerciales de la Ciudadela Los Ceibos, en cuanto a nuevos productos y servicios.
- Determinar el nivel de desarrollo de las actividades económicas y de servicios del sector, considerando la forma de producir, distribuir y consumir los bienes y servicios.

- Establecer la relación existente entre el desarrollo empresarial y el desarrollo económico del sector objeto de estudio.

1.6. Preguntas Directrices

1.6.1. Pregunta General

¿Cuál es la situacional actual de la Ciudadela Los Ceibos que permita analizar su proceso socioeconómico y comercial de las unidades productivas; y la relación de estos con las Tecnologías de la Información para la Capacitación?

1.6.2. Preguntas Específicas

- ¿Cuántas son las unidades productivas de comercio y servicio que existen en la Ciudadela Los Ceibos?
- ¿Cuáles son las necesidades comerciales de los habitantes de la Ciudadela Los Ceibos, en cuanto a nuevos productos y servicios?
- ¿Cuál es el nivel de desarrollo de las actividades económicas y de servicios del sector, considerando la forma de producir, distribuir y consumir los bienes y servicios?
- ¿Cuál es la relación existente entre desarrollo empresarial y el desarrollo económico del sector objeto de estudio?

1.7. Justificación.

El desarrollo del presente Plan de Trabajo es importante, debido a que hoy en día el desarrollo económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo que implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad, es por esto que se está enfocando hacia el barrio Los Ceibos, ya que está caracterizado por el desarrollo que ha venido teniendo en los últimos diez años siendo el comercio un punto importante para este sector; conocido además por las actividades sociales, culturales y deportivas se ha convertido en uno de los principales barrios de la ciudad de Ibarra, con lo cual ha permitido un desarrollo socioeconómico dentro de este sector.

Por otra parte el desarrollo de este tema es factible, ya que el uso de herramientas tecnológicas y procesos que permitan tener un análisis socioeconómico y comercial de calidad para el usuario, a través de la aplicación de TIC'S ofrece con mayor facilidad recaudar datos de información para la réplica de futuros negocios formales en base a tipo PYMES (ganancia/rentabilidad), presupuesto (Categorización de empresas), afinidad, tendencia de crecimiento (Mejor opción de inversión), entre otros aspectos.

Los beneficiarios de la realización de esta investigación son de dos tipos, los beneficiarios directos que vendría hacer la comunidad estudiosa de las ciencias económicas, porque se elaborará material interactivo que permita efectuar análisis cuantitativos y cualitativos, ya que se podrá realizar simulaciones, cruces de variables, esto en su parte más avanzada; y los beneficiarios indirectos que serían los todos los habitantes, no solo de este sector sino que de toda la ciudadanía ibarreña.

El tema es gran interés, ya que el estudio intenta llenar el vacío que existe de información, promoviendo un cambio social de largo plazo en términos de desarrollo barrial y el empoderamiento de los moradores.

Finalmente, debido a la naturaleza del proyecto es indispensable relacionar este tipo de estudio con el uso de tecnología, porque este tipo de investigación está orientada a la manipulación de variables que permitir comprender las relaciones de variables, que describen el sector comercial de los ceibos.

1.8 Viabilidad

El presente proyecto tiene plena viabilidad, porque desde el punto de vista de talento humano, en la ciudad de Ibarra existen los profesionales apropiados que pueden ayudar a registrar, procesar y administrar las bases de datos que se generen.

Por su parte, de la arista económica, la investigación, la realización y ejecución de la propuesta será financiada completamente por la investigadora, y de ser posible se buscará generar alianzas estratégicas que den indicios de sostenibilidad del proyecto.

La viabilidad técnica del trabajo de grado y sobretodo de su propuesta es relativamente superada, porque su ejecución únicamente demandará la creación de un software que pueda establecer simulaciones del comportamiento de variables en el entorno de estudio.

Además, analizando la legalidad de la iniciativa se puede decir que este informe y su aplicación no se contraponen a ningún tipo de ordenanza del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, y tampoco topa aspectos relacionados con la carta política del estado.

Por otra parte, desde el campo ambiental, el proyecto no genera materias que deterioren el entorno poblacional, ni que perjudiquen la salud de las personas que intervengan en el estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Teoría Base

El Desarrollo Socioeconómico es un proceso en el cual nos da como resultado una mejor calidad de vida para los individuos que conforman un sector o que están dentro de un mismo territorio, para eso es necesario una explotación racional de los recursos del planeta, siempre y cuando esta sea destinada para beneficio de la humanidad de tiempo presente y futuro.

2.1 Desarrollo Social

http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d_dsocial.htm. ***El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. En este proceso, es decisivo el papel del Estado como promotor y coordinador del mismo, con la activa participación de actores sociales, públicos y privados.***

El desarrollo social debe ser entendido como un mejoramiento de los diferentes niveles de calidad de vida, de toda una sociedad tanto en capital humano, como en capital social. En donde el Estado juega un papel importante para que una sociedad alcance su bienestar social, mediante la interacción de diferentes actores sociales.

2.1.1 Importancia del Desarrollo Social

Según (Furtado Celso, 2018), en su libro Teoría y política del desarrollo económico, segunda edición establece: ***“El compromiso es de buscar consolidar los sectores productivos de la entidad para que sean más competitivos, con base en un mejor desarrollo tecnológico y en un contexto de respeto al medio ambiente, para garantizar un desarrollo sustentable en beneficio de la comunidad.*”**

Se están instrumentando estrategias orientadas a coadyuvar en mejorar las condiciones que permitan el desarrollo económico sustentable, a través de una estructura económica diversificada y la creación de oportunidades para mejorar los niveles de ingreso de la población. Con los propósitos de promover mayor competitividad en la industria a fin de que fortalezca su concurrencia a los mercados internacionales, impulsamos acciones para la preservación y fomento de la planta manufacturera.

El desarrollo social no puede ignorar el respeto al medio ambiente, por lo que es necesario armonizar los intereses de ambos, para que la población pueda vivir sin riesgos en su entorno natural y lograr un pleno desarrollo sustentable. Para lograr lo anterior, se desarrollan programas como el de Ordenamiento Ecológico del Estado, que es un instrumento de planeación ecológica, fomentando la conciencia de respeto al medio ambiente tomando conocimiento de la importancia de no contaminar y los buenos hábitos respecto al tratamiento de la basura y otras fuentes de contaminación

2.2 Desarrollo Económico

Según (Aguilar Zuluaga Ignacio, 2008), en su libro Principio de Desarrollo Económico, manifiesta: ***“El desarrollo económico sería un estado en el que los medios económicos de una*”**

sociedad alcanzan un nivel que permiten a sus integrantes satisfacer sus necesidades con calidad”.

Según (Calva Jose Luis, 2007), en su libro Desarrollo Económico: Estrategias Exitosas, afirma “El término desarrollo económico, significa crecimiento económico acompañado por una variación sustancial en las estructuras o en la organización de la economía.”

Ignacio Aguilar manifiesta el concepto de desarrollo Económico que es un estado en donde los medios económicos permiten que la sociedad pueda satisfacer sus necesidades.

A diferencia de José Luis Calva afirma, que plantea que el desarrollo es un crecimiento económico acompañado de la estructura o organización de la economía.

El desarrollo económico figura una adecuada utilización de tecnología y de recursos naturales, la cual genera oportunidades equitativas de empleo e ingresos que acceda a una justa distribución de los productos y servicios generados y de esta manera poder satisfacer sus necesidades.

2.2.1 Características del Desarrollo económico

a. Económicas

- Alto ingreso de personas
- Predominio de la Industria y el Comercio
- Técnica Avanzada
- Alta Capacitación

b. *Sociales*

- Incremento Demográfico
- Nivel de vida alto
- Alto porcentaje de población económicamente activa

2.2.2 Factores del Desarrollo económico

La clave para el desarrollo reside en cuatro factores fundamentales:

- a. Recursos Naturales
- b. Recursos Humanos
- c. Tecnología
- d. Formación de capital

2.2.3 Importancia del Desarrollo Económico

Dentro del desarrollo económico existen diferentes factores que están removiendo radicalmente la base productiva de los diferentes sistemas económicos territoriales, como los nombrados a continuación:

- a. A la existencia de cambios radicales en los métodos de gestión empresarial
- b. A la importancia de la calidad y diferenciación de los productos como estrategias de competitividad dinámica;
- c. A la renovación incesante de productos y procesos productivos, acelerando notablemente los ritmos de obsolescencia técnica y amortización de los activos físicos;
- d. A la identificación de la segmentación de la demanda y la existencia de diferentes nichos de mercado.

Todo ello, como puede apreciarse, depende de actuaciones eficientes que deben llevarse a cabo a nivel microeconómico y territorial, esto es, desde la reorganización productiva y de gestión empresarial en cada ámbito local.

2.2.4 Cambios que favorecen a la Sociedad en el Desarrollo Socioeconómico

Los cambios que favorecen a la sociedad en el Desarrollo Socioeconómico son:

- a. *Apoyar a la pequeña empresa:* Procurar que el crédito sea canalizado a las empresas pequeñas y medianas sin acceso a los recursos de la banca.

Elevar la competitividad: La competitividad se sustenta en mejoras de la productividad (reducciones reales de costos) y en mejoras de la calidad y variedad de los bienes y servicios producidos.

2.2.5 Etapas que comprenden un desarrollo Socioeconómico

Estas etapas es la mezcla de los cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos.

ETAPAS	FACTORES
Agrícola: Son países capaces de autoabastecerse, ya que viven de la agricultura y la ganadería	Naturales: Suelos fértiles, ríos, flora, petróleo, hierro, gas natural, entre otros.
Comercial: <i>Despliegan formas comerciales que conllevan a el</i>	De Trabajo: <i>Mano de obra especializada y tecnificada.</i>

<i>avance económico y social.</i>	
Industrias: Se implanta la industria manufacturera, de elaboración y transformación.	Capital: Asignación de créditos de financiamiento y de refacción

2.3 Crecimiento Económico

(Banco Central del Ecuador, 2013) Según su definición de crecimiento económico, manifiesta: “Es el aumento de la cantidad de bienes y servicios finales producidos en el país, durante un periodo determinado. El crecimiento económico se mide a través del incremento porcentual que registra el Producto Interno Bruto, medido a precios constantes de un año base, generalmente en el transcurso de un año. También se define como un incremento del PIB real per cápita”.

Se define como el aumento sostenido del producto per cápita o por trabajador, acompañado muy a menudo de un aumento de la población y como consecuencia de reformas estructurales que permiten incrementar la eficiencia del mercado. Es preciso tener en cuenta que el crecimiento económico es importante porque es una condición necesaria para que puedan mejorar a largo plazo los niveles de vida de la población y para que pueda crearse el empleo suficiente para absorber las nuevas incorporaciones a la población activa

2.4 Desarrollo Socioeconómico

Según (Munera, Cecilia, 2007), en su libro Resignificación del Desarrollo, manifiesta: “El desarrollo socioeconómico implica un crecimiento ordenado, análogo al de los seres vivos; volcado en la construcción de un porvenir inédito, exigiendo transformaciones profundas y deliberadas, cambios

estructurales e institucionales, determinando un proceso de cambio social, buscando una igualación de las oportunidades sociales.”

El desarrollo socioeconómico significa crecimiento económico y social se emplea para describir no las medidas cualitativas de una economía en crecimiento como la tasa de aumento de la renta real per cápita, sino los cambios económicos, sociales de cualquier otro tipo que dan lugar al crecimiento, el desarrollo económico exige cambios en las técnicas de producción en las actitudes sociales y en las institucionales.”

2.4 Desarrollo Comercial

<https://www.google.com.ec/#hl=es&output=search&client=psyab&q=definicion+de+dasarrollo+comericla&oq=definicion+de+dasarrollo+com> (2012), *explica: “Comercial es un adjetivo que refiere a lo vinculado con el comercio o con las personas que se dedican a comprar y/o vender bienes o servicios. El término comercio, por su parte, puede hacer mención a esta actividad o al espacio físico donde se desarrolla.”*

El desarrollo comercial está relacionado con la capacidad de comprar o vender bienes o servicios, y de la manera como estos se desarrollan, y hace que estas actividades mejoren el desarrollo de un sector.

2.4.1 Entorno del Desarrollo Comercial

<http://www.slideshare.net/Avanzo/entorno-de-desarrollo-comercial>
El Entorno de Desarrollo Comercial (EDC) se configura como un espacio tecnológico, virtual y colaborativo a través del cual los comerciales de una empresa pueden encontrar integrados y perfectamente clasificados, aquellos recursos que se

consideren estratégicos para su desarrollo integral, conforme a los valores corporativos de una organización.

Un entorno de desarrollo comercial es un espacio de desarrollo integral en donde se encuentran aspectos relacionados con el manejo de la empresa



2.4.1.1 Objetivos del Entorno del Desarrollo Comercial

1. Crear un entorno tecnológico colaborativo para el conjunto de Comerciales de la empresa
2. Establecer una metodología de Desarrollo Comercial asentada en recursos integrados.
3. Potenciar en el equipo Comercial los Valores establecidos en el modelo empresarial
4. Favorecer la interrelación del Equipo Comercial

5. Ofrecer al Comercial, a través del entorno tecnológico y colaborativo, la posibilidad de potenciar su desarrollo personal y profesional de manera sencilla, cómoda e intuitiva.

2.5 Sectores de la Economía

http://es.wikipedia.org/wiki/Sector_econ%C3%B3mico uno de los primeros autores interesados en explicar la evolución de la economía real de su tiempo, el progreso económico se manifiesta a través del trasvase de mano de obra del sector primario al secundario y de este al terciario (servicios).

Cuando se habla de sectores de la economía, nos referimos a la división de la actividad económica de un territorio, en el sector primario, secundario y terciario.

La importancia de los sectores económicos de un sector, dependen de su grado de participación dentro de un territorio, y **el porcentaje de población que está empleada** en cada uno de ellos, sacando de esta manera los puestos de trabajo que genera cada sector ya que los mismos son objeto de análisis para evaluar el crecimiento económico, en un periodo de tiempo.

Estos tres sectores en su conjunto hacen posible que las condiciones sociales, políticas, productivas, ambientales, entre otras, interactúen como se las conoce en la actualidad.

El Ecuador desde sus inicios como república ha sido considerado como un país mayoritariamente agrícola, o abastecedor de materia prima, pero también ha empezado a incursionar en el campo industrial; es decir, a transformar la materia prima hasta dejarla en producto semi-elaborado o elaborado, listos para su consumo o utilización.

2.5.1 Primario o Agrícola

*Según el (Fondo de Naciones Unidas para la Infancia - UNICEF, 2008, pág. 1), manifiesta que el sector primario o agrícola **“Comprende todas las actividades que se basan en la extracción de bienes y recursos procedentes del medio natural: agricultura, ganadería, pesca, caza, explotación forestal y minería”***

El sector primario se debe a que las actividades englobadas en este sector constituyen, la fuente básica para la supervivencia de las sociedades al proporcionar alimento y de igual forma constituye una base para los otros sectores de la economía.

2.5.2 Secundario o Industrial

*Según (Teresa Pellicer, 2008, pág. 67), en su libro *El Sector de la Construcción, Una perspectiva internacional*, afirma: **“Incluye las actividades de transformación industrial de las materias primas (industria siderurgia, de construcción, agroalimentaria y producción de bienes de consumo en general)”***

El sector secundario reúne todas las actividades artesanales e industriales manufactureras por medio de las cuales los bienes provenientes del sector primario son transformados en nuevos productos. Abarca también la industria de bienes de producción, tales como materias primas artificiales, herramientas, maquinarias, etc. De igual manera comprende la industria de bienes de consumo, así como también la prestación de los servicios a la comunidad.

2.5.3 Terciario o Servicios

*Según (Donato Fernandez, 2007, pág. 101) en su libro, Fundamentos Económicos de la Unión Europea, explica: **“Es la actividad económica que no tiene por objeto de extracción o transformación material de un bien de consumo o de inversión debido a que su oferta tiene por finalidad satisfacer necesidades inmateriales; (...), además que dicho sector contribuye al buen funcionamiento del sistema productivo”***

El sector terciario se dedica, sobre todo, a ofrecer servicios a la sociedad, a las personas y a las empresas, lo cual significa una gama muy amplia de actividades que está en constante aumento. Esta heterogeneidad abarca desde el comercio mas pequeño, hasta las altas finanzas o el Estado. Es un sector que no produce bienes, pero que es fundamental en una sociedad capitalista desarrollada. Su labor consiste en proporcionar a la población todos los productos que fabrica la industria, obtiene la agricultura e incluso el propio sector servicios. Gracias a ellos tenemos tiempo para realizar las múltiples tareas que exige la vida en la sociedad capitalista de consumo de masas: producir, consumir y ocupar el tiempo de ocio.

2.6 El Comercio

*Para Microsoft Encarta (2009) **“...el comercio ha de entenderse como el transporte de bienes desde un lugar a otro con el fin de intercambiarlos, además el aumento de la actividad comercial es un elemento esencial del proceso de modernización”***

En la sociedad actual la producción se organiza de forma que se puedan aprovechar las ventajas derivadas de la especialización y de la división

del trabajo, sin el comercio, la producción no podría estar organizada de esta forma.

2.6.1 Tipos de Comercio

En documento publicado en la web (<http://www.eumed.net>, 2010), se establecen las definiciones de comercio al por menor y al por mayor, como se muestra a continuación.

a. Comercio al por Menor. Un negocio en el que el comerciante vende directamente al destinatario final del producto o particular, obteniendo un beneficio por la diferencia entre el precio de compra y el de venta. También se denomina comercio al detalle.

b. Comercio al por Mayor. Se da cuando un comerciante vende a un destinatario, que puede ser temporal o definitivo, una cantidad significativa o lotes grandes de producto.

Las dos clasificaciones del Comercio citadas previamente, se las hace con respecto a la cantidad negociada, en el primer caso se lo hace en pocas cantidades y el segundo caso se lo hace en cantidades grandes o en lotes de producción. Pero además hay otros tipos de comercio, éstos relacionados con el destino de las mercaderías.

Según Bermúdez, E. (2008), define al comercio nacional e internacional de la manera que se muestra a continuación. (Pág.1).

c. Comercio Nacional. El Comercio Nacional se entiende como el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de una misma nación.

d. El Comercio Internacional. Es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países, a los países o bloques económicos que practican este tipo de comercio se dice que tienen economía abierta.

Si las mercancías se las negocia dentro del territorio nacional, se denomina comercio nacional, y si el destino traspasa los límites fronterizos, el comercio se conoce como internacional, en este último se registra las exportaciones/importaciones que se efectúan de país a país o con bloques comerciales.

2.6.2. Origen del Comercio

Según (Spielvogel Jackson. 2009), en su libro Historial Universal: Civilización del Occidente, afirma: ***El mercantilismo es el nombre que usan los historiadores para identificar una serie de tendencias económicas, para ese sistema era fundamental la creencia en que el volumen total del comercio era invisible. Los mercantilistas pensaban que la riqueza provenía del intercambio; por lo que las actividades de comercio eran las que más desarrollo conseguirían.***

El comercio, actividad ancestral del ser humano, ha evolucionado de muchas maneras. Pero su significado y su fin en siempre el mismo. Según el diccionario consultor de economía, el Comercio es "el proceso y los mecanismos utilizados, necesarios para colocar las mercancías, que son elaboradas en las unidades de producción, en los centros de consumo en donde se aprovisionan los consumidores, último eslabón de la cadena de comercialización. Es comunicación y trato

2.6.3 Finalidades del Comercio

Para (CABALLERO, Iria & PADÍN, Carmen, 2006, pág. 2), las finalidades del comercio se resumen en:

- Satisfacer las necesidades del consumidor
- Alcanzar utilidades económicas para el comerciante
- Relacionar dos sectores fundamentales dentro de la actividad económica: producción y consumo, que son de vital importancia para el desarrollo de las actividades socioeconómicas de un país

2.7 La Empresa

Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la constitución continua de empresas.

En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

*Según (Ruiz Adolfo, 2007, pág. 27), en su libro Manual de Derecho Mercantil, manifiesta: **“La empresa se constituye como la organización de los factores de la producción con el fin de obtener ganancia ilimitada”***

2.8 Clasificación de la Empresa en Ecuador

Según la (Ley de Compañías del Ecuador, 2009), se reconocen las siguientes organizaciones:

- *Por la actividad que cumple*
- *Por el tamaño*
- *Por el sector al que pertenece*
- *Por la forma de la organización del Capital*

2.8.1. Por la actividad que cumple

2.8.1.1 Comercial:

Aquella que se encarga del acercamiento de los bienes desde el productor hacia el intermediario minorista o al consumidor , sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes

2.8.1.2. Industria

Es aquella encargada de la transformación, modificación substancial o leve de ciertos bienes menores en otros mayores con la ayuda de los factores de la producción.

2.8.1.3. Servicios

Empresa creada con el fin de atender ciertas necesidades de carácter biológico, sentimental, afectivo y similares.

2.8.2 Por el tamaño

<http://www.monografias.com/trabajos21/empresa-ecuador/empresa-ecuador.shtml#ixzz2Z4CN4bVT> **Las empresas se clasifican en pequeñas medianas y grandes. El tamaño de una empresa está dado por varios factores, entre los cuales los más destacados son:**

- a) Valor del patrimonio
- b) Valor de sus activos fijos
- c) Número de personas
- d) Superficie o área de utilización

2.8.3 Por el sector al que le pertenece

Las empresas pueden pertenecer al:

2.8.3.1 Sector Privado

El aporte del capital corresponde a personas naturales o jurídicas del sector privado.

2.8.3.2 Sector Público

Si el aporte del capital lo hace el gobierno (Estado)

2.8.3.3 Sector Mixto

Cuando a la conformación del capital concurren los aportes tanto del sector privado como del sector público.

2.8.4 Por la forma de organización del capital

En este sentido las empresas se clasifican en:

a) Unipersonales:

El capital se conforma con el aporte de una sola persona natural.

a) Sociedad o Compañía

El capital (propiedad) se conforma mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas

2.9. Actividades Económicas según el Servicio de Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas, clasifica las actividades económicas de la siguiente manera:

2.9.1 Personas Naturales

Según el Servicio de Rentas Internas, 2013, en La Ley de Regimen Tributario Interno, afirma: ***Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000***

Son todas aquellas personas que ejercen derechos y cumplen obligaciones a título personal. al constituir una empresa como persona natural, asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa. La persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea, las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa. Si la empresa llegara a quebrar asumiría obligaciones y en caso de no pagar sus bienes serian embargados.

2.9.2. Pequeñas y Medianas Empresas PYMES

Según el (Servicio de Rentas Internas, 2013) en la La Ley de Regimen Tributario Interno, manifiesta: ***que se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:***

- a) Comercio al por mayor y al por menor.
- b) Agricultura, silvicultura y pesca.
- c) Industrias manufactureras.
- d) Construcción.
- e) Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- f) Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- g) Servicios comunales, sociales y personales.

Dentro de Ecuador las PYMES representan las **PYMES** representan sobre el 90% de las unidades productivas, dan el 60% del empleo, participan en el 50% de la producción, y generan casi el 100% de los servicios que un ecuatoriano usa en un día (por ejemplo: tienda, almuerzos, copias, cybers,

buses, etc.), y esto es lo que se puede observar claramente dentro del sector los Ceibos.

2.10. El Comerciante

Según el (Código de Comercio, 2010). ***Se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno***

Comerciante es la persona que de manera constante se dedica a realizar actividades propias del comercio, por su parte el código de comercio define como comerciante a las personas que de manera profesional se dedican a ejecutar actividades que la ley comercial cataloga como comerciales.

Dicha calidad de comerciante se adquiere aun si la persona que se dedica a ello no la ejerce por sí mismo, es decir, que aunque sea por intermedio de apoderado o tercera persona se adquiere dicha calidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 10 del código de comercio, el cual establece lo siguiente:

“Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles

2.11. El Consumidor

A criterio de (Sandoval, Luis, 2010, págs. 92 – 93), según su libro Lineamientos Basicos para la Exportacion, ***indican la clasificación***

de consumidores que frecuentemente se encuentran en las actividades de comercio.

2.11.1. Consumidor Directo.

Se incluyen a las personas o familias que adquieren productos para el uso personal.

2.11.2. Productores.

Son las personas naturales o jurídicas que tienen medios de producción y que por lo tanto compran mercancías con el fin de elaborar un producto que posteriormente sea puesto en el mercado.

2.11.3 Intermediarios.

Personas individuales o compañías que adquieren las mercancías, sean estas sin procesar, semi-procesadas o procesadas para ofrecer al mercado.

El consumidor es toda persona natural o jurídica (hombres – mujeres – entidades – instituciones – empresas) que, en virtud de un acto jurídico oneroso o gratuito, adquieren, disfrutan o utilizan bienes, o servicios como destinatarios finales y no con fines comerciales (de intermediación), ni industriales (de transformación). Es decir a cualquier persona que está expuesto a una relación de consumo. Y, en algunos supuestos, las empresas pueden revestir la calidad de consumidores. Estas últimas modificaciones provocarán un cúmulo de interpretaciones diferentes.

2.12. Tecnologías de Información y Comunicación. TIC's

Según (Suarez, Carlos, 2010), según su libro Tecnologías de la Información y Capacitación, define: ***Las TIC's están presentes en todos los niveles de la sociedad actual, desde las más grandes corporaciones multinacionales, a las pymes, gobiernos, administraciones, universidades, centros educativos, organizaciones socioeconómicas y asociaciones, profesionales y particulares. Ordenadores, teléfonos móviles, reproductores MP3, tarjetas de memoria, Televisión Digital Terrestre (TDT), Discos Versátiles Digitales (DVD) portátiles, navegadores Global Position System (GPS), Internet, etc., son tecnologías que se han convertido en imprescindibles para muchas personas y empresas.***

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para transmitir información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un sistema de soluciones muy amplio.

Las TIC's hoy en día han transformado la gestión de las empresas y nuestra manera de hacer negocios:

- a. Para comunicarnos con nuestro clientes
- b. Para gestionar pedidos
- c. Para promocionar nuestros productos
- d. Para relacionarnos con la administración pública

2.12.1 Importancia de las TIC's

Según (GARRIJÓS, Fernando & NARANGAJAVANA, Yeamduan, 2006), en su libro Capacidades Directivas y Nuevas Tecnologías en el Sector Turístico, manifiesta: ***Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son necesarias porque***

cada vez más en ellas se basa la estrategia de negocios, por lo que, los directivos, estas tecnologías llegan incluso a ser una cuestión de supervivencia, (...), además las TIC's en la empresa es crucial para su éxito, con lo que los directivos y empleados deben aprender continuamente sobre este tema, porque no pueden ya confiar en analizar las amenazas y oportunidades futuras del negocio sin tal conocimiento.

2.12.2 Beneficio de las TIC's

A criterio de (Ruiz, Enrique, 2007, pág. 2), en libro *Educatrónica. Innovación en el Aprendizaje de las Ciencias y la Tecnología*, ***dice que estas tecnologías ofrecen, entre otras, las siguientes facilidades:***

- Uso y acceso inmediato a diferentes recursos tecnológicos destinados a la información y comunicación.
- Posibilidad extraordinaria para la simulación y modelación de la realidad.

*Por su parte (Berumen, Sergio, 2008), en libro *Cambio Tecnológico e Innovación en las Empresas*, agrega: **que la implementación de las TIC's en las empresas permite un manejo y utilización de datos a gran escala es posible hoy en día gracias a su almacenamiento y rápida localización en pequeños espacios electrónicos y a un bajo coste; todo ello ha permitido que los flujos de información sean más rápidos y tengan una aplicación prácticamente inmediata.***

2.12.3. Las TIC's en la Empresa

Sefun (Maristano, Fernando & BLÁZQUEZ, Daniel, 2008, pág. 109) en su libro Las Tecnologías de la Información de las Empresas Españolas, explica: ***“Las TIC's son piezas fundamentales en el mundo económico y empresarial actual. Es evidente que su implementación en la empresa permite la modernización y agilización de los procesos e incrementa los niveles de productividad y competitividad en un mercado cada vez más global y también más competitivo”***

Los mercados en los que compiten las empresas de economía social son muy exigentes y competitivos y requieren una dedicación temporal plena. A las labores profesionales del personal de las empresas de economía social, hay que añadir en muchos casos, el esfuerzo añadido que suponen las labores de gestión y administración: control de las existencias, aprovisionamiento, facturación, relaciones con la clientela, etc. Tareas de vital importancia para la buena marcha de la empresa, y que requieren de la dedicación de mucho tiempo por parte de las personas que deben compatibilizarlas con el trabajo productivo. Ante estos retos del día a día, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) proporcionan multitud de herramientas que contribuyen a mejorar la gestión y servicio ofrecido a la clientela requiriendo de menos tiempo por parte de las personas.

2.12.4. Limitaciones sobre la adopción de TIC'S para las PYMES

Dentro de las PYMES se han identificado cuatro importantes limitaciones que enfrentan las empresas a la hora de adoptar las TIC's:

- a. Falta de Conciencia sobre como las TIC's pueden ayudar a mejorar el desempeño de sus negocios

- b. Falta de recursos para invertir en software y hardware
- c. Ausencia de facilidades de capacitación o altos costos de entrenamiento del personal de la empresa
- d. Falta de acceso a servicios técnicos

En general una PYME invertirá recursos para alcanzar un nivel de adopción alto, si y solo sí esta provee que tales costos serán más compensados.

2.13 Observatorio Socioeconómico

El Observatorio Socio Económico se define como un instrumento de producción, análisis y difusión de la situación socioeconómico laboral en un ámbito geográfico determinado, brindando a las entidades públicas y privadas, información oficial sobre el mercado de trabajo.

Con el Observatorio Socioeconómico se presenta una radiografía de la situación de una localidad, lo cual sirve de base de información sobre el ámbito económico y social del sector. El cual también es caracterizado como una fuente de información secundaria. Es una herramienta que se apoya en las nuevas tecnologías, por su capacidad para generar información, almacenarla, difundirla y ofrecer herramientas, que permiten explotar e interpretar los datos recogidos. En este marco, el Observatorio Urbano de Palencia surge como un instrumento abierto, para gestionar una información local, que se pone a disposición de toda la Ciudad.

De esta forma se quiere avanzar en la consecución de una administración digitalizada y cada vez más transparente, impulsando con ello la eficiencia de sus propios técnicos, de sus ciudadanos y del conjunto de la economía local. Se trata de facilitar, que con más y mejor información, se impulse una ciudad; con mejores servicios, mayor cohesión social y más eficiencia económica.

Con la creación del Observatorio Urbano se avanza además en el impulso de una cultura estadística, de una ciudad que quiere desarrollarse en el marco de la sociedad de la información. Y todo ello bajo la premisa de que, la información es tanto más valiosa cuanto más personas la utilizan, lo que hace a su vez más valiosos a aquellos que producen una información que repercute a su vez en una mayor eficiencia y competitividad urbana.

Se trata además de una información que se quiere ofrecer con el mayor nivel de desagregación territorial posible, pero manteniendo el suficiente nivel de significación como para que permita entender mejor el entorno próximo en el que los ciudadanos realizan su vida y los emprendedores desarrollan sus actividades. Ya que es a todos ellos a quien se sirve, y a quienes se ha de ayudar a tomar decisiones.

2.13.1 Importancia del Desarrollo Socioeconómico

La importancia de este Observatorio es que brinda a los agentes sociales, involucrados en los distintos mercados laborales, información socio laboral actualizada, oportuna y de calidad para una mejor toma de decisiones

2.13.2 Herramientas de la aplicación de consulta del observatorio socioeconómico

El observatorio socioeconómico contendrá las siguientes herramientas

- a) **Sistema de Información de Indicadores:** Contiene toda una batería de indicadores que se alimentan continuamente. Estos indicadores son consultados a través de una aplicación Web que

adjunta una herramienta de escritorio para la explotación cartográfica y estadística de los datos.

- b) **Ceibos en Cifras:** Aplicación Web que permite conocer la división municipal de la provincia utilizando como base cartográfica Google Maps, para acceder a una ficha resumen de cada territorio bien a través de mapa o mediante el listado alfabético

2.14 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Art.3._ Objeto: ***“El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolida las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.”***

La finalidad del Código de la Producción es regular todas las etapas que se generan dentro de una actividad económica con la finalidad que exista apoyo mediante la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo y que permitan la transformación de la matriz productiva de una manera equilibrada, equitativa que beneficie a cada uno de los sectores.

Art.4._ Fines: ***“La presente legislación tiene como principales las siguientes fines”:***

- a) Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente.
- b) Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria.
- c) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.
- d) Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.
- e) Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.
- f) Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables
- g) Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- h) Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- i) Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- j) Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos

de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;

- k) Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- l) Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- m) Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- n) Fomentar y diversificar las exportaciones;
- o) Facilitar las operaciones de comercio exterior;

2.14.1 Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

Art.5._ Rol del Estado.- ***“El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.”***

2.14.2 Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción. (Libro III).

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- *Definición y Clasificación de las MIPYMES.- “La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales,*

señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.”

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas En el reglamento.

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- “El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes”:

- a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo

MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;

d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional; e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;

g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;

h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;

i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño, Tipo y Enfoque de la Investigación

3.1.1 Diseño de la Investigación

El diseño de esta investigación fue no experimental, porque no se planteó demostrar hipótesis, sino más bien, determinar cuál es la situacional actual del sector mercantil de la Ciudadela Los Ceibos, a su vez que permita analizar su proceso socioeconómico y comercial; y la relación de estos con las Tecnologías de la Información para la Comunicación.

3.1.2. Tipo de la Investigación

En cuanto al tipo de investigación que se utilizó fue de carácter exploratorio y descriptivo, por lo cual hubo que recopilar información para conocer la situación socioeconómica y comercial de la ciudadela Los Ceibos, durante los últimos años, y de esta manera poder realizar un análisis para poder identificar las futuras perspectivas que se tendrán a futuro.

3.1.3 Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación se caracterizó por ser cualitativa, porque se analizaron aspectos particulares del sector comercial de Los Ceibos, sus relaciones comerciales, sus expectativas y demandas como ciudadanos.

3.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos

3.2.1 Métodos de Investigación

La aplicación del método inductivo es importante porque permite conocer más de cerca el problema a través del contacto personal con los moradores de la Ciudadela los Ceibos, para esto se aplicara técnicas como la entrevista y la encuesta. Por su parte, la deducción se aplicó en la comprensión de la realidad para demostrar el aspecto socioeconómico y comercial de dicho sector para el cual se aplicara técnicas: encuesta y entrevista.

En referencia al método analítico, este permitió persistir en la observación del fenómeno mediante un juicio crítico sobre la implementación de TIC's en el desarrollo del sector, y el método sintético fue de vital ayuda para el establecimiento de conclusiones de todo el estudio de campo.

3.2.2 Técnicas de Investigación

a. La Encuesta

Las encuestas estuvieron dirigidas a todos los dueños de los negocios de todo el sector Los Ceibos, porque son la parte fundamental de todo el proceso socioeconómico y comercial que se desea levantar.

b. La Entrevista

Las entrevistas fueron dirigidas y aplicadas específicamente a las personas que tienen basto conocimiento sobre el sector comercial de Los Ceibos, porque viven hace muchos años en este sector de la Ciudad de Ibarra.

c. La Observación

Esta técnica fue de vital ayuda para recabar información de campo actualizada que los organismos que contienen estadísticas a nivel local no la poseen en la medida y exigencias del estudio; aquí se registraron los locales comerciales que existen en Los Ceibos.

3.2.3 Instrumentos de Investigación

Para la realización de este estudio se emplearon algunos instrumentos; uno de ellos fue el formulario de la encuesta; debidamente estructurado y necesariamente validado. También se emplearon los formularios para la realización de entrevistas y las fichas de observación.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Descripción de la Población

Debido al tema de estudio, este limita la existencia de una sola población, que comprende a los propietarios y/o administradores de locales comerciales de la Ciudadela Los Ceibos, que según el registro de la ficha de observación existen 183 unidades productivas.

3.3.2 Descripción de la Muestra

Con la finalidad de tener confiabilidad en los datos, en esta investigación se aplicó la encuesta a toda la población, es decir no se efectuó el cálculo muestral; sino que se requirió del Censo, para tener mayor cantidad de datos. Y su población total es de 183, que representa a cada una de las unidades productivas que se encuentran dentro del sector.

3.4 Matriz de Operacionalización de Variables

Preguntas de Investigación	Variable	Indicador	Técnicas	Público
¿Cuántas son las unidades productivas de comercio y servicio que existen en la Ciudadela los Ceibos?	Tipo de Actividad Económica	Actividad Comercial	Ficha de Observación.	Sector Comercial de Los Ceibos
		Actividad de servicios		
¿Cuáles son las necesidades que tienen los moradores del Sector en cuanto al aspecto comercial, de nuevos productos y servicios?	Necesidades Comerciales	Espacios de Recreación	Encuesta	Sector Comercial de Los Ceibos
		Inversión		
		Apoyo por parte del Sector Publico.	Entrevista	
¿Cuál es el nivel de desarrollo de las actividades económicas y de servicios del sector, considerando la forma de producir, distribuir y consumir los bienes y servicios?	Nivel de Desarrollo de Actividades Económicas	Producción	Encuesta Entrevista	Sector Comercial de Los Ceibos
		Distribución		
		Consumo		
¿Cuál es la relación existente entre desarrollo micro empresarial y el crecimiento económico del sector objeto de estudio?	Desarrollo Micro Empresarial	Implementación de Tecnología	Encuesta	Sector Comercial de Los Ceibos
		Número de Empleados		
		Cobertura de Mercado		
	Crecimiento Económico	Inversión	Entrevista	
		Nivel de Ventas		
		Satisfacción en la calidad de vida		

3.5 Proceso de la Investigación

3.5.1 Proceso Investigativo del Problema

Para realizar el proceso de investigativo, se realizaron los siguientes pasos:

- Identificación del problema
- Objetivos
- Preguntas de investigación
- Investigación Bibliográfica
- Investigación de campo
- Analizar los resultados
- Interpretar los resultados
- Conclusiones y Recomendaciones

3.5.2 Proceso de Construcción de la Solución

Una vez que se determinó el diagnóstico de la Ciudadela los Ceibos, se analizó cuáles han sido los principales razones del porque las personas han optado por este sector al momento de tomar decisiones de inversión o implementación de un negocio.

La información económica disponible sobre el barrio Los Ceibos es escasa e incompleta, lo que aumenta el riesgo de toda operación, sin

confianza no hay inversión. Una herramienta fundamental es que al momento de aplicar Tecnologías de Investigación en un observatorio socioeconómico, se podría realizar el análisis de variables que estén estrechamente relacionadas con el desarrollo socioeconómico y comercial.

3.5.3 Valor Práctico

La presente investigación pretende dar solución al problema descrito y analizado en las páginas precedentes y con la aplicación de Tecnologías de Información, permitirá tener un análisis más profundo del desarrollo socioeconómico que será llevado dentro de un Observatorio Socioeconómico.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de Resultados

El cantón Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, con alrededor de los 181.175 habitantes, según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010); por su ubicación estratégica, este sector se ha caracterizado por ser un polo de desarrollo comercial, ya que su economía se basa en el auge de este sector en la economía local.

Dentro de su composición política, en cantón Ibarra está conformado por cinco parroquias urbanas como: Caranqui, Alpachaca, La Dolorosa del Priorato, El Sagrario y San Francisco; mientras que las parroquias rurales son seis Ambuquí, Angochagua, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio de Ibarra.

Dentro de esta conformación, en la parroquia San Francisco se encuentra la Ciudadela Los Ceibos, que es uno de los centros de mayor crecimiento comercial de la ciudad de Ibarra, es por esta razón que se a escogido este sector como tema de estudio del presente informe. Para la recolección de campo se utilizó las fichas de observación, instrumentos que permitieron recolectar información de campo sobre el número de locales comerciales existentes en la ciudadela, además se logró identificar la actividad principal de cada uno de ellos. Asimismo con la organización de los resultados se efectuó un análisis cualitativo y cuantitativo de la situación actual de la Ciudadela Los Ceibos, lo que conllevó a la formulación de conclusiones y recomendaciones; precisamente donde se respalda la propuesta del informe de grado.

4.1.1 Análisis de la Encuesta

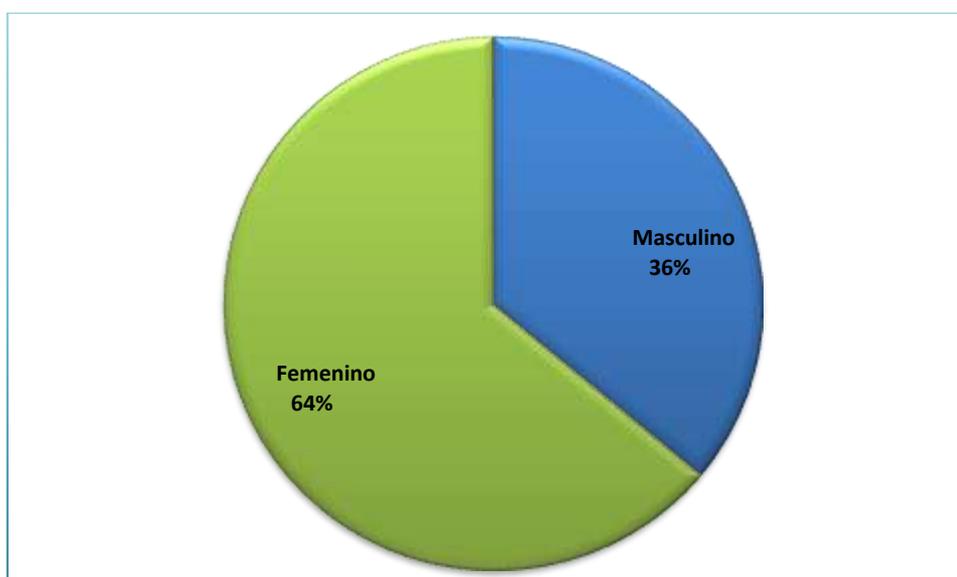
a. Género

Tabla N° 1. Datos Informativos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	66	36,07%
Femenino	117	63,93%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 1. Datos Informativos



Análisis

El grupo de informantes directos que se desempeñan como propietarios o administradores de los locales comerciales de la Ciudadela Los Ceibos se identificaron en su mayoría de género Femenino, esto es porque son precisamente las mujeres quienes están más relacionadas con la atención al cliente externo; por su parte la presencia del género Masculino es alrededor de un tercio de la muestra de estudio.

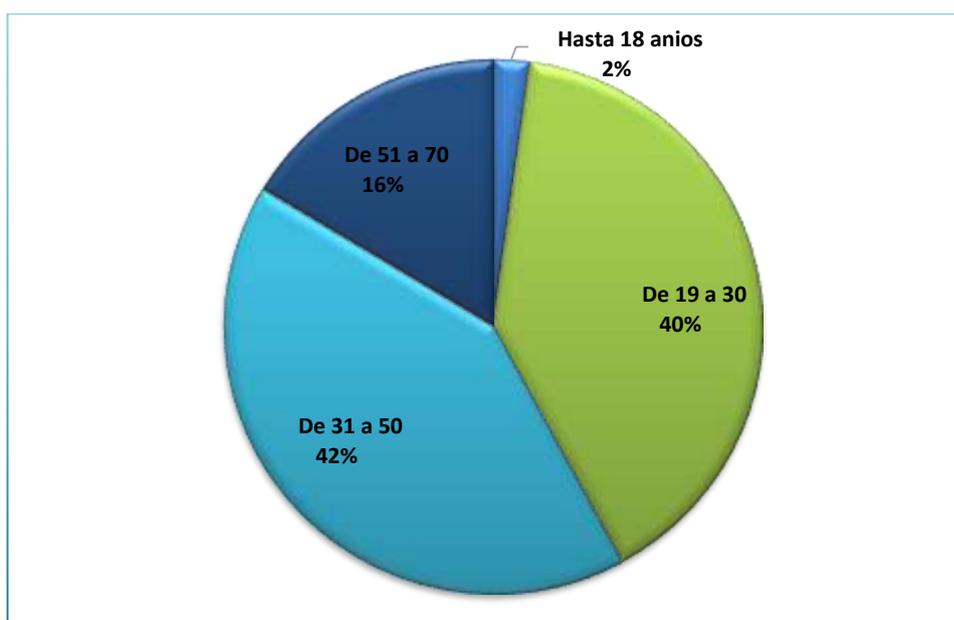
b. Edad

Tabla Nº 2. Edad del Informante

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Edad	183	
Hasta 18 años	4	2,19%
De 19 a 30	73	39,89%
De 31 a 50	76	41,53%
De 51 a 70	30	16,39%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Proprietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 2. Edad del Informante



Análisis

La edad de los informantes que brindaron los datos de la encuesta, mayormente fueron las personas que están entre los 31 a 50 años; seguido muy de cerca por las personas con edades de 19 a 30 años, que entre estos dos grupos alcanzan el 80% del total de informantes.

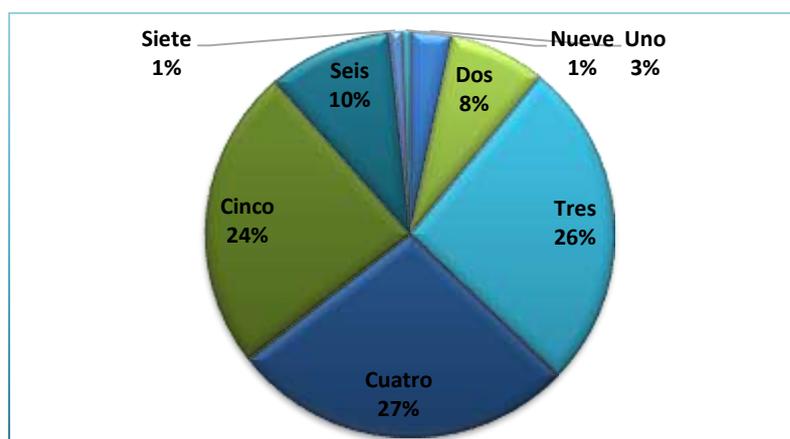
c. Número de Personas que Viven con el Informante

Tabla Nº 3. Número de Personas que Viven con el Informante

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Uno	6	3,28%
Dos	14	7,65%
Tres	48	26,23%
Cuatro	50	27,32%
Cinco	44	24,04%
Seis	18	9,84%
Siete	2	1,09%
Ocho	0	0,00%
Nueve	1	0,55%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 3. Número de Personas que Viven con el Informante



Análisis

Dentro de la composición del hogar se puede observar que el informante tiene una convivencia con tres, cuatro y hasta cinco personas, estos tres grupos suman tres cuartas partes del total de población comercial investigada; pudiera entenderse además que tales personas dependen económicamente del desarrollo de las actividades productivas del informante.

d. Tiempo que realiza la Actividad Comercial

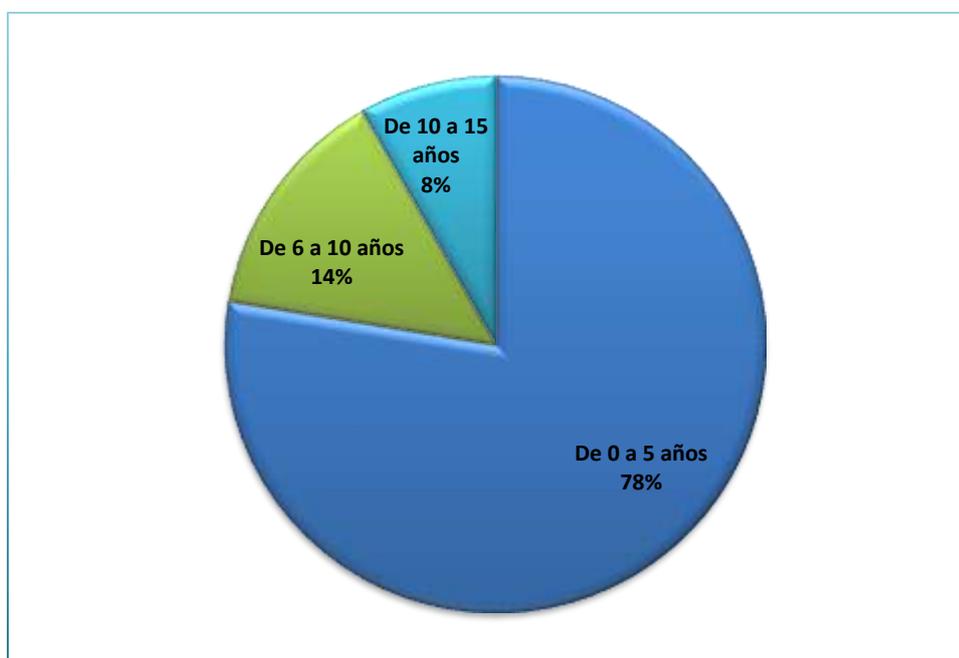
Tabla N° 4. Tiempo que Realiza la Actividad Comercial

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5 años	142	77,60%
De 6 a 10 años	26	14,21%
De 10 a 15 años	15	8,20%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 4. Tiempo que Realiza la Actividad Comercial



Análisis

De acuerdo a los resultados se puede observar que en los últimos cinco años se ha dado un incremento del número de locales comerciales en la Ciudadela Los Ceibos, ya que hace diez años eran 26 locales, y hace cinco años se incrementaron 25; pero de cero a cinco años se han constituido 142 unidades productivas.

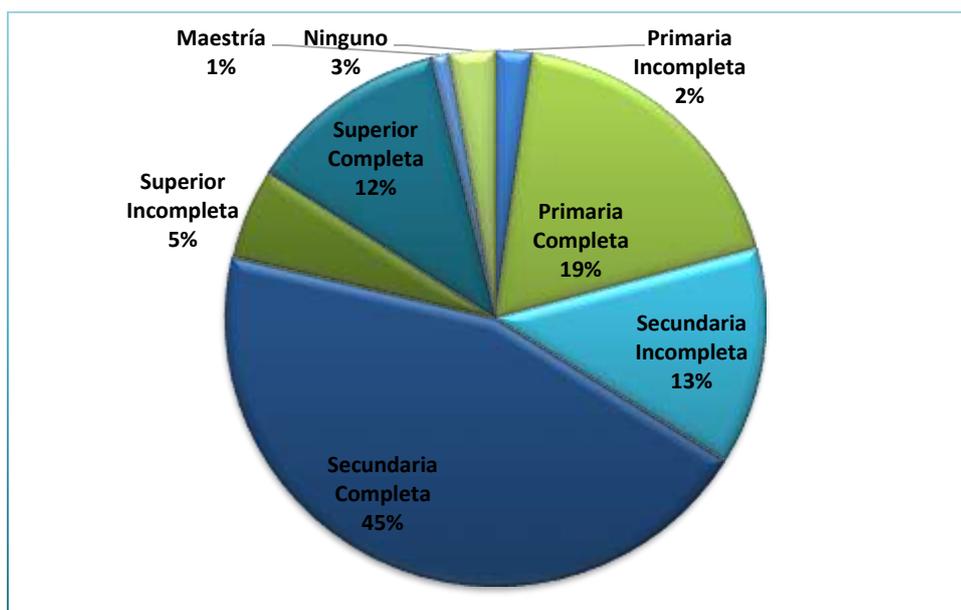
e. Nivel de Instrucción Académico

Tabla Nº 5. Nivel de Instrucción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria Incompleta	4	2,19%
Primaria Completa	34	18,58%
Secundaria Incompleta	24	13,11%
Secundaria Completa	82	44,81%
Superior Incompleta	10	5,46%
Superior Completa	22	12,02%
Maestría	2	1,09%
Ninguno	5	2,73%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 5. Nivel de Instrucción



Análisis

La población objeto de estudio, en cuanto al nivel educativo indicó que el 45% tuvo instrucción secundaria completa; 19% primaria completa y 12% accedió a formación universitaria completa, la diferencia de resultados no es muy representativa.

1. ¿En qué dimensión cree usted que se ha dado el desarrollo comercial de la ciudadela “Los Ceibos” en los últimos 5 años?

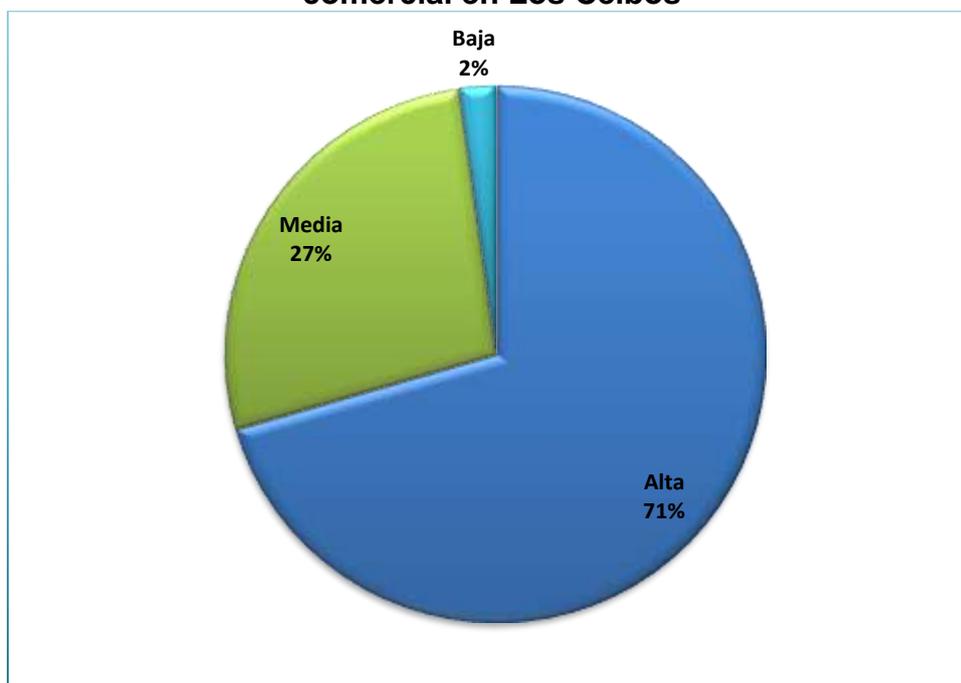
Tabla Nº 6. Percepción de los Comerciantes sobre el crecimiento comercial en Los Ceibos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alta	129	70,49%
Media	50	27,32%
Baja	4	2,19%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 6. Percepción de los Comerciantes sobre el crecimiento comercial en Los Ceibos



Análisis

El criterio de los informantes directos sobre el desarrollo comercial registrado en la Ciudadela Los Ceibos, dicen que es alta, criterio que es respaldado por el 71% de los encuestados; la diferencia afirma que el desarrollo comercial es mediano y bajo; esto se justifica porque la densidad comercial se centraliza, mientras que en las periferias sucede lo contrario.

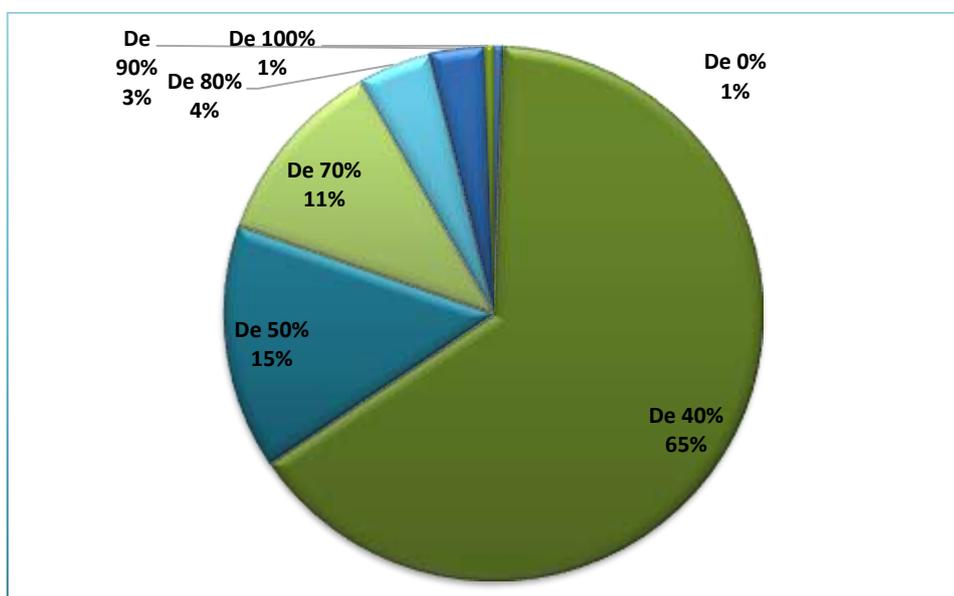
2. Señale el porcentaje que usted considere apropiado, en el que indique el crecimiento comercial en los últimos 5 años:

Tabla Nº 7. Porcentaje de Crecimiento

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 0%	1	0,55%
De 10%	0	0,00%
De 20%	0	0,00%
De 30%	0	0,00%
De 40%	119	65,03%
De 50%	27	14,75%
De 60%	0	0,00%
De 70%	21	11,48%
De 80%	8	4,37%
De 90%	6	3,28%
De 100%	1	0,55%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 7. Porcentaje de Crecimiento



Análisis.

La percepción de crecimiento que tienen los administradores, es que el crecimiento comercial está entre el intervalo del 50% al 65%, el crecimiento económico de todo el sector en general.

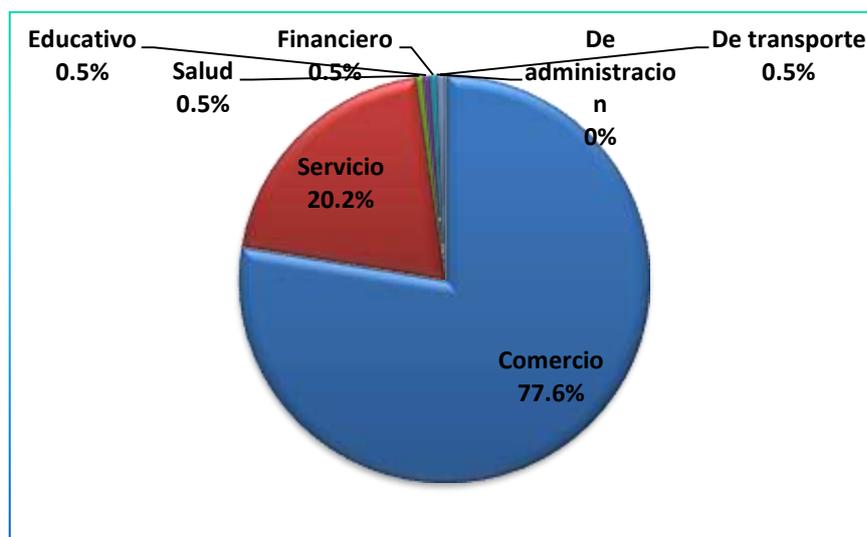
3. ¿Qué tipo de actividad económica Usted tiene?

Tabla N° 8. Tipo de Actividad Económica

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	142	77.60%
Servicio	37	20.20%
De salud	1	0.50%
Educativo	1	0,50%
Financiero	1	0,50%
De administración	0	0,00%
De transporte	1	0,50%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 8. Tipo de Actividad Económica



Análisis

Los resultados antes expuestos confirman que Los Ceibos es una ciudadela con gran presencia del comercio que registra un 77.6%, como actividad productiva de mayor representatividad; seguida por los servicios, con 20.30%, y con muy poca representatividad en actividades de tipo financiero, educativo y de transporte.

4. ¿A qué sector, pertenece su actividad económica?

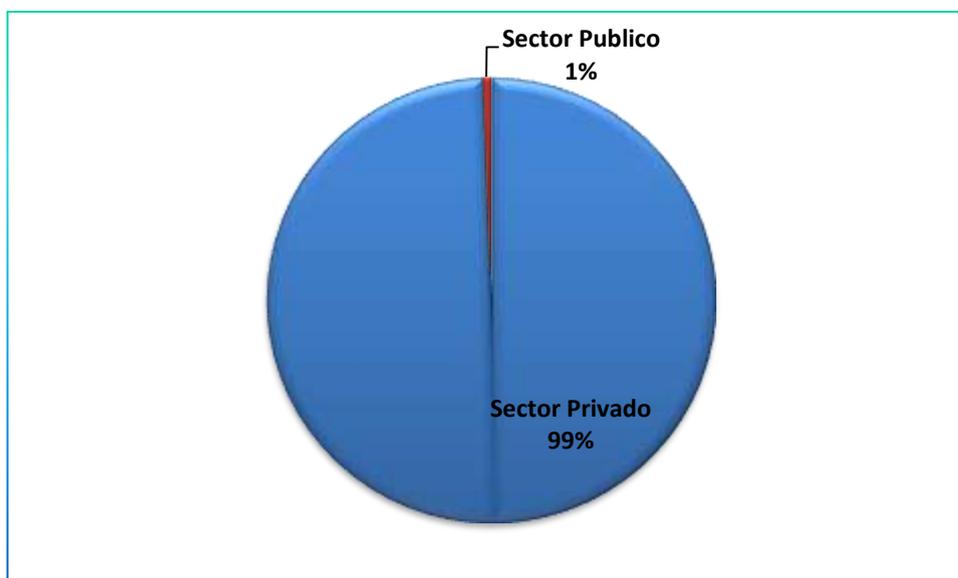
Tabla N° 9. Actividad Económica, según el Sector

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sector Privado	182	99%
Sector Público	1	1%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N°9. Actividad Económica, según el Sector



Análisis

Los datos demuestran que el origen del capital para la conformación de las unidades productivas en la Ciudadela Los Ceibos proviene mayoritariamente de fuentes particulares, que generalmente se conoce como “Sector Privado”; únicamente el 1% está en el lado opuesto, al conformar actividades económicas a través del Sector Público.

5. El local donde Usted realiza su actividad económica es:

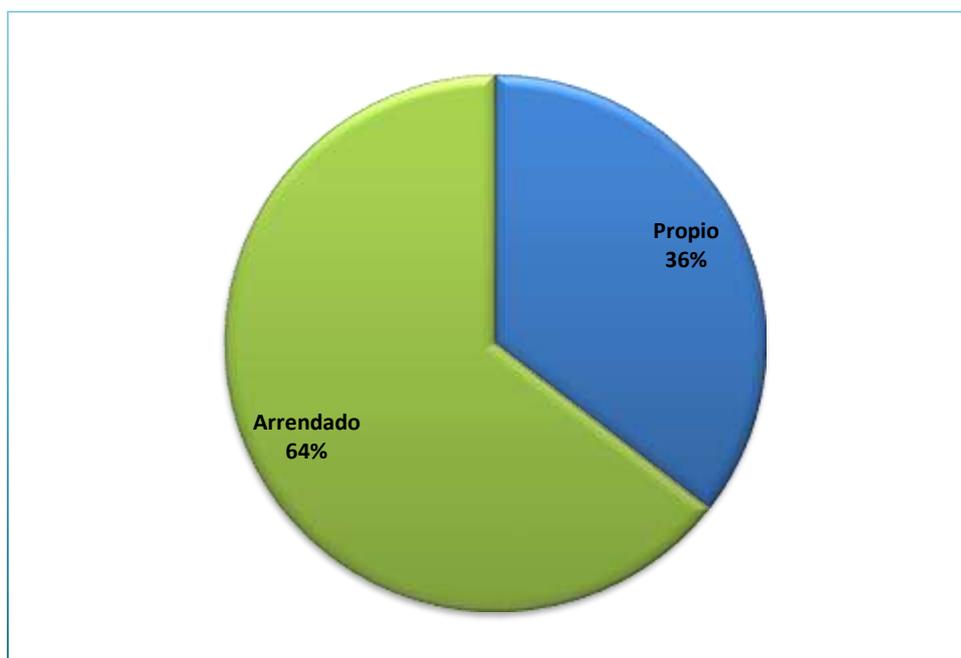
Tabla N° 10. Propiedad del Local

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Propio	65	35,52%
Arrendado	118	64,48%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 70. Propiedad del Local



Análisis

Los informantes al respecto de esta interrogante manifestaron que el 64% de locales comerciales en los que realizan sus actividades productivas era indispensable pagar un valor por concepto de arriendo; el mismo que a la fecha de investigación estaba entre 200 y 300 dólares mensuales; por su parte el 36% restante no tiene que asumir este gasto; con lo que puede desenvolverse en el mercado de manera más holgada.

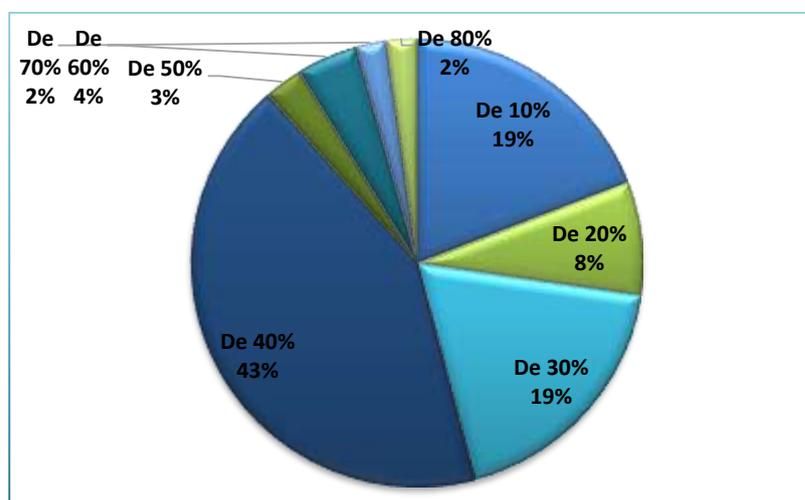
6. **Cuanto es el nivel promedio de ventas que se ha incrementado su negocio en relación a los dos últimos años:**

Tabla N° 71. Incremento promedio del nivel de ventas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 10%	35	19,13%
De 20%	15	8,20%
De 30%	34	18,58%
De 40%	78	42,62%
De 50%	5	2,73%
De 60%	8	4,37%
De 70%	4	2,19%
De 80%	4	2,19%
De 90%	0	0,00%
De 100%	0	0,00%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 81. Incremento promedio del nivel de ventas



Análisis

La mayoría de encuestados indica que en los dos últimos años se ha registrado un crecimiento en ventas que va desde el 10% al 40%, en los casos más favorables, debido a que se han realizado inversiones para ampliar los servicios.

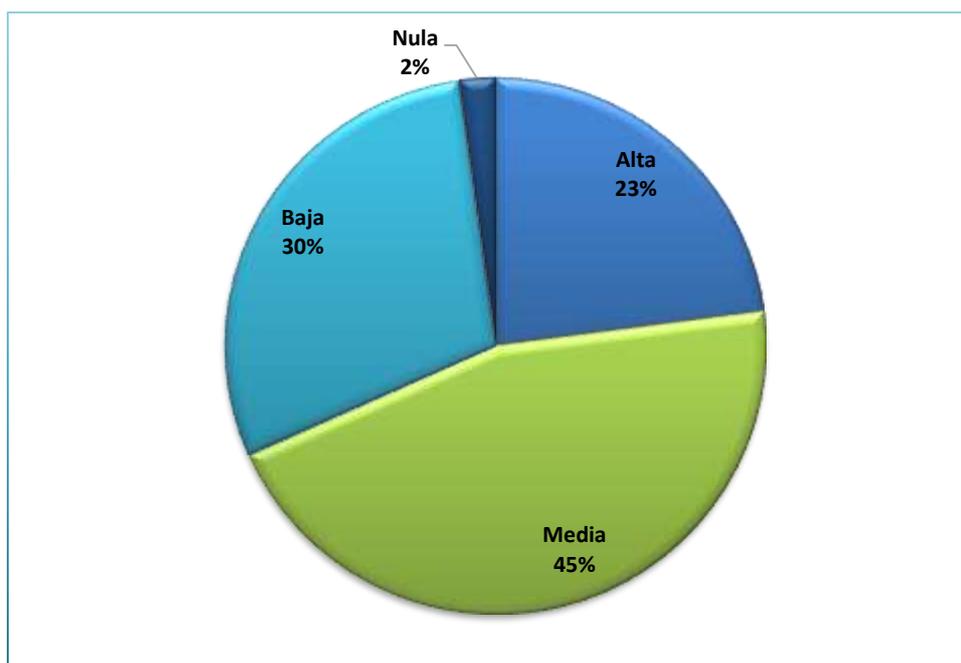
7. El nivel de competencia que existe en la Ciudadela los Ceibos, para su negocio es:

Tabla N° 12. Nivel de Competencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alta	42	22,95%
Media	83	45,36%
Baja	54	29,51%
Nula	4	2,19%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 92. Nivel de Competencia



Análisis

Los resultados indican que el nivel de competencia Medio y alto suman dos tercios del total de criterios seleccionados; mientras que los restantes resultados dicen que la competencia es baja, en virtud de que su ubicación no es muy estratégica, con respecto al centro comercial de la Ciudadela de Los Ceibos.

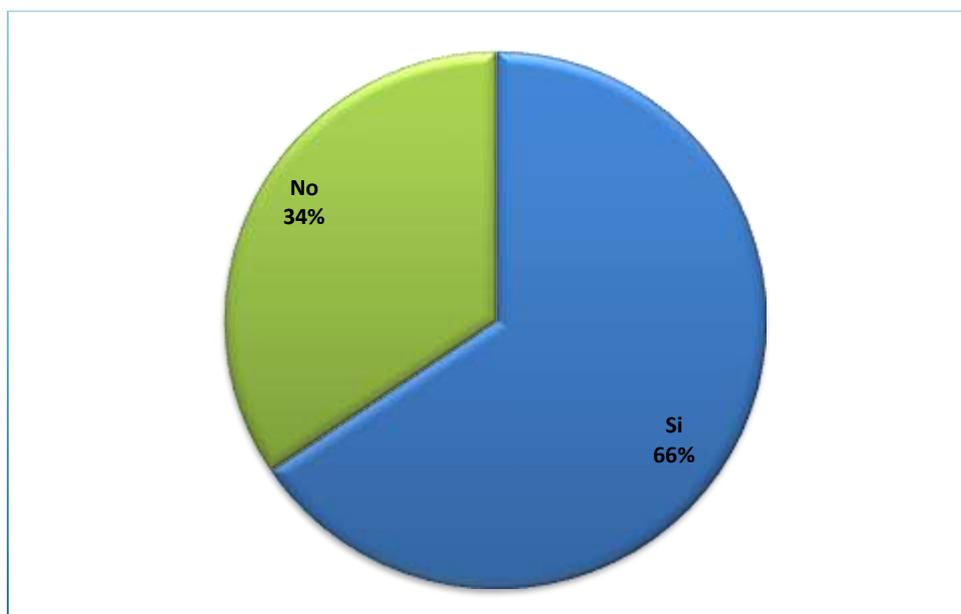
8. Los precios de los bienes y servicios son competitivos en el sector comparados con los de los proveedores de otros sectores de la ciudad:

Tabla N° 13. Precios de Bienes y Servicios Competitivos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	120	65,57%
No	63	34,43%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 103. Precios de Bienes y Servicios Competitivos



Análisis

Dos tercios de los encuestados coinciden en que el nivel de precios que se maneja en las transacciones comerciales de la Ciudadela Los Ceibos son competitivos, comparados con otros sectores de la ciudad; los que afirman lo contrario es porque su volumen de compras para abastecimiento es reducido y no logran mayores ganancias por diferencial en el precio de compra.

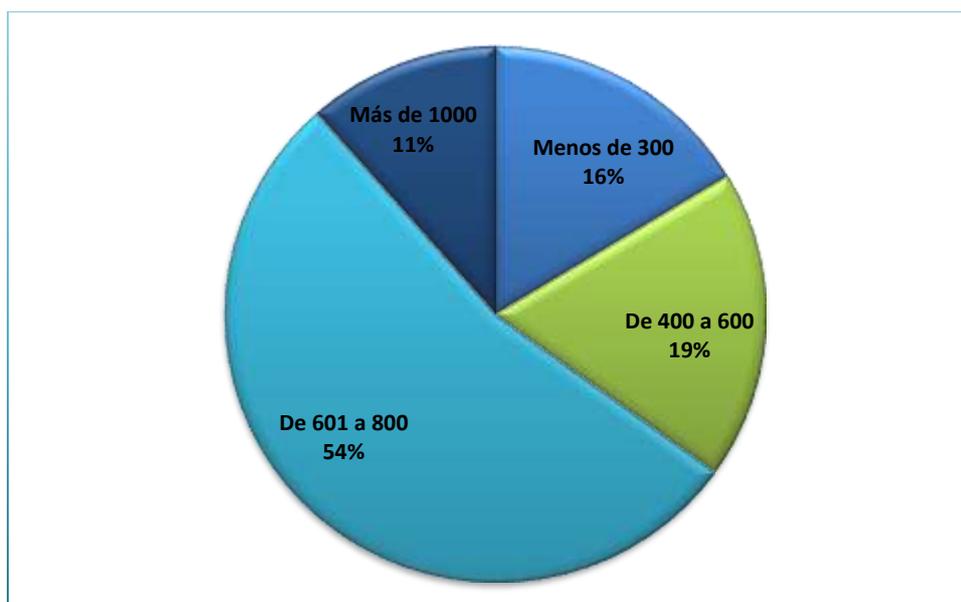
9. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales que obtiene de su actividad económica en un mes de actividades?

Tabla N° 84. Nivel de Ingresos Mensuales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$300	30	16,39%
De \$400 a \$600	34	18,58%
De \$601 a \$800	98	53,55%
Más de \$1000	21	11,48%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 114. Nivel de Ingresos Mensuales



Análisis

Los mejores niveles de ingreso económico de los informantes está entre los 400 y 600 dólares mensuales, con el 19%; valor que está sobre el sueldo básico unificado; y hay otro grupo que alcanza ingresos mensuales entre 601 y 800 dólares, valor que contribuye a la adquisición de la canasta básica.

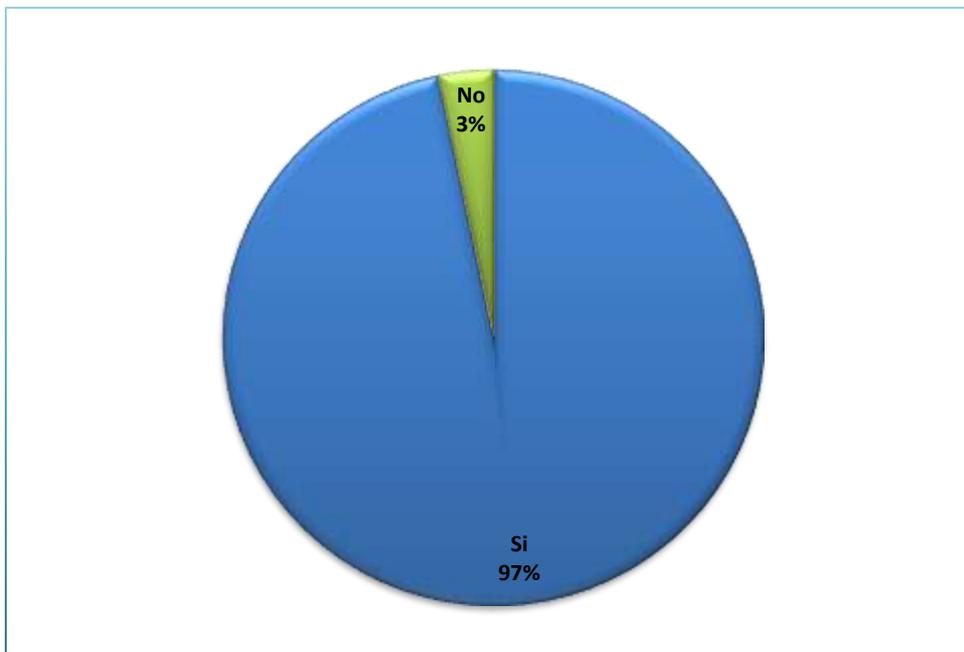
10. Con el dinero de sus ventas, considera que es suficiente para satisfacer sus necesidades básicas:

Tabla N° 95. Percepción de satisfacción de necesidades básicas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	177	96,72%
No	6	3,28%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 125. Percepción de satisfacción de necesidades básicas



Análisis

La percepción psicosocial de la población investigada demuestra que tienen una reacción favorable al planteamiento que con el dinero que generan por el ejercicio de sus actividades productivas es suficiente para cubrir sus necesidades básicas; solo un 3% considera insuficientes recursos económicos, situación que no les permite lograr una plena satisfacción de sus necesidades.

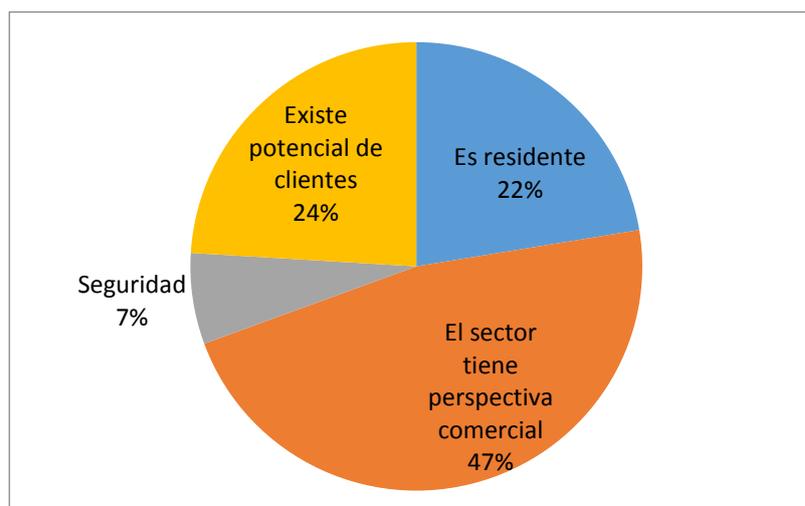
11. ¿Qué aspecto influyó para que usted decidiera iniciar una actividad productiva en este sector?

Tabla Nº 105. Factores que incidieron al emprendimiento de negocios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Es residente	41	22%
El sector tiene perspectiva comercial	86	47%
Seguridad	12	7%
Existe potencial de clientes	44	24%
Otro	0	0,00%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 135. Factores que incidieron al emprendimiento de negocios



Análisis

A palabras de los informantes, se puede decir que casi la mitad de los mismos, decidieron emprender sus actividades productivas en la Ciudadela Los Ceibos porque consideran que este es un sector que tiene mucha perspectiva comercial, otra parte indicó que existe alta potencialidad de clientes o porque simplemente es un residente en la zona de estudio.

12. A su criterio; qué tipo de unidad productiva le hace falta a Los Ceibos, para que la ciudadela brinde servicios integrales.

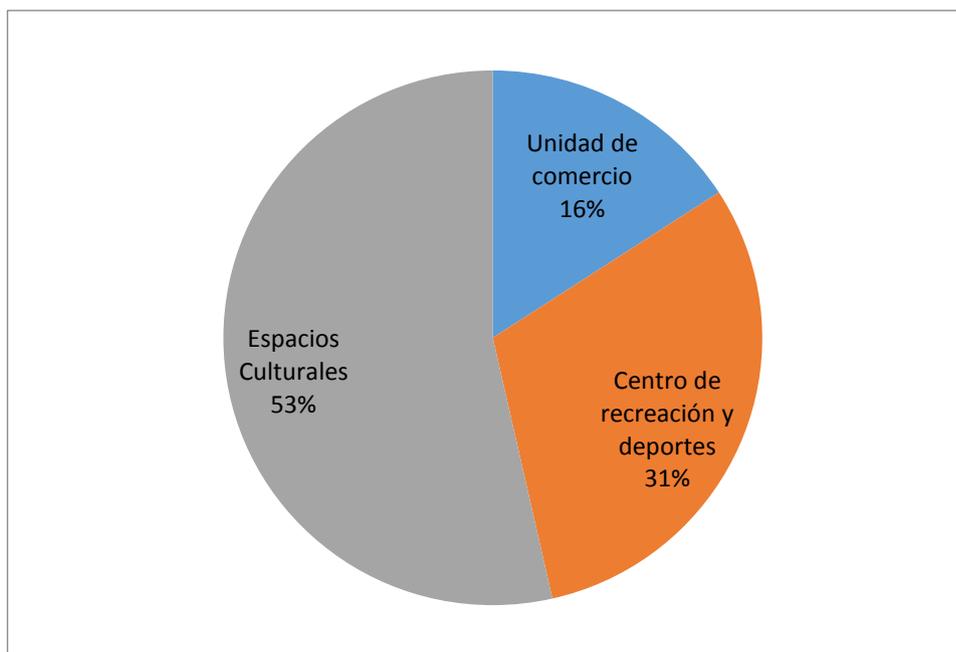
Tabla N° 116. Unidad Productiva que hace falta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Unidad de comercio	29	15,85%
Centro de recreación y deportes	56	30,60%
Espacios Culturales	98	53,55%
Otros	0	0,00%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 146. Unidad Productiva que hace falta



Análisis

A parecer de los encuestados, ellos consideran que a la Ciudadela Los Ceibos le hace falta unidades productivas que tengan relación con los espacios culturales, asimismo consideran la necesidad de habilitar espacios para actividades de recreación y deporte, entre las principales.

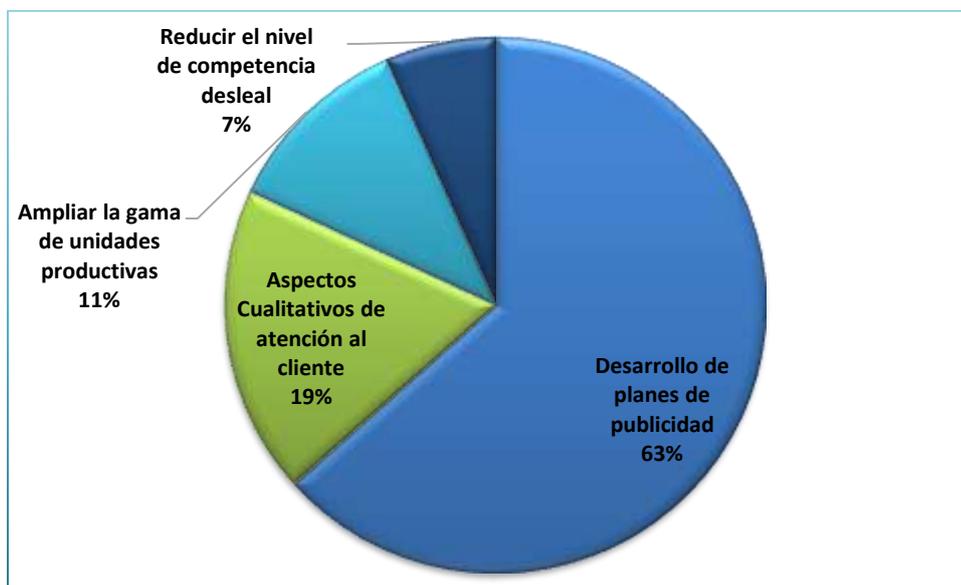
13. ¿Qué recomendaciones haría para incrementar el nivel comercial de la ciudadela?

Tabla N° 127. Recomendaciones para incrementar el nivel comercial

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desarrollo de planes de publicidad	116	63,39%
Aspectos Cualitativos de atención al cliente	34	18,58%
Ampliar la gama de unidades productivas	21	11,48%
Reducir el nivel de competencia desleal	12	6,56%
Otro	0	0,00%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico N° 157. Recomendaciones para incrementar el nivel comercial



Análisis

Los comerciantes de Los Ceibos consideran importante que se trabaje en el desarrollo de propuestas relacionadas con la publicidad para dar a

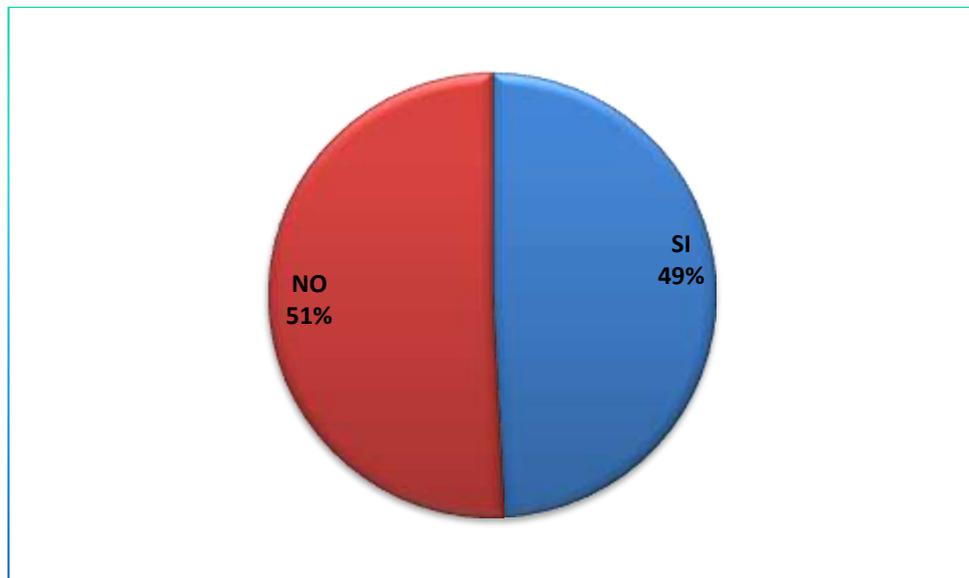
conocer los distintos bienes y servicios mercantizados a la población; pero también es importante relacionar planificar en la atención al cliente.

14. Existe disponibilidad de espacios físicos para la instalación nuevos de negocios, servicios o microempresas,

Tabla N° 18. Existencia de Espacios Físicos en Los Ceibos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	90	49.18%
NO	93	50.81%

Gráfico N° 168. Existencia de Espacios Físicos en Los Ceibos



Los comerciantes del barrio Los Ceibos, dentro del 49.18% supieron manifestar que si existe espacios físicos para el desarrollo de sus actividades económicas, y dentro del 50.81% manifestó que falta apoyo por parte de autoridades, para la construcción de espacios físicos que permitan el adecuado desarrollo de sus actividades, debido a la existencia de espacios físicos que se encuentran sin construir.

15. ¿Qué tan oneroso resulta su adquisición o arrendamiento de locales comerciales?

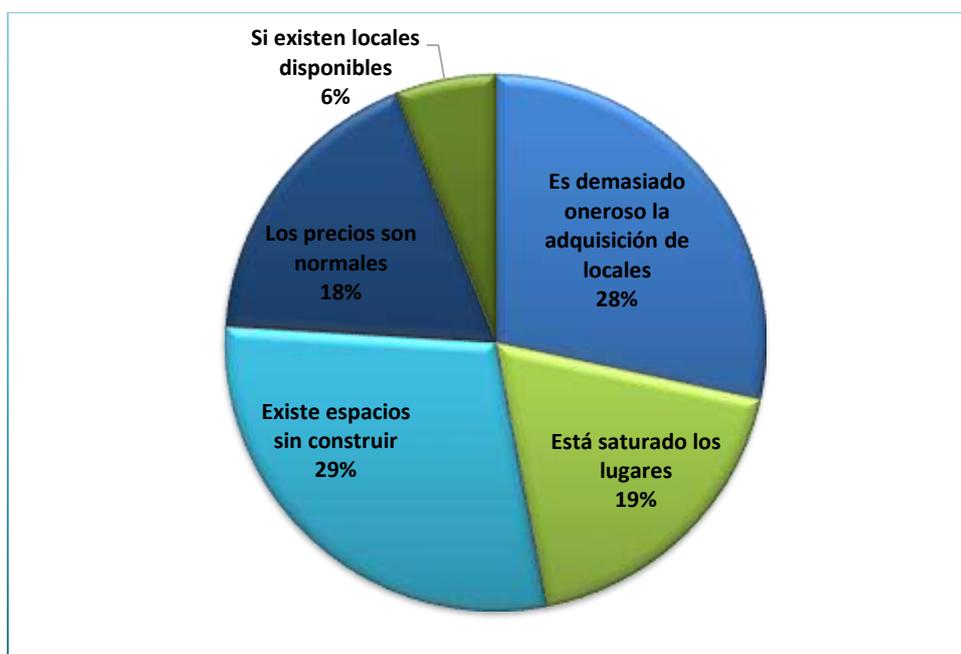
Tabla Nº 19. Adquisición o arrendamiento de locales comerciales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Es demasiado oneroso la adquisición de locales	52	28,42%
Está saturado los lugares	34	18,58%
Existe espacios sin construir	53	28,96%
Los precios son normales	33	18,03%
Si existen locales disponibles	11	6,01%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 19. Adquisición o arrendamiento de locales comerciales



Análisis

Los comerciantes de Los Ceibos consideran que la adquisición de locales comerciales es muy costoso, comparada con años anteriores una causa de esto se debe a la relación existente que mientras mas comercial se

vuelve un sector, la plusvalía en cuanto a terrenos, alquiler o adquisición de locales comerciales aumenta.

16. ¿Cuáles son las razones que le motivo a tomar la decisión de invertir en este tipo de negocio?

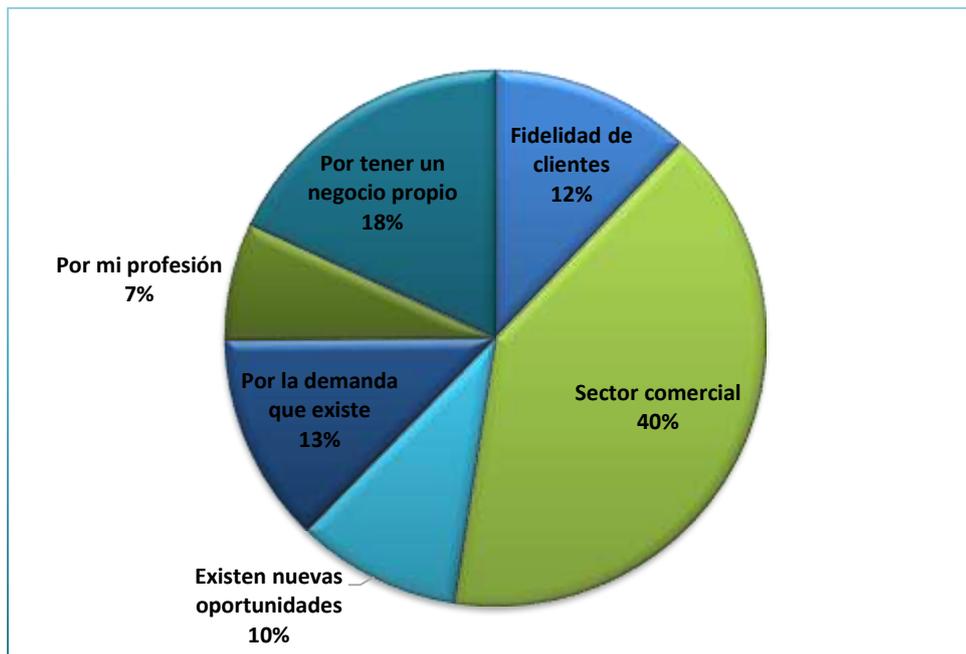
Tabla Nº 13. Razones para Invertir en un Negocio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Fidelidad de clientes	22	12,02%
Sector comercial	74	40,44%
Existen nuevas oportunidades	18	9,84%
Por la demanda que existe	23	12,57%
Por mi profesión	13	7,10%
Por tener un negocio propio	33	18,03%
Total	183	100,00%

Fuente: Encuesta Aplicada a Propietarios de Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Gráfico Nº 17. Razones para Invertir en un Negocio



Análisis

Las razones principales que motivaron la inversión de capital financiero a criterio de los informantes fue el amplio sector comercial que garantiza

una gran rotación de efectivo; asimismo la idea de tener un negocio propio fue muy decisivo para colocar efectivo a favor del negocio.

4.1.2 Análisis de las Entrevistas

Para el desarrollo de esta investigación se efectuaron cuatro entrevistas estructuradas, las mismas que fueron aplicadas a cuatro personas que tienen un amplio conocimiento sobre la situación socioeconómica y comercial de la Ciudadela Los Ceibos, especialmente sobre el crecimiento de las unidades mercantilistas en los últimos diez años, que existen en el sector de estudio.

A continuación se pone a consideración los resultados de las entrevistas:

Pregunta	Fuente	Respuesta
¿Cómo era la ciudadela Los Ceibos hace 10 años?	Vicente Noguera	Tenía su avenida principal empedrada, con muchos baches, no había fuentes de trabajo, era poco el negocio porque no había locales, esto cambio cuando se hizo la gestión para el adoquinado. Más o menos hace unos cinco años el comercio creció, usted puede encontrar lo que quiera, todos los días del año.
	Edgar Medina	Hace diez años no había tantos locales comerciales, contaba con servicios básicos de mala calidad
	Carmen Obando	No era tan comercial como lo es ahora
	Jorge Guevara	Había pocas viviendas, y los negocios también eran reducidos, las casas no eran tan arregladas como son ahora
¿Cuál es su criterio sobre la situación socioeconómica y comercial de La Ciudadela Los Ceibos?	Vicente Noguera	El comercio es bueno, pero los incrementos en los arriendos son un poco complicados. Todos trabajan, todos tienen su fuente de trabajo y se ayudan entre sí.
	Edgar Medina	Esto empezó en el 2001, cuando el Municipio declaró a los Ceibos como Zona Comercial, desde ahí se han ido implementando los negocios, especialmente hace cinco años.

	Carmen Obando	Es muy buena
	Jorge Guevara	Los Ceibos se ha ganado una fama comercial muy favorable, porque en este pequeño espacio hay todo lo que en Ibarra es necesario recorrerla toda a ver si encuentra lo que necesita
¿Cuáles son las actividades productivas que más se destacan en la ciudadela?	Vicente Noguera	Las comidas, hay de todo tipo: desayunos, almuerzos, meriendas, comida rápida, panaderías; todos estos negocios se esfuerzan por atender bien a los clientes.
	Edgar Medina	Las comidas, las farmacias, centros de diversión, tenemos todo lo que el ciudadano necesita
	Carmen Obando	Las comidas rápidas
	Jorge Guevara	En los Ceibos encuentra todo tipo de negocios
¿Qué conocimiento tiene sobre las Tics?	Vicente Noguera	No tengo conocimiento
	Edgar Medina	Poco conozco del tema, pero si sería bueno que se hagan programas que ayuden a la población de Los Ceibos para que conozca más.
	Carmen Obando	No tengo conocimiento
	Jorge Guevara	Es el manejo de las tecnologías, como la computación, tv cable, los celulares, entre otras cosas, que han colaborado para el aprendizaje y para el desarrollo
¿Cuáles considera que son los factores que favorecieron el crecimiento económico en Los Ceibos?	Vicente Noguera	Cuando recién comenzaron la idea, era formar una microempresa pero no hubo la unión de los moradores, entonces cada uno fue adaptando su local comercial, porque en Ibarra no había las suficientes plazas de trabajo.
	Edgar Medina	Es el emprendimiento y las ganas que han tenido los moradores para poner su negocio, y como la mayoría de locales se atienden por sus dueños, es por eso que se trabaja hasta altas horas de la noche.
	Carmen Obando	El comercio que existe le dio más realce a Los Ceibos
	Jorge	Las ganas de la gente por buscar alternativas

	Guevara	de trabajo
¿Qué bienes y/o servicios le hacen falta a Los Ceibos para que logre un mayor desarrollo?	Vicente Noguera	Hace falta una entidad financiera para hacer todas las gestiones relacionadas a los negocios.
	Edgar Medina	Hace falta capacitar a la gente en aspectos de salud, seguridad vial.
	Carmen Obando	Un supermercado, un comisariato municipal, más farmacias, pero los dueños de los locales se oponen a esto.
	Jorge Guevara	El crecimiento es desordenado, debería planificarse bien, con la finalidad de distribuir los nuevos negocios, de ahí en Los Ceibos si hay lo que se necesita
¿Qué beneficios ha tenido usted por vivir en Los Ceibos, comparando con otros sectores de la ciudad de Ibarra?	Vicente Noguera	La tranquilidad porque la mayoría de vecinos nos conocemos y porque la misma actividad comercial demanda más presencia de policías que ayudan a la seguridad de todos.
	Edgar Medina	El principal beneficio es la unidad de la gente, por ejemplo en las mingas y cuando queremos algo lo pedimos porque a todos nos beneficia los habitantes.
	Carmen Obando	La seguridad, antes era muy tranquilo, ahora por los negocios la policía viene más seguido.
	Jorge Guevara	La diversidad de negocios me permite encontrar las cosas que necesito de manera más rápida
¿Cómo calificaría el flujo económico y comercial que se da en esta ciudadela?	Vicente Noguera	Es bueno, Los Ceibos es un buen punto de venta.
	Edgar Medina	En los Ceibos se mueve mucho dinero porque existen muchos negocios, y eso también le ayuda al gobierno porque se generan muchos impuestos.
	Carmen Obando	El flujo es bueno, pero en la noche se incrementa por los centros de diversión nocturna; y eso obliga a que los negocios atiendan hasta más tarde.
	Jorge Guevara	El flujo comercial es muy alto, y en la noche se desarrolla más por la presencia de comercio ambulante.
tiene sobre la calidad de servicios básicos	Vicente Noguera	Antes se suspendía el servicio de agua a las 7 de la noche; pero las gestiones de las últimas directivas solucionaron este problema; los otros servicios básicos si son buenos.

	Edgar Medina	Actualmente todos los servicios básicos son de muy buena calidad
	Carmen Obando	Antes había suspensión de servicios, ahora son permanentes
	Jorge Guevara	Actualmente los servicios son buenos, y relativamente son baratos
¿Considera que toda la población de Los Ceibos se ha beneficiado del crecimiento económico que se ha dado en este sector?	Vicente Noguera	Sin dudas que todos los que vivimos en Los Ceibos nos hemos beneficiado de una u otra manera.
	Edgar Medina	Todas las personas de Los Ceibos nos hemos beneficiado
	Carmen Obando	Todos nos beneficiamos, unos con dinero y otros porque en Los Ceibos encuentra locales abiertos hasta altas horas de la noche
	Jorge Guevara	Lógicamente, antes las fachadas no eran tan estilizadas como ahora, además la presencia de los negocios ha obligado a las instituciones de dotar al sector de buenos servicios
¿Cuáles son sus expectativas socioeconómicas como morador de Los Ceibos?	Vicente Noguera	Seguir trabajando en conjunto para poder brindarles más oportunidades a nuestros hijos.
	Edgar Medina	Generación de nuevas fuentes de trabajo, y desarrollar trabajos con la juventud, y en general buscar algo relacionado a la cultura.
	Carmen Obando	Mayor crecimiento comercial
	Jorge Guevara	Tener un negocio más grande, pero el limitante es el arriendo, porque es muy elevado.
¿Qué recomendaciones realizaría a la administración pública, organización barrial y unidades productivas privadas, para lograr un crecimiento sostenido en Los Ceibos?	Vicente Noguera	A la alcaldía que no se deje de despreocupar por la seguridad, que es muy importante, a los negocios que sea posible capacitar al personal para que brinde una buena atención al cliente y a la organización barrial a ver si ayuda a ampliar el sector comercial para beneficiar a más personas.
	Edgar Medina	Se requiere apoyo de todas las organizaciones en aspectos de atención al cliente, publicidad, contabilidad y emprendimiento de nuevos negocios.
	Carmen Obando	Implementar carpas para que en esos lugares se puedan establecer otros negocios.

	Jorge Guevara	A todos los actores sociales es importante que sigamos unidos para conseguir más cosas en favor de nuestros hijos.
--	---------------	--

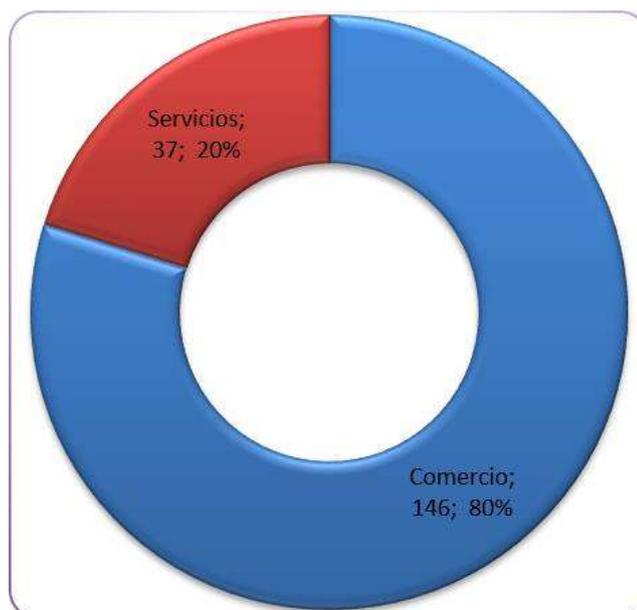
4.2 Contratación de Resultados

4.2.1. ¿Cuántas son las unidades productivas de comercio y servicio que existen en la Ciudadela Los Ceibos?

Para contestar esta pregunta se realizó una ficha de observación (Ver anexo D) que registró la ubicación del local comercial, la actividad económica principal que ejerce y su nombre (en caso de tenerlo). Tal investigación se la realizó el día 8 de junio de 2013

En el recorrido que se hizo en la Ciudadela Los Ceibos, se puede decir que existieron 183 locales comerciales, principalmente concentrándose en las ramas del comercio y de servicios; como se detalla en el grafico que se detalla a continuación.

Gráfico N° 18. Unidades Productivas Comerciales y De Servicios



Fuente: Clasificación de los Locales Comerciales de Los Ceibos
Elaborado por: Fuentes, M. 2013

De acuerdo al gráfico se puede decir que existen 37 locales que se dedican a actividades de servicios porque su accionar se basa en satisfacer necesidades sin tener que entregar un bien tangible para lograr su cometido; mientras que 146 unidades productivas se dedican a tareas relacionadas con el comercio de manera formal; es decir entregan un bien a cambio de dinero.

Además, la ficha de observación proporciona datos de los locales comerciales que tienen un nombre que los identifique; y otros locales que únicamente han adaptado las viviendas para ejercer sus actividades, pero que al momento de efectuar la investigación de campo, aún no tienen un nombre; siendo los resultados los siguientes

Tabla Nº 14. Locales Comerciales Con y Sin Nombre

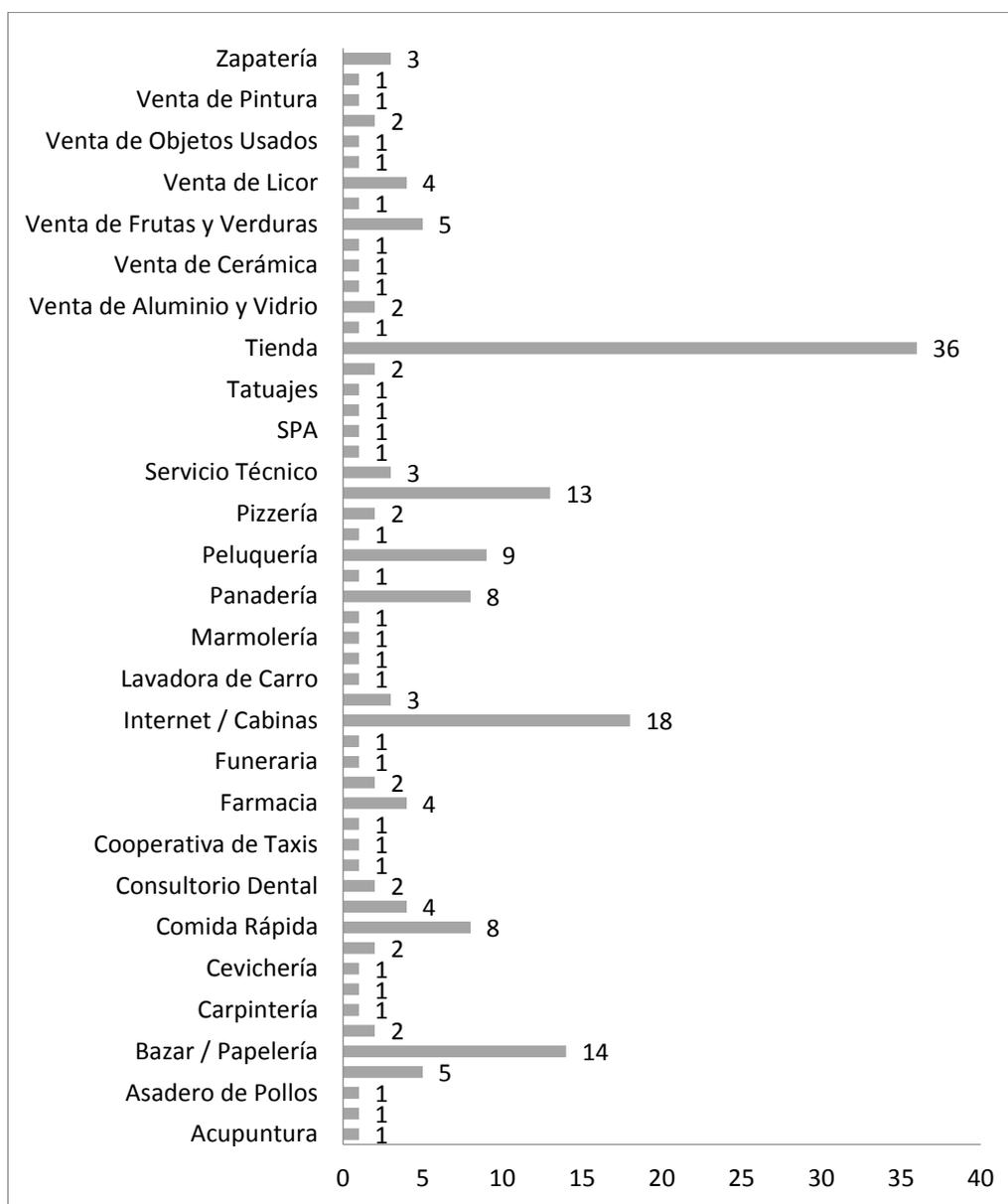
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Con Nombre	38	20,77%
Sin Nombre	145	79,23%
Total	183	100,00%

Fuente: Nombres de los Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

De los locales comerciales observados, se puede efectuar la el siguiente resumen:

Gráfico N° 19. Concentración de Locales Comerciales, según Tipo de Actividad Económica



Fuente: Nombres de los Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Claramente se puede hacer una distinción de la existencia de locales comerciales como tiendas con 36 registros, internet – cabinas con 18 casos, bazar – papelería tiene 14 afirmaciones y restaurantes con 13 observaciones.

4.2.2. ¿Cuáles son las necesidades comerciales de los habitantes de la Ciudadela Los Ceibos, en cuanto a nuevos productos y servicios?

Los requerimientos de la población son de dos campos: a) social, b) económico. Los del campo social son todos aquellos que influyen directamente en el mejoramiento de las condiciones de vida, y que son ejecutadas por entidades públicas; mientras que las de tipo económico se relacionan directamente con inversiones directas o indirectas que se puedan hacer en el sector, con la finalidad de que exista mayor apoyo para el sector comercial.

Gráfico N° 20. Necesidad de Espacios en Los Ceibos



Fuente: Nombres de los Locales Comerciales de Los Ceibos

Elaborado por: Fuentes, M. 2013

Con lo expuesto anterior se puede decir, que al momento de requerir espacios culturales, de recreación y deporte, para poder cubrir

necesidades culturales, estas a la vez van a dar oportunidad para generar nuevas actividades económicas.

De acuerdo a las opiniones de los informantes los requerimientos de la población de la Ciudadela Los Ceibos se enmarcan en tres grandes grupos:

Espacios Culturales: Son los lugares que se han construido con la única finalidad de tener una influencia directa sobre los aspectos relacionados al desarrollo cognitivo de las personas, a través de actividades educativas enriquecedoras.

Centros de Recreación y Deporte: Son los espacios públicos que permiten el sano esparcimiento de los beneficiarios, ofreciendo las condiciones elementales para desarrollar actividades deportivas.

Otros: Comprende a los aspectos administrativos y de gestión que permiten alcanzar anhelos sociales, que contribuirán al mejoramiento del nivel de vida.

Por otra parte, se puede considerar que en Los Ceibos al ser un espacio de gran trascendencia comercial, esto ha limitado a nuevas inversiones debido a los altos costos de los predios o de los arriendos de los locales comerciales.

El desarrollo económico necesita la realización de proyectos que den efectos favorables sobre el ingreso, en una gran variedad de actividades, dentro de la investigación realizada se supo manifestar que no existe el apoyo suficiente por parte de autoridades locales, y que los recursos son limitados (ahorros disponibles para la inversión o capacidad para invertir).

Otro requerimiento o necesidad que se pudo determinar, es la escases de otro tipo de actividades económicas que impulsen el desarrollo comercial de una manera más elevada, debido a que existe mucha

competencia y para para actividades económicas menores esto es un preocupante.

Pero, para que los beneficios del buen desempeño económico se traduzcan en beneficios de desempeño social, se necesita como condición una buena y equitativa distribución de la riqueza.

4.2.3. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de las actividades económicas y de servicios del sector, considerando la forma de producir, distribuir y consumir los bienes y servicios?

Dentro de las 183 unidades productivas que se investigó, se puede considerar actividades económicas en la manera de producir, consumir y brindar un servicio, en donde según la actividad el ingreso económico varia.

Según los ingresos se a clasificado en las siguientes categorías:

INGRESOS	Nro. Locales
Menos de 300	30
De 400 a 600	34
De 601 a 800	98
De 801 Mas de 1000	21

En el siguiente cuadro se muestran actividades económicas que corresponden tanto a comerciales como a servicios, y que según sus ingresos económicos estos se encuentran en la primera categoría con ingresos de hasta \$300, en la segunda categoría de \$400 a \$600, en la tercera categoría de \$601 a \$800 y en la última categoría de \$801 a \$1000 y cuanto ha sido su incremento porcentual en relación a sus ventas en el periodo de tiempo del año 2012 hasta el año 2013 en donde fue realizada las encuestas.

Según su actividad comercial:

- Ingresos hasta \$300

Producto que Expende	S/N	Con Nombre	INGRESOS 2012	INGRESOS 2013	
TIENDA	X		270	300	10%
TIENDA	X		225	250	10%
TIENDA		DELICATESSEN EL LIMÓN	225	250	10%
TIENDA		CADAV	252	280	10%
TIENDA		SU COMISARIATO	270	300	10%
TIENDA		VÍVERES ROSITA	270	300	10%
TIENDA		EL RETORNO SUPERMARKET	270	300	10%
TIENDA		VÍVERES CARITO	180	200	10%
TIENDA		VÍVERES CAMILITA	140	200	30%
TIENDA		MINITIENDA ESTERCITA	175	250	30%
TIENDA		VÍVERES JSB	196	280	30%
TIENDA	X		160	200	20%
TIENDA			140	200	30%
TIENDA		VÍVERES DOÑA MARY	210	300	30%
TIENDA	X		203	290	30%
TIENDA		VÍVERES GABY	147	210	30%
TIENDA		VÍVERES GABY	154	220	30%
TIENDA	X		196	280	30%
TIENDA	X		175	250	30%
TIENDA		SU AMIGA	200	250	20%
TIENDA			175	250	30%
TIENDA	X		140	200	30%
TATUAJES		T@TOS TATUAJES	200	250	20%
TIENDA		LA VAQUITA VÍVERES	240	300	20%
TIENDA	X		152	190	20%
TIENDA	X		208	260	20%
TIENDA		VÍVERES GÉNESIS	200	250	20%
TIENDA		LOS GEMELOS	175	250	30%
TIENDA	X		140	200	30%
TIENDA	X		176	220	20%

- Ingresos de \$400 a \$600

Producto que Expende	S/N	Con Nombre	INGRESOS 2012	INGRESOS 2013	
FUNERARIA		SAN MIGUEL	540	600	10%
MARMOLERÍA		REINA DEL CISNE	280	400	30%
PAPELERÍA		DAYANA	270	450	40%
VENTA DE PINTURAS	X		280	400	30%
VENTA DE VELAS	X		387	430	10%
INTERNET		COMPUART	360	400	10%
RESTAURANTE	X		360	600	40%
CABINAS-INTERNET	X		360	400	10%
VENTA DE GAFAS Y LENTES		OPTICENTER	405	450	10%
VENTA DE FRUTA Y VERDURAS		HORTYFRUTA	280	400	30%
INTERNET		CYBERSP@CE	240	400	40%
BAR		HERBIE SHOTS	360	600	40%
PELUQUERÍA		COLOMBIA ALTA PELUQUERÍA	360	400	10%
VENTA DE LICOR		SU LICORERÍA	360	600	40%
VENTA DE FRUTAS Y VERDURAS		MERCADITO	240	400	40%
PAPELERÍA		LYPESA	240	400	40%

BAR		BARAK	300	500	40%
VENTA DE FRUTAS Y VERDURAS		MERCADITO #2	258	430	40%
MATÁLICAS	X	N.G.R.	160	400	60%
CABINAS-INTERNET	X	MOVISTAR	360	400	10%
COMIDA RÁPIDA		PAPALUX	300	500	40%
CABINAS-INTERNET	X		240	400	40%
VENTA DE PELÍCULAS		DVX VIDEO	360	400	10%
RESTAURANTE		LOS AGACHADITOS DE LOS CEIBOS	360	600	40%
VENTA DE OBJETOS USADOS		VENTA DE GARAGE	360	400	10%
INTERNET		@MIGO	360	400	10%
SPA		CLAVEL SPA	420	600	30%
TIENDA	X		240	400	40%
TIENDA		VÍVERES TERESITA	240	400	40%
TIENDA	X		240	400	40%
VENTA DE LICOR	X		360	600	40%
TIENDA	X		120	400	70%
TIENDA		MINIMARKET LA VECI	420	600	30%
CARPINTERÍA	X		280	400	30%

- De \$601 a \$800

Producto que Expende	S/N	Con Nombre	INGRESOS 2012	INGRESOS 2013	
LAVADORA DE CARROS		CARWASH	420	700	40%
ALUMINIO Y VIDRIO		DISALUVID	525	750	30%
PANADERÍA		LA CASA DEL KEY	480	800	40%
RESTAURANTE		SABROSÓN	480	800	40%
PELUQUERÍA		NUBIS	558	620	10%
COMIDA RÁPIDA		LAS PAPITAS DE LA ESQUINA	420	700	40%
PIZZERÍA		BARILOCHE	480	800	40%
RESTAURANTE		DOÑA MARIANITA	480	800	40%
PANADERÍA		CENTENO	480	800	40%
PELUQUERÍA		KATY	390	650	40%
PANADERÍA		JOSIAS FRANCIS	438	730	40%
VENTA DE CARNES Y EMBUTIDOS		FRIGORÍFICO ALEMANIA	480	800	40%
CHIFA		CANTONESA	480	800	40%
INTERNET		CHICHOMIX	567	630	10%
COMIDA RÁPIDA		DON SHADY	480	800	40%
PANADERÍA		TÍO SAM	480	800	40%
PAPELERÍA	X		455	650	30%
BAR		GRAN CHALET DRINK & BEER	480	800	40%
ASADERO DE POLLOS		EL REGALÓN	480	800	40%
RESTAURANTE		EL RINCÓN DEL SABOR	480	800	40%
PELUQUERÍA		ESTILOS NUEVA IMAGEN	576	640	10%
INTERNET		INTERCELL	549	610	10%
ALQUILER DE DISFRACES		FANTASÍA	585	650	10%
RESTAURANTE		EMILIA	480	800	40%
KARAOKE		MI REY	320	800	60%
CHIFA		IBARRA	480	800	40%
ASADOS		DENNI'S GRILL	480	800	40%
RESTAURANTE		LOS AGACHADITOS DE LOS CEIBOS #2	300	750	60%
PAÑALERA		AMALIA	585	650	10%
CONSULTORIO DENTAL		DRA. GUADALUPE DABAS	480	800	40%
VENTA DE MUEBLES Y DE COSMÉTICOS YANBAL		CREAR MUEBLES HOGAR	480	800	40%
PANADERÍA		LOS CEIBOS	320	800	60%
COMIDA RÁPIDA		EL COMELÓN FAST FOOD	390	650	40%
TERCENA		LA ESPAÑOLA	420	700	40%
INTERNET		OK. MR. COFFEE	585	650	10%
SERVICIO TÉCNICO		RADIO TV STÉREO	630	700	10%
BAR		CUBA MILLENIUM	420	700	40%
BAZAR		LA CASA DE VALE	567	630	10%
PELUQUERÍA		PASSION'S	549	610	10%

PANADERÍA		PANIFICADORA EL RETORNO	420	700	40%
COMIDA RÁPIDA		EL PEQUEÑO SITIO DEL RETORNO	480	800	40%
PAPELERÍA		LA PAPELERÍA DE LOS CEIBOS	420	700	40%
PELUQUERÍA		YULIANA'S	585	650	10%
UNIDAD DE MEDICINA		AL DE MEDICINA BIOLÓGICA PARA EL CC	480	800	40%
BAZAR		MOMENTOS MÁGICOS	549	610	10%
FERRETERÍA		LA FERRE XR	630	700	10%
GIMNASIO		FITNESS CLUB	480	800	40%
CABINAS-INTERNET	X		567	630	10%
COMIDA RÁPIDA	X		420	700	40%
VENTA DE CERÁMICA		MILTRAVESURAS CERÁMICA	585	650	10%
PANADERÍA		FRESH PAN	420	700	40%
COMIDA RÁPIDA		DISTRITO FAST FOOD	480	800	40%
FARMACIA		EL RETORNO	480	800	40%
PANADERÍA		COLONIAL	390	650	40%
ZAPATERÍA		CLÍNICA DE CALZADO	480	800	40%
RESTAURANTE		MADRILÉ	480	800	40%
RESTAURANTE		LA MADRINA DE LOS CEIBOS	480	800	40%
VIDRIERÍA		LOS CEIBOS	420	700	40%
CEVICHERÍA		LA CARRETITA	480	800	40%
TIENDA-VERDURAS	X		480	800	40%
CONFECCIONES		ANDY FER	702	780	10%
PELUQUERÍA		MAGGUI'S	390	650	40%
CABINAS	X		390	650	40%
INTERNET		@INTERNET	390	650	40%
CONFECCIONES		ESBEL	420	700	40%
RESTAURANTE		LA VECINA	480	800	40%
BAZAR Y PAPELERÍA		AMAZONAS	420	700	40%
PIZZERÍA		EL HORNITO PIZZERÍA	240	800	70%
BAZAR		GENKI	455	650	30%
ZAPATERÍA			420	700	40%
CONFECCIONES	X		560	800	30%
VENTA DE PELÍCULAS		KWI	490	700	30%
BAZAR-PAPELERÍA		MARÍA ALICIA	378	630	40%
PAPELERÍA		PAPELUIOS	390	650	40%
BAZAR		FANTASÍAS Y ALGO MÁS	455	650	30%
BAZAR-PAPELERÍA		AGUIRRE	130	650	80%
CABINAS	X		427	610	30%
SERVICIO TÉCNICO		REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	280	700	60%
SERVICIO TÉCNICO		MAGATECNIC	490	700	30%
VENTA DE HUEVOS	X		260	650	60%
INTERNET-CABINAS	X		455	650	30%
PELUQUERÍA		BETY	252	630	60%
CABINAS	X		455	650	30%
BAZAR		NOVEDADES ILUSIÓN	427	610	30%
FERRETERÍA		MY FRIEND	140	700	80%
KARAOQUE		K'RAOKE	240	800	70%
RESTAURANTE		LAS CARNES ASADAS DE DON PANCHO	400	800	50%
PINTAN UÑAS		UÑAS	512	640	20%
BAZAR	X		520	650	20%
FRUTAS Y VERDURAS	X		490	700	30%
RESTAURANTE		RINCÓN DEL PINCHO	400	800	50%
INTERNET		LA RED	504	630	20%
PAPELERÍA		SARITA	504	630	20%
PAPELERÍA Y BAZAR		FIT @NET	640	800	20%
PAPELERÍA		NATY	520	650	20%
CONFECCIONES		MODAS ELIZABET	490	700	30%
PELUQUERÍA		MARTITA	520	650	20%

- De 801 a mas de 1000

Producto que Expende	S/N	Con Nombre	INGRESOS 2012	INGRESOS 2013	
FARMACIAS		PASTEUR	660	1100	40%
FARMACIAS		CRUZ AZUL	540	900	40%
FARMACIAS		ECONÓMICAS	600	1000	40%
SUPERMERCADO		EL RETORNO	780	1300	40%
SERVICIO DE PAGOS		RAPIPAGOS			
COOPERATIVA DE TAXIS		SANTA ANITA			40%
VENTA DE COMIDA (ASADOS)		LA TABLITA DE LOS CEIBOS	540	900	40%
MARKET		MARKET LOS CEIBOS	600	1500	60%
COOPERATIVA		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA			40%
TERCENA		SUPER TERCENA LA FAVORITA	540	900	40%
BAR		RINCÓN DE MOISES	220	1100	80%
LICORERÍA	X		340	850	60%
DISEÑO Y PUBLICIDAD		TAURO	510	850	40%
VENTA DE AUDIO PARA CARROS		PIONEER CAR AUDIO	540	900	40%
ODONTOLOGÍA		ODONTOLASER	900	1500	40%
RESTAURANTE		LA CASA DE NICO	255	850	70%
LICORERÍA		LA LICO AFTER PARTY	450	900	50%
CONSULTORIO MÉDICO ACUPUNTURA	X		510	850	40%
TIENDA		MICRO LOS CEIBOS	770	1100	30%
CENTRO EDUCATIVO INICIAL		RAFAEL SUÁREZ			50%
COMIDA RÁPIDA		LAS HAMBURGUESAS DEL PROFE	425	850	50%

Según el nivel de desarrollo de las actividades económicas y de servicios del sector, considerando la forma de producir, distribuir y consumir los bienes y servicios, se puede apreciar que según el tipo de actividad económica, la que mayor ingreso genera es la perteneciente a restaurantes, y todo tipo de comida en donde sus ingresos van desde un rango de \$800, y se puede manifestar que según esta actividad económica los ingresos que se obtiene o la rentabilidad es del 100%, y si incremento en ventas esta desde al 40% hasta el 70% de crecimiento en ventas, es por esta razón que al momento de invertir esta es la primera opción que los comerciantes tienen en mente.

En lo que se refiere a actividades relacionadas con servicios tenemos sociedades, en donde sus ingresos abarcan mas de \$1000, pero a la vez ellos mantienen otro tipo de obligaciones tributarias. Y por lo tanto para su conformación necesitan un tipo de capital mayor, al comparado con el resto de actividades comerciales que se encuentran en el sector.

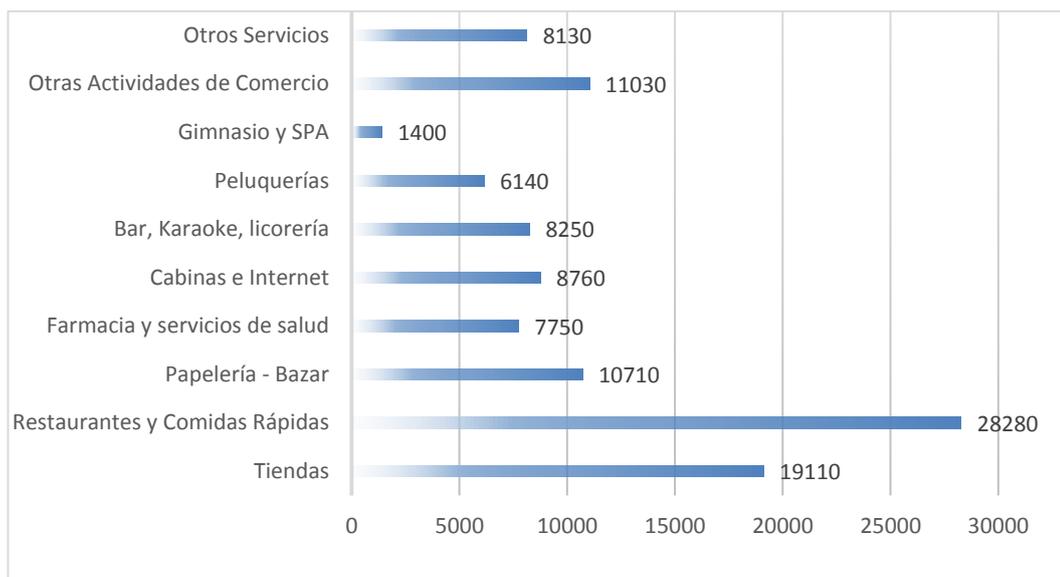
- **4.2.4. ¿Cuál es la relación existente entre desarrollo micro empresarial y el desarrollo económico del sector objeto de estudio?**

El desarrollo micro empresarial que ha tenido el sector dentro de los últimos años ha sido representativo, ya que hoy en día cuenta con 183 unidades productivas y por esta razón es reconocido como el sector mas comercial de la ciudad de Ibarra.

Y por lo tanto al existir un desarrollo micro empresarial, este da paso a que se de un desarrollo económico dentro de todo el sector involucrado.

A continuación se presenta una tabla en donde según el tipo de actividad económica, cuantos ingresos ha generado dentro del sector y cuál es el que mayor porcentaje de ingresos representa para el mismo.

RESUMEN	INGRESOS BRUTOS	PORCENTAJE
Tiendas	19110	17.44%
Restaurantes y Comidas Rápidas	28280	25.81%
Papelería - Bazar	10710	9.78%
Farmacia y servicios de salud	7750	7.07%
Cabinas e Internet	8760	8.00%
Bar, Karaoke, licorería	8250	7.53%
Peluquerías	6140	5.60%
Gimnasio y SPA	1400	1.28%
Otras Actividades de Comercio	11030	10.07%
Otros Servicios	8130	7.42%
Total	109560	100.00%



El gráfico anterior claramente evidencia que los negocios dedicados a la comercialización de alimentos son los que mayor cantidad de ingreso económico generando alrededor de un 25.81% movimiento de dinero.

Luego se ubican las actividades relacionadas con las tienda que concentran el 17.44% de los ingresos totales.

La tercera opción de negocio más importante es la dedicada a actividades de bazar – papelería, con un 9.78% de ingresos totales.

Y sobre esta base se puede determinar el tipo de actividad económica que genera más ingresos, y de que manera esto puede influir para la toma de decisiones.

Por otro lado en el momento que un sector empieza a desarrollarse en base a sus actividades económicas, a la vez contribuye al desarrollo socioeconómico con la recaudación de impuestos que sean genere cada una de sus actividades, al cumplir con cada una de las obligaciones tributarias que establezca la Ley. Y los mismos impuestos servirán para financiar obras que contribuyan al mejoramiento de calidad de vida de cada uno de los sectores que conforman un país.

CONCLUSIONES

Una vez culminada la investigación sobre el análisis socioeconómico y comercial de las unidades productivas de la Ciudadela los Ceibos, con aplicación de TIC'S y perspectiva de desarrollo a futuro se realizó las respectivas conclusiones que contribuirán a los lectores a comprender de manera más rápida la temática estudiada.

- La Ciudadela los Ceibos, es conocido como el sector más comercial de la ciudad de Ibarra, es por esta razón que se ha tomado como prioridad de investigación, para poder realizar un análisis socioeconómico y comercial a través de la obtención de información, la cual servirá de base, para la formulación de estrategias al momento de tomar decisiones de inversión, que servirá de ayuda tanto para los moradores del sector, como para toda la ciudadanía en general.
- El crecimiento comercial dentro del sector los Ceibos tiene una gran representatividad en relación a la ciudad de Ibarra. Lo que hoy significa que es un sector bastante apreciado por los ciudadanos, y por lo cual se trabajó con todas las unidades productivas que habitan en este sector, para realizar el análisis de las diferentes variables que se trabajó dentro de la encuesta, y de cómo cada una de estas estas relacionadas. Y cabe recalcar que al existir un incremento comercial, la plusvalía tanto de locales comerciales como de vivienda aumenta, por una parte es beneficioso para los dueños de propiedades y locales comerciales, pero perjudicial para las personas que no cuentan con locales propios para poder desempeñar su actividad económica, debido a que los arriendos van incrementándose conforme el Sector se vuelve mas comercial.
- El nivel socioeconómico tanto de las personas que realizan actividades comerciales, de servicios y tanto de los moradores del

sector es bueno, porque según la investigación realizada y lo que cada uno de ellos supo manifestar, que su posición económica y social individual o familiar a mejorado, en cuanto a sus ingresos, educación sus ingresos, educación y empleo, en cual el ultimo puede darse directamente o indirectamente. En donde el sector se a convertido como un punto de fuente de trabajo para muchas personas.

- El crecimiento económico de la ciudadela los Ceibos, ha sido notable, en donde en base a encuestas realizadas en la investigación, su incremento representa alrededor del 79.49% en los últimos 5 años, no solo de quienes han optado con la implementación de negocio comercial, sino también de quienes han adecuados sus bienes sus inmuebles, construyendo locales comerciales, con lo cual mantienen un ingreso permanente en su economía familiar, producto del pago de un canon arrendaticio, todo este tipo de información se a podido analizar mediante el levantamiento de información y en análisis de cada una de las encuestas que han sido aplicadas a cada una de las unidades productivas de la Ciudadela los Ceibos.
- Con la creación del Observatorio Socioeconómico se avanza además en el impulso de una cultura estadística, de una ciudad que quiere desarrollarse en el marco de la sociedad de la información. Y todo ello bajo la premisa de que, la información es tanto más valiosa cuanto más personas la utilizan, lo que hace a su vez más valiosos a aquellos que producen una información que repercute a su vez en una mayor eficiencia y competitividad urbana.

RECOMENDACIONES

En virtud de que esta investigación tiene carácter descriptivo – cualitativo, se presentan las respectivas recomendaciones a manera de posibles propuestas que deriven en nuevas investigaciones o estudios complementarios, ya que esta investigación puede definirse como la estructura básica que promueva el sustento de futuras indagaciones.

- Con el levantamiento de información, para el respectivo análisis socioeconómico y comercial de la ciudadela los Ceibos, se podrá analizar cuáles son las perspectivas a futuro del sector y de igual forma cuales son la propias necesidades por las que atraviesa, que se verán reflejados en indicadores que a su vez pueden limitar el crecimiento de estos mismos, con esta información se podrá formular estrategias de aspecto positivo para el mejoramiento del sector.
- El crecimiento comercial de la ciudadela, debe ser proporcional a las necesidades del Cantón Ibarra, principalmente al sector de los Ceibos, lo cual obliga una planificación de corto plazo, con la finalidad de que actividad comercializadora, no se vea afectada, con la excesiva demanda de bienes y servicios.
- Con el fin de mejorar el nivel socioeconómico de los habitantes y de quienes tienen un negocio en la ciudadela los Ceibos, se debe implementar proyectos, que permitan realizar diagnósticos sectorial con las oportunidades de los diferentes medios actividades e infraestructuras, enfocado no solo comercializar sino también a la producción en base a emprendimientos, y los mismos que generar fuentes de trabajo para terceros.

- En cumplimiento a la normativa seccional y al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra que se da en base a la construcción de un diagnóstico territorial compuesto por los subsistemas de medio físico, de población y actividades, de asentamientos y del marco legal e institucional, permitirá que con el reconocimiento a la ciudadela de los Ceibos a partir de sus potencialidades y problemas, se fortalezca como polo de desarrollo territorial.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA ALTERNATIVA

5.1 Título de la Propuesta

5.1 Título de la Propuesta

Diseño, Desarrollo e Implementación de un Blog electrónico para la difusión de un Observatorio Socioeconómico en la Ciudadela Los Ceibos, Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, basado en la Web 2.0 como canal de colaboración y comunicación.

5.2 Justificación de la Propuesta

La aplicación de diversos instrumentos de recolección de campo dio resultados cuantitativos, que luego de un proceso sistemático de análisis se los transformó en elementos cualitativos, que reflejan los criterios de la población de los Ceibos, y se ven cautivados con el diseño y desarrollo de un Blog, aplicación Web que contiene datos estadísticos del sector comercial; que presenta cruce de variables, la generación de escenarios, la proyección de datos, entre las principales utilidades de la propuesta.

Su plena ejecución benefició de manera directa a estudiantes, docentes, investigadores de las ciencias económicas, porque entendieron de mejor manera la manipulación de variables y el comportamiento que tienen cada una de estas dentro de los modelos estadísticos. También en este caso se favoreció a los microempresarios e inversionistas, quienes tienen datos actualizados sobre Los Ceibos, y que la consolidación de los mismos puede inducir a invertir en nuevas unidades productivas, de acuerdo a las necesidades del target; esto se sustenta porque actualmente existe un alto índice de acceso y uso del internet como herramienta informática de consulta y colaboración por parte de la sociedad, permitiendo al Blog cumplir su misión de difundir los datos numéricos y gráficas recolectadas

y analizadas en esta investigación; siendo un apoyo para comprender el comportamiento del mercado.

El desarrollo mismo de la plataforma requirió la participación de talento humano que tenga conocimientos en informática, marketing y economía; profesionales que sí están en el medio y que claramente contribuyeron a plasmar esta propuesta.

5.3 Objetivos de la Propuesta

- Facilitar el aprendizaje de los usuarios sobre el manejo de datos y la minería de datos en la generación de tablas de frecuencias, porcentajes, y gráficos estadísticos.
- Ofrecer un espacio para generar y publicar información útil, actualizada y variada, en correspondencia con los nuevos estándares de una información accesible y libre.
- Promover la colaboración con otras instituciones locales nacionales e internacionales tanto públicas como privadas permitiendo la retroalimentación de contenidos ricos en información para el observatorio socioeconómico Los Ceibos.
- Mostrar de forma concreta y clara los resultados y el impacto obtenidos en esta investigación.

5.4 Desarrollo de la Propuesta

5.4.1 Proceso de Diseño y Desarrollo del Blog electrónico del Observatorio Socioeconómico www.obsecolosceibos.com

La creación y mantenimiento de contenidos de información del Blog para el Observatorio Socioeconómico requiere establecer métricas, estándares

y un proceso de estructuración de información accesible y usable, que contribuyan a difundir contenidos de calidad y muy útiles para la sociedad.

El proceso de diseño y desarrollo se basa en metodologías de la Ingeniería Web (IW) y en un proceso de recolección de artefactos que permitan cumplir los objetivos planteados en esta investigación, para ello se debe considerar un modelo de ciclo de vida del desarrollo del Blog basado en un enfoque **INCREMENTAL**, con 3 fases (**Conceptualización, Elaboración, y Construcción**)

FASE 1. CONCEPTUALIZACIÓN

En esta fase, se establece comunicación con la autoría del proyecto con el fin de determinar y analizar detalladamente los diferentes aspectos que su proyecto requiere para diseñar y proveer una solución personalizada dando respuesta a cada uno de sus requerimientos tecnológicos.

Se determina el dominio con el cual el Blog funcionará de aquí a futuro, después de un briefing y aplicar un test de usabilidad de dominio el que consiste en recordar nombres y escribir con facilidad el test genero como resultado utilizar el dominio y/o nombre de registro del Blog www.obsecolosceibos.com el mismo que debe ser capaz de comunicar el alcance general y el tamaño deseado de su aplicación, objetivos, audiencia, etc. en un aspecto general.

Arquitectura y estructura de dominio:

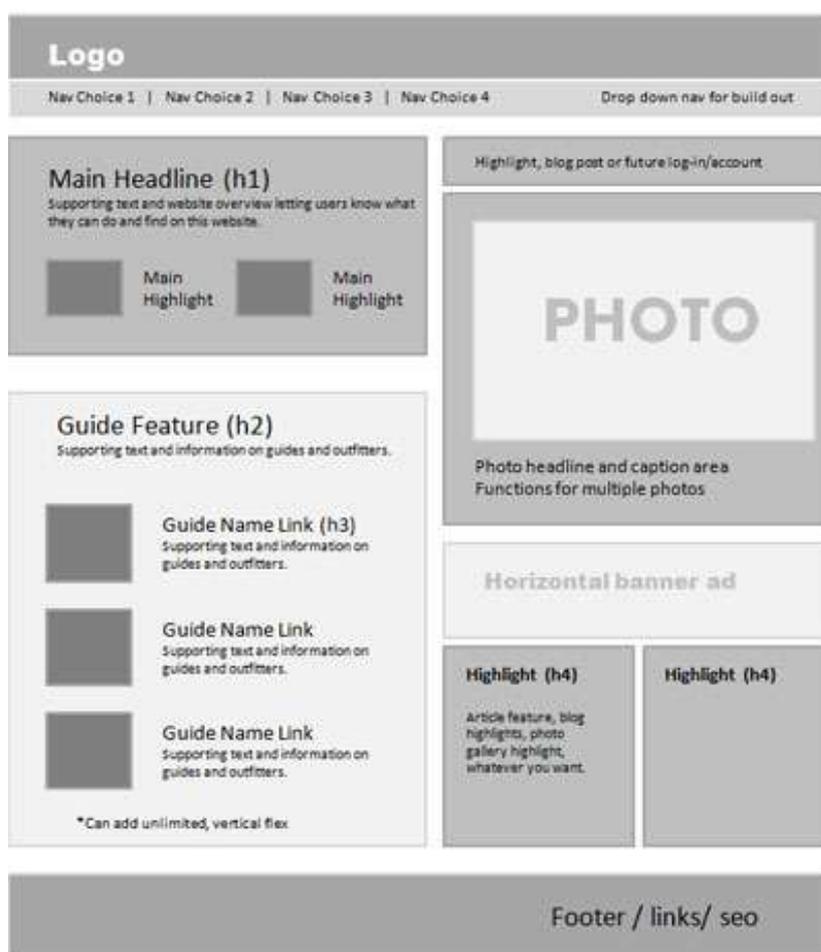
http://	www	.obsecolosceibos	.com
Protocolo estándar W3C	Subdominio de Red World Wide Web	Dominio, nombre de registro	Dominio de nivel superior o TLD (top level domain)

El proceso de registro se lo hizo con una empresa de hosting ECUAHOSTING.NET quien registro el dominio y el host de espacio para alojamiento del Blog.

FASE 2. ELABORACIÓN

En esta etapa, se determina el diseño general que se desea plasmar en el Blog. Además, y mediante un proceso de arquitectura de información se definen los contenidos a publicar, la estructura y el mapa de navegación del Blog basado en los usuarios.

En general, implica la presentación de un diseño o más composiciones. Estos pueden ser simples bocetos para definir la estructura final que tendrá el Blog o incluir prototipos evolutivos mediante la utilización de wireframe.



Boceto del wireframe del Blog electrónico www.obsecolosceibos.com

Instalacion y configuracion del Blog electrónico



Inicio de seccion en el CPANEL del servidor de hosting



Creación y configuracion de la Base de Datos del Blog

FASE 3. CONSTRUCCIÓN

Partiendo de los resultados obtenidos en la etapa anterior, la solución se diseña, desarrolla e implementa haciendo uso de los mejores prácticas y recursos tecnológicos y humanos, aplicando métricas y estándares de la W3C. Así mismo,

en un ambiente de pruebas desde donde podrá seguir la ejecución del diseño (online), se realizan los ensayos de laboratorio in situ y ex situ necesarios con el fin de efectuar los ajustes requeridos para asegurar la integridad y el éxito de la solución.

WordPress

Bienvenido

¡Bienvenido al famoso proceso de instalación de WordPress de cinco minutos! Tal vez quieras leer tranquilamente la [Documentación del archivo Léeme](#). En caso contrario, rellena los datos más abajo y en seguida estarás utilizando la plataforma de publicación personal más potente y extensible del mundo.

Información necesaria

Por favor, debes facilitarnos los siguientes datos. No te preocupes, siempre podrás cambiar estos ajustes más tarde.

Titulo del sitio

Nombre de usuario
Los nombres de usuario sólo pueden tener caracteres alfanuméricos, espacios, guiones bajos, guiones, puntos y el símbolo @.

Password, dos veces
Se generará un password automático si lo dejas en blanco.

Seguridad de la contraseña
Tu contraseña debe tener al menos siete caracteres. Para que tu contraseña sea segura, usa mayúsculas, minúsculas, números y símbolos como ! * ? \$ % ^ &).

Tu correo electrónico
Comprueba bien tu dirección de correo electrónico antes de continuar.

Permitir que mi sitio aparezca en motores de búsqueda como Google y Technorati.

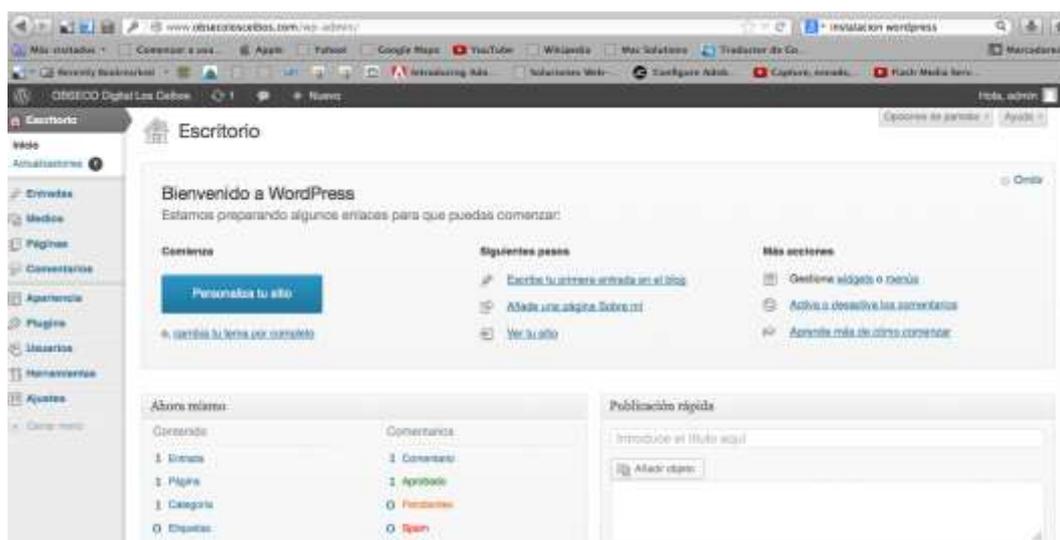
Instalacion de la plataforma de gestión de contenidos CMS del Blog con
Wordpress



Inicio de Wordpress para la administración de contenidos



Acceso a la administración del Blog, user y password para el registro correcto

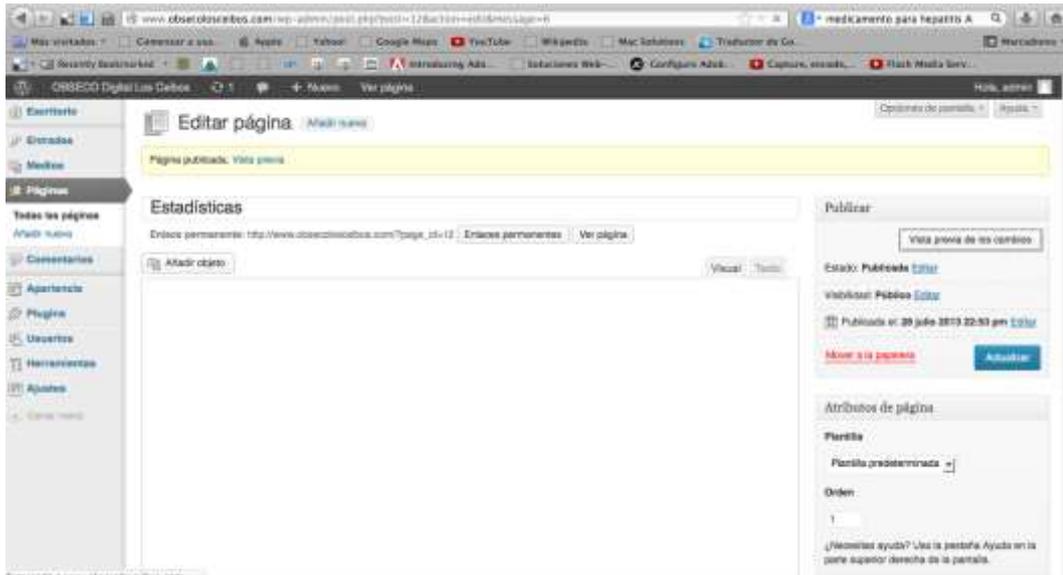


Administración de la plataforma de Wordpress CMS

5.4.2 Creación de la Estructura de Contenidos

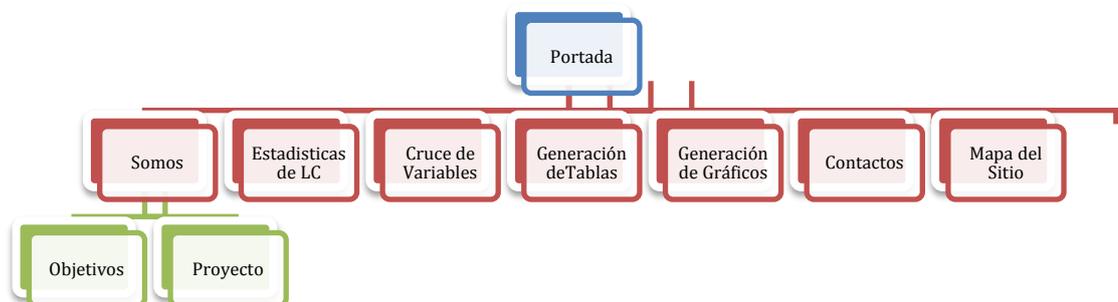
Esta parte comprende la creación de las páginas y las secciones del Blog, para esto el administrador del Blog debe crear paginas y publicarlos como menu para categorizar la estructura de contenidos que permita acceder a todos los servicios que dispone el Blog del observatorio socioeconómico.

Para crear los contenidos de información se debe crear las páginas y categorizarlos en un menú principal, es importante que el administrador maneje y administre los contenidos y su configuración ingresando al siguiente enlace: www.obsecolosceibos.com/wp-admin en donde se desplegará la pantalla:



Categorización de contenidos, paginas y menús para el Blog

El administrador del Blog estructurara los contenidos mediante la Arquitectura de información.



Página Principal del Observatorio Socioeconómico



En esta sección del Blog el usuario podrá seleccionar las diversas alternativas que el Observatorio Socioeconómico le pone a disposición.

Una vez verificada la funcionalidad del Blog, la solución desarrollada es puesta en producción e instalada en un ambiente real por parte del implantador y liberada a los usuarios finales para su operación.

5.4.3 Descripción Breve del Observatorio Socioeconómico

El Blog cuenta con cuatro pestañas que ayudan al procesamiento de variables, de acuerdo a las necesidades de los usuarios; entre las opciones están:

- **Estadísticas de Locales Comerciales**

En esta parte se visualizan todos los locales comerciales de La Ciudadela Los Ceibos, tal como se registraron en la ficha de observación. Por lo tanto se tendrá datos de cuántos locales se asientan en el lugar de estudio; cuántos son los locales que cuentan con nombre y cuáles no; la

clasificación de locales de acuerdo a su actividad principal; la propiedad de las unidades productivas, el tiempo que ejercen sus actividades, entre otros elementos importantes.

- **Cruce de Variables**

El cruce de variables permite entender de manera global el comportamiento del sector comercial de Los Ceibos, para esto es importante trabajar con el programa SPSS, que ayuda a realizar esta actividad, y que estará en un cuadro de aplicación para que el usuario únicamente llene escoja las variables que desea estudiar.

- **Generación de Tablas de Resumen**

Las tablas de resumen se realizan con las variables que existen en el Blog del Observatorio Socioeconómico, las mismas que pueden ser tablas simples (con una variable) y tablas compuestas (más de dos variables)

- **Generación de Gráficos de Resumen**

Una vez que se tenga los datos necesarios, es fácil crear los gráficos que se requieran, los mismos que están dispuestos en dos alternativas: barras y pastel, presentando información de frecuencia y porcentajes.

5.4.4 Investigación de Campo

En esta parte es importante el desarrollo de instrumentos eficientes para la recolección de campo, porque esto permite tener información actualizada sobre los distintos aspectos medidos como: tipo, clasificación, ubicación del negocio.

5.4.5 Mantenimiento y actualización de Información

Desde el punto de vista de la comunicación se propone los siguientes ejes de desarrollo:

1. **Mantener la información de la Ciudadela los Ceibos.** Propósito, objetivos y posicionamiento. Esta comunicación es clave para que los visitantes que no conozcan nada de este sector.
2. **Ofrecer el catálogo de "servicios"** . Aprovechando la gratuidad de la publicación digital (no hay limite ni coste por página) y almacenar información audiovisual amplia de tal forma que *cada perfil de cada centro de costo pueda administrar y encontrar información.*
3. **Diseñar áreas de interacción entre variables.** Contar con un área de colaboración y comunicación (Web 2.0), *registro de usuarios y suscripción a newsletter (RSS¹)*, integración con **geoinformación, movilidad, web de datos, APIs²** de información (Web 3.0). Clave para que el Blog se convierta en una herramienta más de compartir conocimiento, recursos, soporte y novedades.

¹ **RSS** son las siglas de **Really Simple Syndication**, un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. El formato permite distribuir contenidos sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS (agregador). (<http://es.wikipedia.org/wiki/RSS>)

² **Interfaz de programación de aplicaciones** o API es el conjunto de funciones y procedimientos o métodos, en la programación orientada a objetos que ofrece cierta biblioteca para ser utilizado por otro software como una capa de abstracción. (http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_de_programacion_de_aplicaciones).

A nivel de arquitectura y desarrollo se propone la siguiente solución:

1. **Sistema integral de gestión de contenidos** que permita actualizar el Blog en cualquier momento y lugar vía Internet. Es esencial que el Blog disponga de este sistema de autoedición para actualizar contenidos de forma autónoma, utilizando los estándares de la W3C permitiendo:

- ✓ Acceso vía Internet al sistema de gestión. No requiere software adicional, solo un browser.
- ✓ Identificación de los usuarios que pueden entrar al sistema dotando de seguridad a la publicación de contenido.
- ✓ Creación de nuevas páginas, edición del contenido existente y eliminación de páginas antiguas.
- ✓ Control de usuarios dados de alta en el boletín de noticias (newsletter).

5.4.6 Descripción Breve del Observatorio Socioeconómico

El Blog cuenta con cuatro pestañas que ayudan al procesamiento de variables, de acuerdo a las necesidades de los usuarios; entre las opciones están:

- **Estadísticas de Locales Comerciales**

En esta parte se visualizan todos los locales comerciales de La Ciudadela Los Ceibos, tal como se registraron en la ficha de observación. Por lo tanto se tendrá datos de cuántos locales se asientan en el lugar de estudio; cuántos son los locales que cuentan con nombre y cuáles no; la clasificación de locales de acuerdo a su actividad principal; la propiedad

de las unidades productivas, el tiempo que ejercen sus actividades, entre otros elementos importantes.

Las estadísticas de variables simples que se pueden presentar en esta pestaña son:

Edad del Informante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hasta 18 años	4	2,2	2,2	2,2
	De 19 a 30 años	73	39,9	39,9	42,1
	De 31 a 50 años	76	41,5	41,5	83,6
	De 51 a 70 años	30	16,4	16,4	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Edad del Informante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hasta 18 años	4	2,2	2,2	2,2
	De 19 a 30 años	73	39,9	39,9	42,1
	De 31 a 50 años	76	41,5	41,5	83,6
	De 51 a 70 años	30	16,4	16,4	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Satisfacción de Necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	177	96,7	96,7	96,7
	No	6	3,3	3,3	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Recomendaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Desarrollo de planes de publicidad	116	63,4	63,4	63,4
Aspectos Cualitativos de atención al cliente	34	18,6	18,6	82,0
Ampliar la gama de unidades productivas	21	11,5	11,5	93,4
Reducir el nivel de competencia desleal	12	6,6	6,6	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

** El porcentaje válido representa la cantidad de datos que son aceptables para el estudio.

** El porcentaje acumulado representa los porcentajes sumados en cada caso estudiado, igual representa el 100%

- **Cruce de Variables**

El cruce de variables permite entender de manera global el comportamiento del sector comercial de Los Ceibos, para esto es importante trabajar con el programa SPSS, que ayuda a realizar esta actividad, y que estará en un cuadro de aplicación para que el usuario únicamente llene escoja las variables que desea estudiar.

A continuación se presenta una tabla donde se efectuó un cruce de variables: Género del Informante, Número de Personas que viven con el informante; relacionándolas con el Nivel de Instrucción del Informante.

		Nivel de Instrucción del Informante							
		Primaria Incompleta	Primaria Completa	Secundaria Incompleta	Secundaria Completa	Superior Incompleta	Superior Completa	Maestría	Ninguna
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Género del Informante	Masculino	3	12	9	33	5	3	1	0
	Femenino	1	22	15	49	5	19	1	5
Número de Personas que Viven con el Informante	Uno	0	3	0	3	0	0	0	0
	Dos	1	2	2	6	0	3	0	0
	Tres	1	8	8	18	3	7	0	3
	Cuatro	0	9	4	29	3	4	0	1
	Cinco	2	8	5	20	2	6	1	0
	Seis	0	4	4	5	1	2	1	1
	Siete	0	0	0	1	1	0	0	0
	Ocho	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nueve	0	0	1	0	0	0	0	0

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Análisis.

El género masculino y femenino ha logrado un nivel educativo que se centraliza en la secundaria completa; y son estos mismos grupos humanos donde se concentra el mayor número de personas por hogar.

Análisis.

		Sector, según Actividad Económica		Nivel de Ingresos			
		Sector Privado	Sector Público	Menos de \$300	De \$301 a \$600	De \$601 a \$999	Más de \$1000
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Tipo de Actividad Económica	Comercio	144	2	24	25	81	16
	Servicio	34	1	6	9	15	5
	Sanitario	1	0	0	0	1	0
	Educativo	0	0	0	0	0	0
	Financiero	0	0	0	0	0	0
	De Administración	0	0	0	0	0	0
	De Transporte	1	0	0	0	1	0

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Análisis

Las unidades productivas dedicadas al comercio, cuyo campo de acción es el sector privado y público, concentran su nivel de ingreso mensual entre los \$601 y \$999 dólares.

	Antigüedad del Negocio			Nivel de Ingresos				
	Menos de 2 años	De 2 a 5 años	Más de 5 años	Menos de \$300	De \$301 a \$600	De \$601 a \$999	Más de \$1000	
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	
Porcentaje de Crecimiento	0%	0	0	1	0	0	0	
	10%	0	0	0	0	0	0	
	20%	0	0	0	0	0	0	
	30%	0	0	0	0	0	0	
	40%	39	53	27	20	21	64	14
	50%	12	12	3	2	9	13	3
	60%	0	0	0	0	0	0	0
	70%	10	5	6	4	2	13	2
	80%	3	4	1	2	2	2	2
	90%	1	3	2	0	0	6	0
	100%	0	0	1	1	0	0	0

Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013

Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Análisis

53 locales comerciales que están entre 2 y 5 años en el mercado de Los Ceibos, han registrado un crecimiento del 40% en sus ingresos brutos, cuyos mejores rendimientos están entre los \$601 y \$999 dólares al mes.

Como se mostró en los ejemplos anteriores, se puede efectuar algunos cruces de variables, de acuerdo a la necesidad y criterio el usuario.

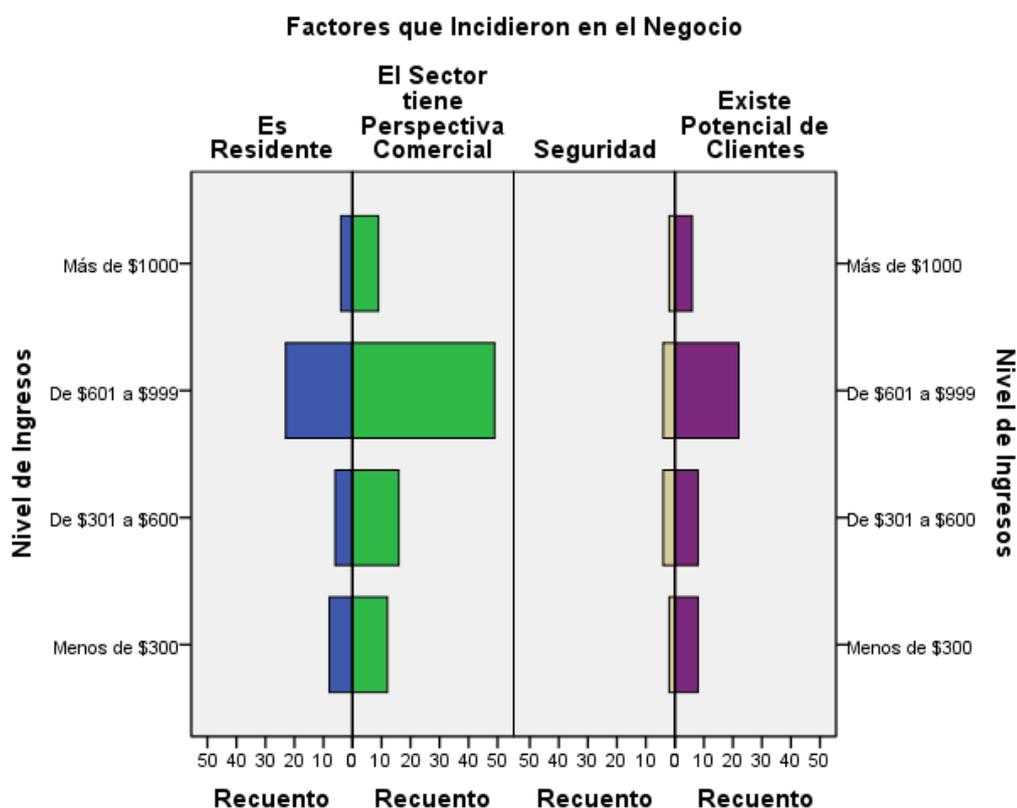
- **Generación de Tablas de Resumen**

Las tablas de resumen se realizan con las variables que existen en la página del Observatorio Socioeconómico, las mismas que pueden ser tablas simples (con una variable), y tablas compuestas (con dos o más variables), y donde también se puede considerar criterios de tendencia central.

Estas tablas de resumen permiten analizar la composición de las variables que forman parte del estudio.

- **Generación de Gráficos de Resumen**

Una vez que se tenga los datos necesarios, es fácil crear los gráficos que se requieran, los mismos que están dispuestos en dos alternativas: barras y pastel, presentando información de frecuencia y porcentajes.



Fuente: Investigación Ciudadela Los Ceibos, 2013
Elaborado por: www.obsecolosceibos.com

Este gráfico resume el nivel de ingresos que registran los locales comerciales de Los Ceibos y los factores que incidieron en el emprendimiento de un nuevo negocio.

5.5 Investigación de Campo

En esta parte es importante el desarrollo de instrumentos eficientes para la recolección de campo, porque esto permite tener información confiable sobre los distintos aspectos medidos como: tipo, clasificación, ubicación del negocio.

BIBLIOGRAFIA

1. AGUILAR, Zuluaga Ignacio, *Principios de Desarrollo Economico*, Editorial ECOE Ediciones, 2008, pagina 135, 136
2. ACOSTA, Alberto. (2004). *Breve Reseña Histórica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
3. BOZA, Angel, Educación, Investigación y Desarrollo Social, Editorial Narsea S.A, Segunda Edición, Madrid España, 2010, páginas 139 – 140
4. CALVA, José Luis, Desarrollo Económico: Estrategias Exitosas, Editorial Porrúa, Primea Edición, México, 2007, páginas 21, 22, 23
5. Banco Central del Ecuador. (2013). *Definición de Crecimiento Económico*. Quito.
6. BERNAL, Cesar Augusto. (2010). *Metodología de la Investigación*, Tercera Edición, Colombia: Pearson. Páginas 11,12
7. BERUMEN, Sergio. (2008). *Cambio Tecnológico e Innovación en las Empresas*. Madrid: ESIC.
8. CABALLERO, Iria & PADÍN, Carmen. (2006). *Comercio Internacional. Una Visión General de los Instrumentos Operativos del Comercio Exterior*. España: Editorial Vigo.
9. *Código de Comercio*. (2010). Quito: Cámara de Comercio de Quito.
10. DONOSO, Xavier Recalde. 2011. Los Ceibos, un barrio que progresa. *LA HORA*. Diciembre 9, 2011, p. 26.
11. FERNÁNDEZ, Donato. (2007). *Fundamentos Económicos de la Unión Europea*. España: PARADINFO.
12. Fondo de Naciones Unidas para la Infancia - UNICEF. (2008). *Línea de Base de la Provincia del Oro en el Marco del Programa Conjunto “Juventud, Empleo y Migración para Reducir la Inequidad en el Ecuador”*. UNICEF.
13. GARRIJÓS, Fernando & NARANGAJAVANA, Yeamduan. (2006). *Capacidades Directivas y Nuevas Tecnologías en el Sector Turístico*. México: Athena.

14. GONZALES MONGE, Ricardo, TIC's en las PYMES de Centro América, Editorial Tecnológica de Costa Rica, Segunda Edición, Costa Rica, 2006, páginas 19, 33, 34
15. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población del Cantón Ibarra*. Quito.
16. KATZ, Raúl, El papel de las TIC'S en el desarrollo, Editorial Fundación Tecnológica, Segunda Edición, Barcelona –España, 2009, páginas 5, 6, 7
17. LEIVA, Zea Francisco. (2010). *Metodologías de la Investigación*. Quito. Marca Grafica. Pag 25
18. Ley de Compañías del Ecuador. (2009). Quito.
19. MERCADO, Salvador, Mercadotecnia Programada, Principios y Aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado, Editorial Limusa, Segunda Edición, México, 2005, paginas, 17, 18, 19, 20
20. MARISTANU, Fernando & BLÁZQUEZ, Daniel. (2008). *Las Tecnologías de la Información de las Empresas Españolas*. México: Gráficas Muriel.
21. MÚNERA, Cecilia. (2007). *Resignificación del Desarrollo*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Sede Medellín.
22. PELLICER, Teresa. (2008). *El Sector de la Construcción. Una Perspectiva Internacional*. España: Universidad Politécnica de Valencia.
23. ROSERO, Luis. (2011). *La Incidencia de la Intermediación Comercial en el Precio Final de las Artesanías en Madera de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, Provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
24. RUÍZ, Adolfo. (2007). *Manual de Derecho Mercantil*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
25. RUÍZ, Enrique. (2007). *Educatrónica. Innovación en el Aprendizaje de las Ciencias y la Tecnología*. Argentina: Díaz de Santos.

26. SANDOVAL, Luis. (2010). *Lineamientos Básicos para Exportación*. Ibarra, pag 92-93
27. Servicio de Rentas Internas. (2013). *Grandes Contribuyentes y Otros*. Quito: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/34@public>.
28. Servicio de Rentas Internas. (2013). *Pequeñas y Medianas Empresas*. Quito: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>.
29. Servicio de Rentas Internas. (2013). *Personas Naturales*. Quito: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/31@public>.
30. Servicio de Rentas Internas. (2013). *Sociedades*. Quito: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/33@public>.
31. SPIELVOGEL, Jackson. (2009). *Historia Universal. Civilización del Occidente*. México: Thomson.
32. SUÁREZ, Carlos. (2010). *Tecnologías de la Información y la Comunicación: Introducción a los Sistemas de Información y Telecomunicaciones*. México: Ideas Propias.

LINKOGRAFIA

33. <http://periodismousac.wordpress.com/2008/08/08/desarrollosocioeconomico/>
34. http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d_dsocial.htm.
35. <http://es.scribd.com/doc/55028057/desarrollo-socioeconomico>
36. <http://peremarques.pangea.org/tic.htm>
37. <http://www.monografias.com/trabajos21/empresaecuador/empresaecuador.shtml#ixzz2Z4CN4bVT>
38. <http://www.observatorihuesca.com/>
39. <http://desarrolloeco.blogspot.com/>
40. <http://www.slideshare.net/Avanzo/entorno-de-desarrollo-comercial>
41. <https://www.google.com.ec/#hl=es&output=search&client=psyab&q=definicion+de+dasarrollo+comericla&oq=definicion+de+dasarrollo+com> (2012),

42. http://books.google.com.ec/books?id=y5CJCrgawyoC&printsec=frontcover&dq=desarrollo+social&hl=en&sa=X&ei=bM-FUf-mN4fW9QTKhYCYCA&redir_esc=y#v=onepage&q=desarrollo%20social&f=false
43. <http://books.google.com.ec/books?id=vqe1mvHmluAC&pg=PA353&dq=desarrollo+economico+caracteristicas&hl=en&sa=X&ei=yIeQUYbIMYvG9gT8u4DICA&ved=0CD8Q6AEwBQ#v=onepage&q=desarrollo%20economico%20caracteristicas&f=false>
44. http://books.google.com.ec/books?id=LTc0A7ExvkQC&pg=PA2&dq=tipos+de+empresas&hl=en&sa=X&ei=EbOUYX9EY_M9gTe74C4BQ&ved=0CC4Q6AEwATgK#v=onepage&q=tipos%20de%20empresas&f=false

ANEXOS

ANEXO A. Mapa de la Ciudadela los Ceibos



Fuente: Google earth 3D

ANEXO B. Encuesta dirigida a las unidades productivas de la Ciudadela los Ceibos.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DE LA CIUDADELA “LOS CEIBOS” CON APLICACIÓN A LAS TIC’S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO FUTURO

ENCUESTADOR: María José Fuentes

La siguiente encuesta tiene como propósito establecer datos concretos sobre el desarrollo socioeconómico y comercial de las unidades productivas de la ciudadela los Ceibos, determinando cuáles son las actividades económicas que le dan valor y el espacio en el que se desarrollan para su posible regeneración, así como las demandas insatisfechas de los residentes.

La satisfacción de las necesidades de los consumidores mejora su calidad de vida y hacen que los negocios se vuelvan necesarios, incrementan su demanda proveyendo mayores ingresos a quienes los proporcionan.

Sus respuestas son de suma importancia para el estudio propuesto, por lo que le solicitamos unos minutos de su valioso tiempo y le agradecemos su gentil colaboración.

Datos Informativos.

Género () Edad () Miembros de la familia ()

Tiempo que realiza la actividad comercial () años.

Nivel de Instrucción.

Primaria Incompleta	()	Primaria Completa	()
Secundaria Incompleta	()	Secundaria Completa	()
Superior Incompleta	()	Superior Completa	()
Maestría	()	Ninguno	()

Actividad_____

PREGUNTAS

1. En qué dimensión cree usted que se ha dado el desarrollo comercial de la ciudadela “Los Ceibos” en los últimos 5 años?

Alta_____ Madia_____ Baja_____

2. Señale el porcentaje que usted considere apropiado, en el que indique el crecimiento comercial en los últimos 5 años:

0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

3. Qué tipo de actividad económica Usted tiene?

De comercio_____ De servicios_____ Sanitario_____ Educativo_____

Financiero_____ De administración_____ De transporte_____

4. A sector, pertenece su actividad económica?

Sector privado_____

Sector publico_____

5. El local donde Usted realiza su actividad económica es:

Propio_____

Arrendado_____

6. Cuanto es el nivel promedio de ventas que se ha incrementado su negocio en relación q los dos últimos años:

10%_____

40%_____

70%_____

20%_____

50%_____

80%_____

30%_____

60%_____

90%_____

100%_____

7. El nivel de competencia que existe en la Ciudadela los Ceibos, para su negocio es:

Alta ()

Media ()

Baja ()

Nula ()

8. Los precios de los bienes y servicios son competitivos en el sector comparados con los de los proveedores de otros sectores de la ciudad?

SI_____ NO_____

9. Con el dinero de sus ventas, ¿considera que es suficiente para satisfacer sus necesidades básicas?

SI_____ NO_____

10. Cuál es el nivel de ingresos que obtiene de su actividad económica en un mes de actividades?

Menos de 300_____

De 400 a 600_____

De 601 a 800_____

Mas de 1000_____ \$_____

11. Que aspecto influyó para que usted decidiera iniciar una actividad productiva en este sector?

Es residente_____

El sector comercial tiene perspectiva comercial_____

Seguridad_____

Existe Potencial de Clientes_____

Otro_____, cuál_____

12. A su criterio; qué tipo de unidad productiva le hace falta a Los Ceibos, para que la ciudadela brinde servicios integrales.

Unidades de Comercio

Centro de Recreación y Deportes

Espacios Culturales

Otros.....

13. ¿Qué recomendaciones haría para incrementar el nivel comercial de la ciudadela?

Desarrollo de planes de publicidad

Aspectos cualitativos de atención al cliente

Ampliar la gama de unidades productivas

Reducir le nivel de competencia desleal

Otro.....,

Cual.....

14. Existe disponibilidad de espacios físicos para la instalación nuevos de negocios, servicios o microempresas? Qué tan oneroso resulta su adquisición o arrendamiento?

15. Cuáles son las razones que le motivo a tomar la decisión de invertir en este tipo de negocio???

ANEXO C. Entrevista

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

*ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y COMERCIAL DE LAS UNIDADES
PRODUCTIVAS DE LA CIUDADELA “LOS CEIBOS”, CON APLICACIÓN A
LAS TIC’S Y PERSPECTIVA DE DESARROLLO FUTURO*

ENTREVISTADO: María José Fuentes

ENTREVISTADOR: _____

La siguiente entrevista tiene como propósito establecer datos concretos sobre el desarrollo socioeconómico y comercial de la ciudadela los Ceibos, determinando cuáles son las actividades económicas que le dan valor y el espacio en el que se desarrollan para su posible regeneración, así como las demandas insatisfechas de los residentes.

La satisfacción de las necesidades de los consumidores mejora su calidad de vida y hacen que los negocios se vuelvan necesarios, incrementan su demanda proveyendo mayores ingresos a quienes los proporcionan.

Sus respuestas son de suma importancia para el estudio propuesto, por lo que le solicitamos unos minutos de su valioso tiempo y le agradecemos su gentil colaboración

1. ¿Cómo era la Ciudadela Los Ceibos hace diez años?

2. ¿Cuál es su criterio sobre la situacional socioeconómico y comercial de la Ciudadela Los Ceibos?

3. ¿Cuáles son las actividades productivas que más se destacan en la ciudadela?

4. ¿Qué conocimiento tiene sobre las Tecnologías de la Información para la Capacitación?

5. ¿Cuáles considera que son los factores que favorecieron el crecimiento económico en Los Ceibos?

6. ¿Qué bienes y/o servicios le hacen falta a Los Ceibos para que logre un mayor desarrollo?

7. ¿Qué beneficios ha tenido usted por vivir en Los Ceibos, comparando con otros sectores de la ciudad de Ibarra?

8. ¿Cómo calificaría el flujo económico y comercial que se da en esta ciudadela?

9. ¿Qué criterio tiene sobre la calidad de servicios básicos en Los Ceibos?

10. ¿Considera que toda la población de Los Ceibos se ha beneficiado del crecimiento económico que se ha dado en el sector?

11. ¿Cuáles son sus expectativas socioeconómicas como morador de Los Ceibos?

12. ¿Qué recomendaciones realizaría a la administración pública, organización barrial y unidades productivas privadas para lograr un crecimiento sostenido en Los Ceibos?

ANEXO D. Ficha de observación

Nº	Dirección	Producto que	s/n	Con Nombre
----	-----------	--------------	-----	------------

		expende		
1	Av. El Retorno y Av. Ricardo Sánchez	Lavadora de carros		CARWASH
2	Av. El Retorno y Av. Ricardo Sánchez	Funeraria		SAN MIGUEL
3	Av. El Retorno y Av. Ricardo Sánchez	Aluminio y vidrio		DISALUVID
4	Av. El Retorno y Av. Ricardo Sánchez	Marmolería		REINA DEL CISNE
5	Av. El Retorno y Av. Ricardo Sánchez	Papelería		DAYANA
6	Av. El Retorno entre Av. Ricardo Sánchez y Río Chinchipe	Venta de pinturas	x	
7	Av. El Retorno entre Av. Ricardo Sánchez y Río Chinchipe	Venta de velas	x	
8	Av. El Retorno entre Av. Ricardo Sánchez y Río Chinchipe	Internet		COMPUART
9	Av. El Retorno entre Av. Ricardo Sánchez y Río Chinchipe	Restaurante	x	
10	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Farmacias		PASTEUR
11	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Cabinas-internet	x	
12	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Venta de gafas y lentes		OPTICENTER
13	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Venta de fruta y verduras		HORTYFRUTA
14	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Internet		CYBERSP@CE
15	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Bar		HERBIE SHOTS
16	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Peluquería		COLOMBIA ALTA PELUQUERÍA
17	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Venta de licor		SU LICORERÍA
18	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Venta de frutas y verduras		MERCADITO
19	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Papelería		LYPESA

20	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Bar		BARAK
21	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Venta de frutas y verduras		MERCADITO #2
22	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Panadería		LA CASA DEL KEY
23	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Metálicas	x	N.G.R.
24	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Farmacias		CRUZ AZUL
25	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Farmacias		ECONÓMICAS
26	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Tienda	x	
27	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Cabinas-internet	x	MOVISTAR
28	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Comida rápida		PAPALUX
29	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Cabinas-internet	x	
30	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Venta de películas		DVX VIDEO
31	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Restaurante		LOS AGACHADITOS DE LOS CEIBOS
32	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Venta de objetos usados		VENTA DE GARAGE
33	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Restaurante		SABROSÓN
34	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Tienda	x	
35	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Supermercado		EL RETORNO
36	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Internet		@MIGO
37	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	SPA		CLAVEL SPA
38	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Servicio de pagos		RAPIPAGOS
39	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río Ambi	Peluquería		NUBIS
40	Av. El Retorno Río Ambi y Río blanco	Comida rápida		LAS PAPITAS DE LA ESQUINA
41	Av. El Retorno Río Ambi y Río blanco	Pizzería		BARILOCHE

42	Av. El Retorno Río Ambi y Río blanco	Restaurante		DOÑA MARIANITA
43	Av. El Retorno Río Ambi y Río blanco	Panadería		CENTENO
44	Av. El Retorno Río Ambi y Río blanco	Peluquería		KATY
45	Av. El Retorno y Río Tahuando	Panadería		JOSIAS FRANCIS
46	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Tienda		DELICATESSEN EL LIMÓN
47	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Venta de carnes y embutidos		FRIGORÍFICO ALEMANIA
48	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Chifa		CANTONESA
49	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Internet		CHICHOMIX
50	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Comida rápida		DON SHADY
51	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Panadería		TÍO SAM
52	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Papelería	x	
53	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Bar		GRAN CHALET DRINK & BEER
54	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Asadero de pollos		EL REGALÓN
55	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Cooperativa de taxis		SANTA ANITA
56	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Restaurante		EL RINCÓN DEL SABOR
57	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Peluquería		ESTILOS NUEVA IMAGEN
58	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Internet		INTERCELL
59	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Alquiler de disfraces		FANTASÍA
60	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Tienda		CADAV
61	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Restaurante		EMILIA
62	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Karaoke		MI REY
63	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Chifa		IBARRA
64	Av. El Retorno entre Río	Asados		DENNI'S GRILL

	Curaray y Río Pastaza			
65	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Restaurante		LOS AGACHADITOS DE LOS CEIBOS #2
66	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Pañalera		AMALIA
67	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Consultorio dental		DRA. GUADALUPE DABAS
68	Av. El Retorno entre Río Curaray y Río Pastaza	Venta de muebles y de cosméticos YANBAL		CREAR MUEBLES HOGAR
69	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río amazonas	Panadería		LOS CEIBOS
70	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río amazonas	Comida rápida		EL COMELÓN FAST FOOD
71	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río amazonas	Venta de comida (asados)		LA TABLITA DE LOS CEIBOS
72	Av. El Retorno entre Río Pastaza y Río amazonas	Tercena		LA ESPAÑOLA
73	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Internet		OK. MR. COFFEE
74	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Servicio técnico		RADIO TV STÉREO
75	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Bar		CUBA MILLENIUM
76	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Bazar		LA CASA DE VALE
77	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Peluquería		PASSION'S
78	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Panadería		PANIFICADORA EL RETORNO
79	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Comida rápida		EL PEQUEÑO SITIO DEL RETORNO
80	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Papelería		LA PAPELERÍA DE LOS CEIBOS
81	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Peluquería		YULIANA'S
82	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Unidad de medicina		UNIDAD INTEGRAL DE MEDICINA BIOLÓGICA PARA EL

				CONTROL DE PESO
83	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Tienda		SU COMISARIATO
84	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Bazar		MOMENTOS MÁGICOS
85	Av. El Retorno entre Río amazonas y Río blanco	Ferretería		LA FERRE XR
86	Av. El Retorno entre Río blanco y Río Patate	Market		MARKET LOS CEIBOS
87	Av. El Retorno entre Río blanco y Río Patate	Gimnasio		FITNESS CLUB
88	Av. El Retorno entre Río blanco y Río Patate	Cabinas-internet	x	
89	Av. El Retorno entre Río blanco y Río Patate	Comida rápida	x	
90	Av. El Retorno entre Río blanco y Río Patate	Cooperativa		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA
91	Av. El Retorno entre Río blanco y Río Patate	Venta de cerámica		MILTRAVESURAS CERÁMICA
92	Av. El Retorno entre Río Patate y Río Aguarico	Panadería		FRESH PAN
93	Av. El Retorno entre Río Patate y Río Aguarico	Comida rápida		DISTRITO FAST FOOD
94	Av. El Retorno entre Río Patate y Río Aguarico	Farmacia		EL RETORNO
95	Av. El Retorno entre Río Patate y Río Aguarico	Panadería		COLONIAL
96	Av. El Retorno entre Río Patate y Río Aguarico	Zapatería		CLÍNICA DE CALZADO
97	Av. El Retorno entre Río Patate y Río Aguarico	Restaurante		MADRILÉ
98	Av. El Retorno entre y Río Aguarico	Restaurante		LA MADRINA DE LOS CEIBOS
99	Av. El Retorno entre y Río Aguarico	Vidriería		LOS CEIBOS
100	Río Aguarico entre Av. El Retorno y Río Vinces	Cevichería		LA CARRETITA
101	Río Aguarico entre Av. El Retorno y Río Vinces	Tienda-verduras	x	
102	Río Aguarico entre Av. El Retorno y Río Vinces	Tienda		VÍVERES ROSITA
103	Río Aguarico entre Río Vinces y Río chimbo	Tienda		EL RETORNO SUPERMARKET

104	Río Aguarico entre Río Vinces y Río chimbo	Confecciones		ANDY FER
105	Río Aguarico entre Río Vinces y Río chimbo	Tercena		SUPER TERCENA LA FAVORITA
106	Río Aguarico entre Río chimbo y Río Daule	Tienda	x	
107	Río Aguarico entre rio Daule y Río lita	Tienda		VÍVERES CARITO
108	Río Aguarico entre rio Daule y Río lita	Tienda		VÍVERES TERESITA
109	Río Aguarico y Río Guayllabamba	Peluquería		MAGGUI'S
110	Hernán González de Saa y Río Quinindé	Cabinas	x	
111	Hernán González de Saa y Río Quinindé	Tienda	x	
112	Río Vinces entre Río Aguarico y Río Patate	Internet		@INTERNET
113	Río Patate entre Av. El Retorno y Río Ajaví	Confecciones		ESBEL
114	Río blanco entre Av. El Retorno y Río Ajaví	Bar		RINCÓN DE MOISES
115	Río blanco entre Av. El Retorno y Río Ajaví	Licorería	x	
116	Río blanco entre Río Daule y Río chambo	Diseño y publicidad		TAURO
117	Río Daule entre Río Blanco y Río Amazonas	Venta de audio para carros		PIONEER CAR AUDIO
118	Río amazonas entre Av. El Retorno y Río Mira	Restaurante		LA VECINA
119	Río Amazonas Entre Av. El Retorno Y Río Mira	Bazar y papelería		AMAZONAS
120	Río Chambo Entre Río Blanco Y Río Amazonas	Tienda		VÍVERES CAMILITA
121	Río Guayllababa entre Río Patate y Río Blanco	Tienda		MINITIENDA ESTERCITA
122	Río Chambo Entre Río Amazonas Y Río Pastaza	Tienda		VÍVERES JSB
123	Río Pastaza entre Av. El Retorno y Río Vinces	Pizzería		EL HORNITO PIZZERÍA
124	Río Pastaza entre rio Vinces y Río chimbo	Tienda	x	
125	Río Pastaza entre Av. El Retorno y Río mira	Venta de licor	x	

126	Río Pastaza entre Av. El Retorno y Río mira	Odontología		ODONTOLASER
127	Río Vinces entre Río Pastaza y Río Curaray	Bazar		GENKI
128	Río Vinces entre Río Pastaza y Río Curaray	Zapatería		
129	Río Curaray entre Río Vinces y Río chimbo	Tienda		
130	Río Vinces entre Río Curaray y Río Chinchipe	Tienda		VÍVERES DOÑA MARY
131	Río chimbo entre Río Ucraray y Río Chinchipe	Tienda	x	
132	Río Daule entre Río Curaray y Río Chinchipe	Tienda		VÍVERES GABY
133	Río Daule entre Río Curaray y Río Chinchipe	Tienda		VÍVERES GABY
134	Río Chinchipe entre Río chimbo y Río Daule	Confeccion s	x	
135	Río Tahuando entre Río Yazuní y av. El Retorno	Venta de películas		KWI
136	Río Tahuando entre Río Yazuní y av. El Retorno	Restaurante		LA CASA DE NICO
137	Río Tahuando entre Río Yazuní y av. El Retorno	Licorería		LA LICO AFTER PARTY
138	Río Tahuando entre Río Yazuní y av. El Retorno	Zapatería	x	
139	Río Tahuando entre Río Yazuní y av. El Retorno	Tienda	x	
140	Río Tahuando entre Río Yazuní y av. El Retorno	Tienda	x	
141	Av. Ricardo Sánchez entre Av. El Retorno y Río Santiago	Bazar-papelería		MARÍA ALICIA
142	Av. Ricardo Sánchez entre Av. El Retorno y Río Santiago	Papelería		PAPELUJOS
143	Av. Ricardo Sánchez y Río Quinindé	Bazar		FANTASÍAS Y ALGO MÁS
144	Av. Ricardo Sánchez entre Río Chinchipe y av. Ricardo Sánchez	Bazar-papelería		AGUIRRE
145	Av. Ricardo Sánchez entre Río Chinchipe y av. Ricardo Sánchez	Cabinas	x	
146	Río Quinindé entre Río Curaray y av. Ricardo Sánchez	Servicio técnico		REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

147	Río Chinchipe entre Río Santiago y Río Quinindé	Consultorio médico acupuntura	x	
148	Río Chinchipe entre Río Santiago y Río Quinindé	Servicio técnico		MAGATECNIC
149	Río Chinchipe entre Av. El Retorno y Río Santiago	Venta de huevos	x	
150	Río Chinchipe entre Río jabones y Río Santiago	Tienda		SU AMIGA
151	Río Chinchipe entre Río jabones y Río Santiago	Internet-cabinas	x	
152	Río Chinchipe entre Río jabones y Río Santiago	Tienda		
153	Río Chinchipe entre Río jabones y Río Santiago	Peluquería		BETY
154	Río Chinchipe entre Río jabones y Río Santiago	Cabinas	x	
155	Río Chinchipe entre Río jabones y av. El Retorno	Bazar		NOVEDADES ILUSIÓN
156	Río Chinchipe entre Río jabones y av. El Retorno	Ferretería		MY FRIEND
157	Río Orinoco entre Río jabones y Río Santiago	Tienda	x	
158	Río Orinoco entre Río jabones y Río Santiago	Karaoke		K'RAOKE
159	Río Orinoco entre Río jabones y Río Santiago	Tienda	x	
160	Río Orinoco entre Río Santiago y Río Quinindé	Tienda		MINIMARKET LA VECI
161	Río Curaray Río jabones	Restaurante		LAS CARNES ASADAS DE DON PANCHO
162	Río jabones entre Río Curaray y Río Orinoco	Pintan uñas		UÑAS
163	Río Santiago entre Río Curaray y Río Orinoco	Tatuajes		T@TOS TATUAJES
164	Río Curaray entre Río Santiago y Río Quinindé	Tienda		LA VAQUITA VÍVERES
165	Río Curaray entre Río Santiago y Río Quinindé	Bazar	x	
166	Río Curaray y Río Quinindé	Frutas y verduras	x	
167	Río Quinindé entre Tobías Mena y Río Curaray	Tienda	x	

168	Tobías Mena av. Entre El Retorno y Río Jubones	Restaurante		RINCÓN DEL PINCHO
169	Tobías Mena av. Entre Río jubones y Río Santiago	Tienda	x	
170	Tobías Mena av. Entre Río Santiago y Río Quinindé	Tienda		VÍVERES GÉNESIS
171	Tobías Mena av. Entre Río Santiago y Río Quinindé	Internet		LA RED
172	Río Santiago Entre Tobías Mena Y Río Coca	Tienda		MICRO LOS CEIBOS
173	Río Santiago entre Tobías Mena y Río Coca	Papelería		SARITA
174	Tobías Mena entre Río Quinindé	Tienda		LOS GEMELOS
175	Tobías Mena entre Río Quinindé	Papelería y bazar		FIT @NET
176	Tobías Mena entre Río Quinindé	Tienda	x	
177	Tobías Mena entre Río Quinindé	Papelería		NATY
178	Río Quinindé entre Tobías Mena y río Blanco	Confecciones		MODAS ELIZABET
179	Río coca entre Río Jubones y Río Quinindé	Peluquería		MARTITA
180	Río Ambi entre Av. El Retorno rio Santiago	Tienda	x	
181	Río Ambi entre Av. El Retorno Rio Santiago	Centro educativo inicial		RAFAEL SUÁREZ
182	Río Quinindé entre Río blanco	Carpintería	x	
183	Av. El Retorno entre Río Chinchipe y Río Curaray	Comida rápida		LAS HAMBURGUESAS DEL PROFE

ANEXO E. Comprobante de pago del Hosting, para la creación de la página.

BANCO PICHINCHA C.A.

Depósito

Cuentas Corrientes

Cuenta...: BP-CC 3347549104

Nombre...: REINEC C.LTDA.

Documento: 3608698

Efectivo...: 44.80

Total....: 44.80

Moneda...: USD

Oficina...: 0050 - AG. ATAHUALPA IBARRA

Cajero...: RCHIZA

Fecha...: 2013/Jul/18 13h21

Control...: Sec-155, En Línea

Este es un e-mail certificado, con la confirmación de la emisión de Factura del siguiente WebHosting:

Cuenta: obsecolosceibos.com

Fecha de emisión: 17/07/2013 (dd/mm/aaaa)

Número de Factura: 001-001-0059678

Valor a pagar: US\$44.80

Esta Emisión se origina por instrucciones suyas por los periodos seleccionados o en su defecto se renueva automáticamente por un año adicional. En caso que ya no desee el servicio, envíenos una comunicación.

La factura ha sido emitida y enviada a la información especificada por usted.

Para pagar en línea:

Con 2CO <http://www.ecuahosting.ec/pago.htm>

Con Paypal <http://www.ecuahosting.net/paypal/pagoavisorenovacion.htm>

e ingrese su monto a pagar y el número de su factura que se encuentra en la parte superior (Nombre del Dominio ò Número de Factura)

Para pagar con Deposito Bancario:

BANCO DEL PICHINCHA

Depositar sólo en efectivo a nombre de REINEC C. LTDA, cuenta corriente # 3347549104 del BANCO DEL PICHINCHA

ANEXO F. Publicaciones del Barrio Los Ceibos

El comercio revive al barrio Los Ceibos

Ratio: 00000 / 0

Votar

Malo Bueno

Categoría: Actualidad Publicado el Martes, 02 Octubre 2012 00:50 Escrito por Andrea León Visto: 812



IBARRA. Si el reloj marca las 20:00 y a usted se le olvidó adquirir alguna cosa necesaria para el otro día, no se preocupe, puede acudir al barrio Los Ceibos, en donde la actividad comercial inicia en la noche.

Lo que hay. [Panaderías](#), farmacias, restaurantes de comida rápida, agachaditos, papelerías, minimarkets, [gimnasios](#), karaokes, en fin..., varios son los negocios que Los Ceibos tiene para ofrecer al ibarreño, algunos hasta las 11:00 y otros se

extienden hasta las 04:00.

Este es un barrio en el que la vida nocturna le da más dinamismo.

"Son las 21:00 y si el bebé ya no tiene pañales, pícate a Los Ceibos, allá hay todo", cuenta entre risas Estefanía Cabezas, madre de dos hijos.

"Yo creo que la ventaja de los moradores de este sector es que somos dueños de nuestros locales, eso nos permite extender nuestro horario de atención al público", cuenta Edgar Medina, quien vive en el sector desde que el barrio inició.

La Historia. Edgar, fundador del Comité Barrial, en donde se desempeñó como presidente y hasta tesoreros por algunas ocasiones, cuenta que Los Ceibos es un proyecto del Banco Ecuatoriano de la Vivienda en 1980, el que entregó alrededor de 15 manzanas con 20 casa cada una.

Los Ceibos inicia desde el Colegio Víctor Manuel, o la avenida Ricardo Sánchez Guzmán hasta la calle Río Aguarico.

"El Comité Barrial como tal se inicia legalmente en el año de 1986. Desde allí la unidad ha caracterizado a los vecinos del sector, con los que hemos alcanzado muchos logros", señaló.

Los Ceibos, gracias al pedido de los moradores, es declarado sector comercial en 2001.

La unidad consolidó las obras. "Nos hemos juntado todos para obtener por ejemplo líneas telefónicas, una escuela y hasta un espacio de 438 metros para una guardería, la que hasta el momento no se ha hecho realidad, pero la directiva puede hablar más de este caso, porque ya tenemos todo y sí sería bueno que las mamitas puedan dejar a sus hijos en un lugar cercano a su casa", explicó Merino.

Los pedidos. Si bien el barrio Los Ceibos tiene un desarrollo comercial importante también existen necesidades, por ejemplo los moradores desean que se realice un proyecto de [remodelación](#) de la avenida, pues el deterioro de las veredas y espacios verdes es notorio. "Quisiéramos que las veredas tengan [color](#), además que tengamos una iluminación adecuada y sobre todo, tener más seguridad", dijo uno de los moradores.

Quienes habitan este sector de la ciudad, quisieran que los negocios como karaokes, sean regulados, pues, al ser ésta una [zona comercial](#) es restringido que este tipo de negocios existan.

Los nuevos negocios. Raúl Pozo es un carchense que desde hace tres meses tiene una ferretería en el sector. "Coloqué el negocio en el sector porque es comercial", dijo. De igual manera piensa Susana P, propietaria de la papelería Lypesa, la que está en el sector desde hace aproximadamente dos años.

"La gente aquí no tiene que salir al centro por ejemplo, porque los precios son iguales a los del mercado en los micromercados, se subirá el costo del pasaje pero es lo mismo en cantidad, calidad y frescura", comentó Isabel Guzmán, moradora del sector.

Por estas características el barrio es uno de los más cotizados de la ciudad.