



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**CREACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL RADIAL
PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DE
COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN
HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO.**

Proyecto de grado que se presenta como requisito para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

Autora:
Cristina Mariuxi Suquilanda Vargas

Tutor:
Lcdo. Juan Centurión

Guayaquil - Ecuador
2015



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**CREACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL RADIAL PARA
MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DE COMERCIANTES
INFORMALES DEL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO.**

**PROYECTO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PARA OBTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**AUTORA:
CRISTINA MARIUXI SUQUILANDA VARGAS**

**TUTOR:
LIC. JUAN CENTURIÓN**

**GUAYAQUIL – ECUADOR
JUNIO/2015**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: CREACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL RADIAL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DE COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO.	
AUTOR/ES: Cristina Mariuxi Suquilanda Vargas	TUTOR: Lcdo. Juan Centurión
	REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Comunicación Social
CARRERA: Comunicación Social	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS:
TÍTULO OBTENIDO: Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social	
ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación Popular y Alternativa	
PALABRAS CLAVE: informal, comunicación, descuido, programa radial	
RESUMEN: El presente Trabajo de Titulación estudia el comercio informal del centro del cantón Huaquillas, donde se refleja los problemas de comunicación y ordenamiento municipal en este loable lugar, por lo que se aprecia el interés de indagar cuales son los pormenores del descuido que se aprecia desde las mañanas hasta altas horas de la noche, esto conlleva a la aplicación de un programa radial para los comerciantes tanto formales como informales de Huaquillas.	
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	Teléfono: 0983347854 E-mail: criss_mariuxi@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de la Facultad
	Teléfono: Ext.
	E-mail:

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el Trabajo de Titulación presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciada en Comunicación Social.

Tutor:

Lcdo. Juan Centurión

Guayaquil - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN DEL LECTOR GRAMATÓLOGO

En mi calidad de Corrector de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el Trabajo de Titulación presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado de Licenciada en Comunicación Social.

Lcdo. Juan Carlos Cevallos
Gramatólogo

Guayaquil - Ecuador
2015

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de Titulación sobre el tema: “Creación de un plan comunicacional radial para mejorar la atención al público de comerciantes informales del cantón Huaquillas, provincia de El Oro.”.

Egresada:

Cristina Mariuxi Suquilanda Vargas

C.I. 0705132090

Facultad de Comunicación Social

Para constancia Firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

La egresada de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Srta. **Cristina Mariuxi Suquilanda Vargas**, deja constancia escrita de ser la autora responsable del Trabajo de Titulación presentado, por lo cual firma:

Cristina Mariuxi Suquilanda Vargas

C.I. 0705132090

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación me corresponde exclusivamente a mí; y al patrimonio intelectual de la Universidad de Guayaquil.

Cristina Mariuxi Suquilanda Vargas

C.I. 0705132090

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en este tiempo que he estado realizando mi Trabajo de Titulación, a mis padres y hermanos por ser un apoyo incondicional en todo momento y a mi amado esposo porque siempre está allí en los buenos y malos momentos.

DEDICATORIA

El presente trabajo le doy como reconocimiento a mi familia y en especial a mi hija Hilary Camila

Índice de contenidos

CARÁTULA.....	I
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
CERTIFICACIÓN DEL LECTOR GRAMATÓLOGO	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	V
ACTA DE RESPONSABILIDAD	VI
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
DEDICATORIA	IX
Índice de contenidos	X
Resumen	XVI
Abstract.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Ubicación del problema en su contexto	3
1.3. Situación en conflicto	4
1.4. Alcance	4
1.5. Relevancia Social.....	6
1.6. Evaluación del problema:.....	6
1.7. Objetivos	7
1.7.1. General	7
1.7.2. Específicos.....	7
1.8. Justificación	7

CAPÍTULO II.....	9
2. Introducción.....	9
2.1. Fundamentación teórica.....	9
Definición del Sector Informal Urbano en las estadísticas de empleo	11
Comercio ambulante y espacio público	12
Importancia de la experiencia	13
Centro de capacitación fronteriza	14
El Plan Comunicacional	14
2.2. Fundamentación histórica	15
Historia de Huaquillas (Huacas y Cayancas).....	15
Componentes demográficos	16
Origen del Comercio Mundial.....	16
Orígenes del comercio en el mundo antiguo	17
Trueque	18
La moneda.....	18
Edad Media Siglo V d.C – Siglo XV d.C.....	18
La era de los descubrimientos Siglo: XV d.C.....	19
Comercio Transatlántico Siglo XVII	19
Innovaciones en el transporte Siglo XIX	19
Globalización Siglo XX – Siglo XXI	20
Era Tecnológica/E-Commerce Siglo XXI	20
El comercio en Huaquillas	20
Los centros de Capacitación en Huaquillas.....	21
2.3. Fundamentación legal.....	23
Ley Orgánica de Comunicación	26
2.4. Hipótesis y Variables	27

2.4.1. Hipótesis	27
2.4.2. Variables	28
2.4.2.1. Variable Independiente	28
2.4.2.2. Variable Dependiente.....	28
CAPÍTULO III.....	29
METODOLOGÍA.....	29
3.1. Métodos de investigación.....	29
3.2. Investigación Descriptiva:	30
3.3. Investigación Exploratoria:	31
3.4. Investigación Explicativa:	32
3.5. Tipos de investigación.	33
3.6. Software que se utilizará.....	33
3.7. Población y Muestra.....	33
3.7.1. Población.....	33
3.7.2. Muestra.....	34
3.8. Técnicas utilizadas en la investigación	37
La encuesta.....	37
3.9. Instrumentos	37
CAPÍTULO IV.....	38
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	38
4. Análisis de los datos.....	38
4.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	48
ENTREVISTAS.....	49
Entrevista realizada al Sr. Patricio Moreno, comerciante formal en Huaquillas.....	51
ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	53

CAPÍTULO V.....	55
PROPUESTA.....	55
CREACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL RADIAL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DE COMERCIANTES INFORMALES.....	55
5. Introducción.....	55
5.1. Objetivos	55
5.1.1. Objetivos Generales	55
5.1.2. Objetivos específicos	56
5.2. Contenido de la propuesta	56
5.3. Estructura y antecedentes de “Formando emprendedores”	57
5.4. Desarrollo del programa	59
5.1.1. Marco Temporal.....	59
5.1.2. Definición del Tipo de Programa:.....	60
5.1.3. Segmentos Del Programa:	60
5.2. Esquema del programa radiofónico.	61
Guión	63
5.5. Presupuesto.....	65
CAPÍTULO VI.....	66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
Conclusiones	66
Recomendaciones	67
Bibliografía	68
ANEXOS.....	71
ORDENANZA DE USO DE LA VIA PÚBLICA EXPOSICION DEMOTIVOS	74

Índice de cuadros

Cuadro No.1: Pregunta No. 1.....	38
Cuadro No. 2: Pregunta No. 2.....	40
Cuadro No. 3: Pregunta No. 3.....	41
Cuadro No. 4: Pregunta No. 4.....	42
Cuadro No. 5: Pregunta No. 5.....	43
Cuadro No. 6: Pregunta No. 6.....	44
Cuadro No. 7: Pregunta No. 7.....	45
Cuadro No. 8: Pregunta No. 8.....	46
Cuadro No. 9: Pregunta No. 9.....	47

Índice de gráficos

Gráfico No. 1: Pregunta 1	38
Gráfico No. 2: Pregunta 2	40
Gráfico No. 3: Pregunta 3	41
Gráfico No. 4: Pregunta 4	42
Gráfico No. 5: Pregunta 5	43
Gráfico No. 6: Pregunta 6	44
Gráfico No. 7: Pregunta 7	45
Gráfico No. 8: Pregunta 8	46
Gráfico No. 9: Pregunta 9	47

Resumen

El presente Trabajo de Titulación estudia el comercio informal del centro del cantón Huaquillas, donde se refleja los problemas de comunicación y ordenamiento municipal en este loable lugar, por lo que se aprecia el interés de indagar cuales son los pormenores del descuido que se aprecia desde las mañanas hasta altas horas de la noche, esto conlleva a la aplicación de un programa radial para los comerciantes tanto formales como informales de Huaquillas.

Resumen clave: informal, comunicación, descuido, programa radial.

Abstract

This work studies the informal trade Degree from the center of the canton Huaquillas, where communication problems and municipal system in this laudable place is reflected, so that the interest to investigate what are the details of oversight that can be seen from the seen morning until late at night, this involves the application of a radio program for both formal and informal traders of Huaquillas.

Summary key: informal communication, neglect, radio program.

INTRODUCCIÓN

El comercio informal ha sido parte de la tradición socioeconómica de nuestros pueblos, el mismo que ha sido parte de la cultura de nuestra patria. El cantón Huaquillas es una puerta comercial del país, ya que ingresan productos del vecino país Perú a nuestra nación.

Los comerciantes de Huaquillas, han vuelto esta hermosa ciudad en un centro de comercio informal, esto genera no solo un pésimo aspecto visual, sino un desorden social, siendo así que el presente Trabajo de Titulación está dirigido a la creación de un plan comunicacional radial para mejorar la atención al público de comerciantes informales del cantón Huaquillas, provincia de El Oro.

En el capítulo I trata del problema en sí, cuales son los factores tanto internos como externos del cual se genera el comercio informal y su vicisitud social que genera la falta de comunicación entre el gobierno local y el reordenamiento de los comerciantes.

En el capítulo II se hace un estudio del Marco Teórico, el mismo que refleja los fundamentos histórico, teórico y legal para sustentar las bases científicas del trabajo presente.

El capítulo III expresa la metodología que se utilizará en el trabajo, lo que implica estudiar la población y su muestra para determinar a cuantas personas va a encuestar.

Los resultados y los datos que salen de la encuesta son el principio para la realización de una Propuesta que conlleve a la realidad del trabajo de titulación esto se lo aprecia en el Capítulo IV y V.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

El comercio informal es un punto favorable dentro de la economía popular, actividad que genera altos réditos para el desarrollo económico de la sociedad. En países del primer mundo se aprecia la espontaneidad de los informales en la venta de productos o servicios, pero este quehacer comercial, en esos países, está regularizado en el contexto del desarrollo de sus economías.

En América Latina la actividad del comercio informal es alta, particularmente en las zonas fronterizas, donde el contrabando es intenso y, casualmente, la venta de esos productos que han ingresado ilegalmente se expenden en el comercio callejero, presentándose una retroalimentación: a mayor contrabando, mayor cantidad de vendedores informales, pero, es necesario aclarar que, la compraventa, no es exclusivamente de esos productos, también se expenden artículos nacionales, lo que proporciona un gran dinamismo a esas zonas de fronteras, pero, al mismo tiempo, origina un problema de recaudación tributaria, dado que quienes se dedican a esa actividad no pagan impuestos e incentivan el fraude tributario.

Es de anotar que, el comerciante informal, no solamente se encuentra en los sitios fronterizos sino que están igualmente en las grandes ciudades de América Latina como: México D.F, Sao Paulo, Lima, Bogotá, Caracas, Guayaquil, con su franja comercial denominada La Bahía; Quito, etc., son ciudades de amplia densidad poblacional, caracterizadas por la presencia de esos minoristas.

1.2. Ubicación del problema en su contexto

El cantón Huaquillas es la puerta de entrada y salida del comercio ecuatoriano, por el sur del Ecuador, y se caracteriza por su gran cantidad de vendedores informales, que aprovechan la presencia de compradores que arriban de todas las partes del País, buscando, los bajos precios de las mercancías de origen peruano y con la idea que la producción nacional es demasiado cara frente a la peruana; esto ha convertido, a esta población, en un bazar abierto, donde cientos de vendedores se ubican en las calles, con los problemas que de ello derivan, en la circulación de personas y en el tránsito vehicular que, en determinados sitios de esa población, han derivado en un caos, de grandes proporciones. A esto se agrega el maltrato que reciben algunos turistas por parte de los comerciantes cuando acuden a comprar mercancías.

Huaquillas es conocida como uno de los centros urbanos fronterizos con mayor actividad económica y considerada por los gobiernos de ambos países, como la urbe con el más importante comercio binacional, desde y hacia el Perú, por ello en los últimos años la venta informal ha aumentado.

En 1999, con la finalidad de ordenar ese comercio informal, generador del caos del tránsito vehicular y peatonal se creó la Corporación de Desarrollo Fronterizo (CODEFRON), que despertó el interés de los comerciantes, dado que pretendía la regularización de la entrada y salida de productos, así como el ordenamiento de las calles, donde se apostaban los vendedores. Pero no incluyó la difusión masiva del plan ni la capacitación para los beneficiados, los comerciantes, que desconocían cuál era el fin del CODEFRON. Esa falta de planificación comunicacional, produjo el desinterés y hasta el temor de los potenciales patrocinados, ocasionando la desaparición de la Corporación de Desarrollo, por la falta de resultados, y, con ello, el agravamiento del problema con la incorporación de más

expendedores de artículos varios en las calles de Huaquillas, por el casi ningún control municipal.

1.3. Situación en conflicto

En Huaquillas, no existe una base de datos, desde el 2004, de cuántos comerciantes se encuentran operando y cómo están organizados. A esto se suma que muchos de ellos no cuentan con una instrucción básica, desconociendo la forma de dar atención a sus clientes y peor, la de colaborar con el ornato de la ciudad, pues, en los sectores donde se concentran, después de sus diarias actividades, dejan cúmulos de desperdicios, que la municipalidad, con inversiones significativas, debe recogerlos. Ese espectáculo lo percibe el turista, pero lo sufre el habitante de esa ciudad, dado que la basura tapa los sumideros, situación que se vuelve insoportable, particularmente en el periodo invernal, cuando la lluvia no tiene por donde circular, lo que hace que sobrevenga la putrefacción y el mal olor de esas aguas estancadas.

Este es el panorama que causa el desorden de los comerciantes que, si bien es cierto, son empujados a esa actividad por la falta de trabajo, no deja de ser deseable que los subempleados vendedores informales, se organicen para permitir el mejoramiento urbano de Huaquillas.

1.4. Alcance

Como alcance de la investigación, se busca disciplinar a los comerciantes informales del Cantón Huaquillas, mediante el desarrollo de un programa radial, donde ellos aprendan a utilizar, de forma correcta, el comercio y el respeto a la ciudad, al mismo tiempo que sirva para mejorar sus condiciones de vida.

Las propuestas que se llevarán a cabo, en el proceso de regularización de

los vendedores informales, hace necesario efectuar una investigación de campo en el sector y ubicar, de manera estratégica, cuáles son las medidas urgentes que se puedan proyectar para el sector y difundirla en la radio local.

Entre 1950 y 1980, Ecuador era el único país que indicaba un crecimiento de la economía informal, a igual ritmo que la economía formal, pero, la realidad de Huaquillas, es que los informales han crecido exponencialmente dejando atrás a la actividad formal.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el empleo informal representaba, en 1997, el 52,9% del empleo no agrícola. En ese mismo año, el 47,8% de las PyMes eran informales. Sin embargo, no contamos con cifras más recientes que podrían mostrar el impacto de las medidas económicas gubernamentales que, de alguna manera, tienen injerencias en la economía popular, en el empleo y el subempleo. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la mayoría de los trabajadores informales no agrícolas, son auto-empleados (63%), mientras que, los asalariados informales, no representan más del 26% de la PEA. La mayoría de los trabajadores informales son mujeres (58,9%): la mayoría de éstas son auto-empleadas (65%), mientras que sólo el 22% son trabajadoras domésticas.

En las fronteras del Sur, la actividad informal la realizan personas de origen humilde, especialmente migrantes de los sectores rurales, que dada la situación en la que se encuentran deciden dedicarse a esta actividad empresarial que les permite subsistir de manera precaria.

El Alcalde de Huaquillas, Manuel Aguirre, ha señalado en una entrevista dada a Diario El Universo: “El contrabando se produce al por mayor, especialmente al Perú y viceversa, sin que se pueda controlar, porque los comerciantes no son de aquí” (Macas, 2008).

1.5. Relevancia Social

Es relevante porque no solo se busca mejorar la calidad de vida de los involucrados, sino formalizar a los comerciantes y educarlos, con el fin de que ellos entiendan cuales son los efectos negativos que producen en la economía nacional. Siendo la radio el medio estratégico para que el vendedor pueda atender, y a la vez escuchar, sobre los principios éticos, sociales y económicos de la venta, atención al cliente, calidad de servicio, etc.

1.6. Evaluación del problema:

- **Factibilidad**, porque se busca mejorar la calidad de vida y la regularización de los vendedores informales, siendo la radio un medio de comunicación masiva, donde se aportarán estrategias comunicacionales para el desarrollo social y comercial de los vendedores de Huaquillas, con el apoyo de las instituciones gubernamentales y locales del cantón.
- **Conveniencia social** en la aplicación de una propuesta para fomentar nuevos conocimientos educativos en la regularización de los involucrados.
- **Utilidad**, es sencilla y aplicable al proyecto, por lo que no se utilizará un lenguaje técnico, sino un lenguaje sencillo, para que los radioescuchas puedan entender los conceptos y definiciones del programa radial.
- **Importancia**, radica en la aplicación de estrategias comunicacionales para el desarrollo de los comerciantes informales del cantón Huaquillas, lo que contribuirá acertadamente al progreso

del sector y evitar así el contrabando.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

- ✓ Analizar el comercio informal en el cantón Huaquillas, para verificar cuales son los problemas comunicacionales que tienen los comerciantes con las autoridades locales.

1.7.2. Específicos

- ✓ Analizar el número de comerciantes del cantón Huaquillas, para la planificación comunicacional de los cursos y talleres.
- ✓ Formular estrategias comunicacionales, que se aplicarán en la realización del programa radial.
- ✓ Diseñar la propuesta acorde al interés de los involucrados, con el propósito de que ellos puedan regularizarse.
- ✓ Desarrollar un programa radial, dirigido a los comerciantes del cantón Huaquillas, con el fin de capacitarlos para su regularización.

1.8. Justificación

Con esta iniciativa se busca fortalecer las competencias laborales y profesionales de los comerciantes afincados en los centros comerciales, mercados, ferias, etc., del cantón Huaquillas, para mejorar la calidad de servicio y atención a los clientes y sobre todo que aporten, con sus actividades, al ornato de la ciudad.

Según el presidente de la Cámara de Comercio de Huaquillas, Vinicio Quezada (2014) señala que hay una desleal competencia de los comerciantes peruanos con los de Huaquillas. **“Existe un pedido de las**

organizaciones para que se regule el ingreso de la mercadería ilegal, pero es necesaria la intervención del Presidente de la República”.

El principal miembro del Frente de Defensa de Huaquillas, Julio Campoverde (2014) indica que la solución es la promulgación de una nueva ley donde se cree la Zona de Tratamiento Especial en Huaquillas (Zoteh). **“Esta ley servirá para que los 40.000 habitantes se beneficien del comercio que sostiene a este pueblo”.**

Es prioritario fortalecer los conocimientos estructurales de los involucrados, en el momento de ejercer una actividad comercial, por lo que se entregarán certificados de asistencia y de culminación en cada taller; estos certificarán que están regularizados para el desarrollo productivo, social y comercial del cantón.

Siendo este un objetivo principal, en el que el comerciante aprenda a utilizar las herramientas necesarias, para aplicar las nuevas obligaciones tributarias y fiscales impuestas en la Ley.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Introducción

El comercio siempre ha sido parte fundamental de la actividad económica de un país, su objetivo es comprar o vender un producto para cubrir la necesidad del hombre. Huaquillas es una ciudad fronteriza del Ecuador, su actividad productiva se debe al comercio donde el habitante del lugar, como el del interior del país, realiza el intercambio de productos o la compra de ellos, con el fin de satisfacer las necesidades de la población de ambos países. El dólar es la moneda predominante en el mercado mundial, el mismo que fue adoptado por nuestra nación desde el 9 de enero de 1999, siendo moneda oficial desde el año 2000.

Uno de los mayores problemas para el Fisco ecuatoriano es el comercio informal, por el contrabando y la competitividad de productos peruanos, que ingresan de manera ilegal en nuestras fronteras, situación que ha hecho necesarios mayores controles, en las fronteras, para evitar que el fisco sea perjudicado.

Se busca analizar mecanismos que ayuden a la formación de los comerciantes informales, con el propósito de regularizarlos y aprendan así a contribuir en el desarrollo social de nuestros pueblos.

2.1. Fundamentación teórica

Desde la implementación de la dolarización en el Ecuador y el subsidio que se mantiene tanto en el combustible, el gas, y otros productos, se ha despertado el contrabando en las fronteras del país, tanto en el Norte con

Colombia, como en el Sur con el Perú. En esta última frontera el contrabando se presenta de forma descontrolada.

La capacitación a través de la radio es, actualmente, un instrumento válido para disminuir ese estado de cosas. Esto sería conseguir el desarrollo social, económico, político, educativo, y comunitario de los comerciantes minoristas hasta transformarlos en valiosos contribuyentes del Estado ecuatoriano.

En los últimos años, los países andinos están adoptando un modelo de desarrollo basado en la incorporación de nuevas tecnologías y la apertura de fuentes de trabajo. Siendo importante la incidencia de la productividad y competitividad que son los determinantes del crecimiento y desarrollo de un país.

El comercio informal ha tenido un mayor incremento especialmente en Huaquillas y Aguas Verdes, en Perú, donde la actividad comercial es de 24 horas y en todo el año; siendo únicamente superada por las actividades migratorias en la fronteras de los Estados Unidos y México.

Esta situación requiere de atención profunda y urgente, por parte de las autoridades, no solo por la evasión fiscal, sino también por el desorden que causa esa actividad de venta de productos en la vía pública.

Debido a ello se requieren sistemas de capacitación que articulen una educación y formación para el trabajo, en los cuales estén definidos los roles de los actores del proceso.

Definición del Sector Informal Urbano en las estadísticas de empleo

Las estadísticas de ocupación laboral, definen operativamente el empleo informal urbano, en las zonas fronterizas, como aquel compuesto por las siguientes categorías ocupacionales:

- a) Los ayudantes familiares, no remunerados;
- c) Los trabajadores por cuenta propia, diferentes de profesionales y técnicos independientes; y,
- d) Los asalariados y patrones, vinculados a empresas de hasta 10 empleados.

Este problema se complica cuando se busca crear el concepto de microempresa, que en la práctica se ha convertido en la categoría operativa predominante para las políticas y los programas de intervención sobre el “sector informal”.

Si bien la literatura especializada es cuidadosa al diferenciar conceptualmente entre microempresa informal y microempresa formal, las políticas y los programas, cuando están bien estructurados. Tratan de afinar el concepto de microempresa de manera operativa.

Muchas empresas integran sus informes estadísticos de las acciones desarrolladas sobre microempresas de manera estricta; es decir, trabaja un empresario con un asistente o empleado de forma permanente, atendiendo a trabajadores informales mediante la utilización de microcréditos.

Es muy comprensivo que se fundamenten dos temas prioritarios sobre el comercio informal, que son la realidad empírica y la comprensión teórica de este sector. Estas cuestiones, como se verá más adelante, tienen implicaciones muy importantes sobre el tema de la capacitación laboral.

“El análisis del papel que juegan los gobiernos locales en programas de capacitación dirigidos al sector informal urbano, se ubica en la confluencia de dos temas socioeconómicos y políticos de gran vigencia en la región: el de la descentralización político-administrativa, con el correspondiente fortalecimiento de los gobiernos locales, y de la emergencia de fenómenos crónicos e intensos de ocupación de las vías y otros espacios públicos por vendedores ambulantes, generando situaciones conflictivas con los comerciantes formales y con los sistemas de seguridad pública” (Ramírez, 2013)

Comercio ambulante y espacio público

El rostro más visible del sector de empleo informal, es el comercio callejero. La presencia de esta actividad en los centros históricos o en las bahías de varias ciudades, son mercados importantes para la venta de los productos, por la cantidad de personas que en ellos transitan. Venden, en promedio, dos o tres veces más que en otros lugares, especialmente lo encuentran más barato en el lado del Perú que en el de Ecuador, así lo manifestó Manuel Gallardo comerciante informal.

Varias ciudades, durante los años noventa, han implementado diversas estrategias para la relocalización del comercio ambulante en el marco de los planes de desarrollo urbano. Las experiencias como la de Quito, Guayaquil, Milagro, Riobamba, etc., buscan resultados de reordenamiento urbano en un 22%, es decir el uso adecuado del espacio público y la mejora o mantenimiento del empleo en los vendedores ambulantes, a pesar de la reubicación (Andrade, 2005).

Importancia de la experiencia

Existen políticas básicas creadas por las autoridades de los Municipios de Quito, Guayaquil, Cuenca, Riobamba, entre otras, para el acceso de los pobres, del sector urbano, al empleo y a ingresos estables. Esta inquietud ha sido más bien general, y se ha expresado en reflexiones e iniciativas tendientes a lograr que las ciudades sean más competitivas y que aumente la productividad urbana.

Muchas ciudades en la región como Guayaquil, se enfrentan al problema de elaborar estrategias y políticas que aumenten la productividad de las zonas urbanas, a la vez que se fomenta el crecimiento económico a favor de los pobres, lo cual implica fundamentalmente, la integración de una serie de elementos clave en la planificación estratégica, para lograr el desarrollo económico y la reducción de la pobreza, incluido un marco normativo coherente, con políticas e instrumentos normativos que contribuyen a aumentar la productividad de las empresas, creando nuevas oportunidades empresariales que requieran gran cantidad de mano de obra y mejoren el acceso de los pobres de las zonas urbanas a los recursos productivos y a las oportunidades del mercado. A fin de lograr el crecimiento económico urbano a favor de los pobres, es necesario reconocer la contribución del sector informal al desarrollo económico y al empleo.

Ante el aumento del desempleo que ha caído en un 6.0% y el empleo informal en el 12.7% en América Latina según datos de los estudios realizados por la (OIT & CEPAL, 2014) , en algunos países y ciudades como Buenos Aires, Lima, Río de Janeiro, México, Sao Paulo, Quito, entre otras, han tomado conciencia de que el empleo informal de subsistencia puede ser, por el momento, la única alternativa viable que encuentran los hogares pobres para sobrevivir o salir de la pobreza, por lo que las iniciativas urbanas deberían cuidar que surjan otras posibilidades

de mayor productividad. Una preocupación especial, en este sentido, son los comerciantes ambulantes y su relación con el espacio público.

Centro de capacitación fronteriza

Los países de la región como México, Ecuador, Chile, Argentina y Perú, están invirtiendo en la regularización de los comerciantes que laboran en las ciudades fronterizas, siendo prioritario regularizarlo de manera formal a fin de que se despejen las vías públicas. En la década de los noventa se inició un nuevo y renovado sistema de integración subregional en Sudamérica. Ahora se pueden observar nuevas acciones políticas dirigidas a estructurar bases de cooperación e interrelación entre países, como es el caso de UNASUR, donde se buscan nuevas modalidades de cooperación económica y política.

La historia política ha enseñado, a las nuevas generaciones que, el significado de las fronteras es más comunitario que nacional. La integración regional, ha aportado en los espacios fronterizos, donde los gobiernos asumen acuerdos binacionales o bilaterales para el buen vivir de las personas que habitan en las fronteras, “por lo tanto, poner atención a la frontera como espacio y lugar importante para la integración, no es sólo construir nuevas relaciones entre Estado – naciones aún impregnadas por la noción de soberanía territorial, exclusiva y excluyente” (Ramírez S. , 2006). Pág. 14 -15.

El Plan Comunicacional

La comunicación es una actividad inherente que realice una institución, con el propósito de relacionarse, transmitir, tanto interna como externamente, las opiniones, necesidades o logros que busca alcanzar, mediante un previo análisis de las circunstancias del entorno que puede

influir en el proceso como es el cambio de actitud de los comerciantes formales e informales del cantón Huaquillas.

Planificar una estrategia de comunicación, mediante un proceso sistemático, establecido por los elementos que constituirán en el desarrollo de la gestión, esto facilitará el alcance de las alternativas propuestas para alcanzar los objetivos a lograrse.

2.2. Fundamentación histórica

Historia de Huaquillas (Huacas y Cayancas)

Huaquillas es un cantón de la Provincia de El Oro, hace límites con el Perú, haciendo frontera con el río Zarumilla, del cual conecta con el distrito peruano de Aguas verdes, teniendo en ambos lugares un movimiento comercial con la alta presencia de vendedores informales en ambos lados, la moneda de mayor circulación y aceptación es el Dólar estadounidense, que Ecuador lo adopta desde 1999 y el nuevo sol peruano.

Este cantón ha sido escenario de guerras entre Perú y Ecuador, especialmente el 5 de julio de 1941, su fiesta de fundación es el 1 de octubre pero son celebradas el 6 de ese mismo mes.

Su asentamiento poblacional estuvo habitado por los indígenas de las tribus TUMBALES, que fueron los primeros pobladores del lugar, del cual toma el nombre de Huaquillas por la cantidad de huacas que existía en el lugar, siendo un sitio sagrado para ellos o considerado como un cementerio, las zonas de mayor abundancia de entierros era en hualtaco, zarumilla y cayancas, y estaban dispersos en el lugar. Con la conquista de los españoles, las tumbas fueron saqueadas por los objetos de oro que eran enterrados por los aborígenes. De ahí nace la palabra huaqueros, y,

si se le agrega el diminutivo a la palabra, así nace Huaquillas, que tiene una relación directa con Tumbes por historia.

Sus primeros habitantes fueron indígenas que se dedicaban a la alfarería y la industrialización de conchas en cal quemada. El lugar que actualmente acoge a una población de comerciantes, tiene una tradición marítima de la cultura Jambelí; estos desarrollaron intercambios culturales y comerciales con las tribus del norte del actual Perú, que eran los mochicas.

Este territorio perteneció a los padres del poeta guayaquileño José Joaquín de Olmedo, siendo donado a la diócesis de Guayaquil, de manera especial a los padres jesuitas, que quince años después lo vendieron por 5.000 pesos al gobierno del Perú, siendo después subastado al ganadero peruano Feliz Noblecilla.

Componentes demográficos

El cantón no cuenta con un sistema hidrográfico importante, sobresale el canal internacional del río Zarumilla, compartido con el Perú, que sirve de límite natural de la frontera entre los dos países, y que se encuentra a una altura de 1.9 metros sobre el nivel del mar. Es la segunda ciudad oreense con auge y versatilidad comercial, después de Machala.

La actual Huaquillas perteneció por 24 años como territorio del Cantón Arenillas, experimentando un acelerado desarrollo comercial, siendo un motivo esencial para que sus pobladores busquen la cantonización territorial,

Origen del Comercio Mundial

El hombre, desde que toma conciencia de la producción, hace de esta una fuente de riqueza y de trabajo, desde la época primitiva cuando se

produce la división del trabajo, aparecen las clases sociales, representadas por una pirámide esquemática, que explica la clasificación de la sociedad.

El comercio, ha sido entonces una actividad socioeconómica que se genera por el intercambio de bienes materiales, de forma libre; en el momento de realizar una compra o venta del bien y servicio, este puede servir para el uso personal o familiar.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda.

Orígenes del comercio en el mundo antiguo

El origen del comercio se remonta desde finales del Neolítico, cuando el hombre descubre la agricultura, como forma de subsistencia comunitaria, siendo una parte de la población que se dedicaba a este oficio, con la incorporación de la fuerza animal o el uso de las herramientas manuales, se pudo obtener cosechas cada vez más abundantes. Así nace el comercio, favorecido por dos factores:

Cuando eran mayores las cosechas, había un excedente en la comunidad, por lo que no era prioritario que todos los habitantes se dedicaran a la agricultura. La población se dedicó también a especializarse en otros oficios, especialmente la alfarería o la metalurgia.

Con el comercio primitivo, no solo se generó el intercambio de bienes y alimentos, sino que nacen nuevas innovaciones científicas y tecnológicas, como los trabajos hechos en hierro, bronce, la rueda, la navegación, el torno, el urbanismo, la escritura, entre otras.

Con estos intercambios e innovaciones, el comercio fue propicio para las sociedades de la época, donde podían almacenar los productos para el intercambio de una población a otra, especialmente cuando eran por navegaciones; así nacieron las primeras sociedades capitalistas, como hoy la conocemos, junto con las clases sociales.

Trueque

Es el modo de comercializar un producto o un bien, en las antiguas sociedades. Este era el sistema de compra o venta, siendo la transacción comercial la parte principal de la oferta o la demanda. Así nacen los intermediarios, que dieron lugar al nacimiento de la moneda. Este sistema de comercialización era realizado por los Fenicios, que navegaban por todo el mar Mediterráneo.

La moneda

Es un medio de comercialización acordado por una comunidad, para el intercambio de mercaderías y bienes. El dinero es una unidad de cuentas que tiene un valor nominal frente a un bien o servicio. Muchos pueblos en la antigüedad utilizaban ciertos métodos de compras como animales, productos agrícolas, o en América, especialmente en el Sur, era la Concha Spondillus que era el dinero muy apreciado y utilizado por nuestros indígenas; pero en los países civilizados de la antigüedad, el oro fue el medio de mayor aceptación comercial y especie de moneda única.

Edad Media Siglo V d.C – Siglo XV d.C

En este periodo empiezan a surgir importantes rutas comerciales transcontinentales, que intentan suplir la alta demanda europea de bienes y mercancías. Se crean rutas de importación muy frecuentadas. El establecimiento de rutas sirve para reactivar la economía de numerosas

regiones. A finales de la Edad Media, surge la banca como establecimiento monetario que presta una serie de servicios y facilita mucho el comercio.

La era de los descubrimientos Siglo: XV d.C

La búsqueda de nuevas rutas comerciales hacia la India propició el descubrimiento de América, lo que supuso otro importante paso hacia la evolución del comercio, favoreciendo el crecimiento de la banca. Las redes comerciales y de capital europeas se consolidaron con el nuevo flujo de oro proveniente de América del Sur, fortaleciendo el crecimiento de la banca europea y el surgimiento, en ese continente de grandes bancos (como el banco de Ámsterdam, el banco de Suecia, el banco de Inglaterra, etc.).

Comercio Transatlántico Siglo XVII

Las travesías transatlánticas entre Europa y América cobran un papel fundamental en esta época, no solo por el transporte de mercancías sino también por el tráfico de pasajeros. Nueva York se convierte en la capital comercial de Estados Unidos y en una de las principales ciudades del mundo. Las travesías mejoran de forma asombrosa con el paso del barco de vela al barco de vapor, mucho más rápido y seguro.

Innovaciones en el transporte Siglo XIX

Las innovaciones en el transporte revitalizan noblemente el comercio, ya que, con la mejora del transporte de mercancías, estas pueden ser manufacturadas de forma barata a todos los puntos de consumo. Una de las primeras aportaciones de la revolución del transporte fue el ferrocarril, en la primera mitad del siglo XIX. El Transporte fluvial también tuvo mucha importancia en algunos lugares de Europa y América. Por último, el gran

avance lo constituyó la aparición del automóvil, con la construcción sistemática de carreteras.

Globalización Siglo XX – Siglo XXI

Tendencia a la creación de zonas de libre comercio a nivel internacional. La globalización nace como consecuencia de la necesidad de rebajar costos de producción, con el fin de dar la habilidad al productor de ser competitivo en un entorno global. Este proceso económico, tecnológico, social y cultural permite a los distintos países del mundo unificar sus mercados, sociedades y culturas a través de una creciente comunicación e interdependencia.

Era Tecnológica/E-Commerce Siglo XXI

Tendencia a la compra-venta de productos y servicios a través de medios electrónicos e informáticos. La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente, ha crecido de forma extraordinaria en estos últimos tiempos debido a la propagación del Internet y el uso de innovaciones, tales como la transferencia de fondos electrónicamente, el marketing en internet, el intercambio electrónico de datos, etc.

El comercio en Huaquillas

Huaquillas ha mantenido una relación comercial con el Perú, desde sus orígenes, siendo un puente de ingreso comercial de productos peruanos a nuestro territorio, la bonanza comercial de esta ciudad fronteriza comienza de 1953, cuando los primeros comerciantes no llegaban a veinte. Cada año iban aumentando de forma gradual; de modo que para el año de 1958, estaba cuadruplicado el número de comerciantes que se dedicaron a la venta de naranjas, guineos, piñas y productos artesanales.

Entre los años de 1958 y 1968, surge tres factores importantes para nuestra economía como:

- ✓ Se empieza a importar productos peruanos a muy bajo costo.
- ✓ El ingreso de divisas, como dólares y oro, benefician la economía ecuatoriana.
- ✓ Se incrementa el número de comerciantes de 20 a 500, en esta época.

En el año de 1967, se genera una devaluación de la moneda peruana en un 45%, generándose una crisis muy grande en la economía nacional.

Desde sus inicios, el comercio ha sido el pilar principal de la población de Huaquillas, siendo la única forma de vida y fuente de trabajo, careciendo en el lugar de industrias y de tierras fértiles, para la agricultura e irrigación.

Los centros de Capacitación en Huaquillas.

Los centros de capacitación institucionales regentados por una institución pública o privada, contribuyen al desarrollo social, económico y laboral de un sector, cantón, provincia o país,

Acogiendo una declaratoria del Programa de capacitación, antes del servicio de la FAO¹, publicado en el año 2013, se extrae unos párrafos que dicen lo siguiente:

Dada la importancia estratégica del mercadeo, para el desarrollo y el gran número de personas que deben capacitarse para ello, la creación de una entidad especializada para impartir instrucción continua, ha sido el

¹ Depósito de Documentos de la FAO. Producido por: Departamento de Agricultura. Título: Mejora del mercadeo en el mundo en desarrollo...<http://www.fao.org/wairdocs/x5035s/X5035s07.htm>

objetivo de numerosos programas de mejoras. El aprendizaje en mercadeo es necesario en diversos niveles, que se identifican según sigue:

- Altos funcionarios, jefes de servicios, directores de empresas, para quienes es imprescindible la capacitación a nivel universitario;
- Personal de empresas y servicios públicos, en régimen de cooperativas y privados, para quienes se requiere una capacitación comercial y técnica de nivel medio;
- Personal de extensión, agricultores y comerciantes y manipuladores locales; para estos grupos es útil una capacitación y demostración prácticas.
- A menudo es difícil satisfacer todos estos niveles de formación, en el marco de los sistemas tradicionales de educación.

En un artículo de Diario La Hora de Imbabura (Capacitación a comerciantes de mercados, 2013), en una entrevista a Luis Vilca, coordinador del Proyecto Modelo de Gestión Integral de Residuos Sólidos, manifestó que, dentro de los grupos metas del proceso, se encuentran los comerciantes de los diferentes mercados de la urbe.

“Aprovechando la inversión que realiza la Municipalidad en cuanto a obra civil, queremos que el cambio también se genere en los comerciantes con mejoría de actitud, autoestima, entre otros, pero sobre todo en materia de lo que nos compete como el manejo de residuos sólidos, pues, este sector, desecha una importante cantidad de toneladas de despojos, que se aprovechan en el centro de compostaje”. Explicó.

En América Latina el patrón de urbanización ha entrado en un franco proceso de transformación, según Fernando Carrión, (2003):

“... si desde la década del cuarenta, la lógica de la urbanización se dirigió hacia la expansión periférica, en la actualidad lo empieza hacer hacia la ciudad existente, produciendo una mutación en la tradicional tendencia del desarrollo urbano, exógeno y centrífugo, hacia uno endógeno y centrípeta. Desde una perspectiva internacional, de esta manera los Centros Históricos se constituyen en los espacios de mayor impacto de la nueva tendencia del desarrollo urbano, que convoca a nuevos actores e interesados movidos por los valores patrimoniales y de prestigio cultural con que cuentan, y que se mira como ventajas competitivas a los ojos de los inversionistas”.

Con este referente, en algunos países de la región especialmente México ha implementado este sistema de capacitación popular, dirigido a los comerciantes, mediante una campaña comunicacional, aprovechando los recursos de los medios de informaciones masivas y alternativas.

En Huaquillas no existe un estudio técnico fehaciente de cuantos comerciantes, tanto formales como informales, laboran en el cantón.

2.3. Fundamentación legal

La Ley de Comercio, en su título preliminar y sus consiguientes disposiciones, establece en su Art. 1: .- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (TITULO PRELIMINAR), Arts. 4

CODIGO CIVIL (LIBRO I), Arts. 566

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1702, 1736, 1957

LEY DE COMPAÑIAS, Arts. 93, 423

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008, Arts. 307

Art. 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1462, 1463

CODIGO DE COMERCIO, Arts. 35

Jurisprudencia:

Gaceta Judicial, ACTIVIDAD MERCANTIL, 26-mar-1992

Art.3.- 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, mínimo de Treinta mil sucres para la jurisdicción de las Cámaras de Comercio de Quito y Guayaquil; de Ocho mil sucres para Cuenca, Manta y Bahía de Caráquez; y, de Cinco mil sucres para los demás cantones.

Nota:

Texto dado por el inciso primero del Art. 8 de la Ley de Cámaras de Comercio, Ley No. 106, publicada en Registro Oficial 131 de 7 de Marzo de 1969, reformado por Decreto Supremo No. 101, publicado en Registro

Oficial 243 de 9 Febrero de 1973 y por Decreto Supremo No. 814, publicado en Registro Oficial 351 de 18 de Julio de 1973.

Y, en relación al proyecto de entrenamiento para los comerciantes minoristas de Huaquillas, es necesario destacar lo que dispone la Ley Orgánica de Comunicación, en su Sección tercera, que se refiere a la comunicación e información:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz,

verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley.

En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Al igual que la Constitución de la República, se acogerá los siguientes artículos de la Ley Orgánica de Comunicación (LOCOM, 2013) emitida el 25 de junio de aquel año:

.

Ley Orgánica de Comunicación

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos.- Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Art. 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

2.4. Hipótesis y Variables

2.4.1. Hipótesis

Al aplicarse el reordenamiento de los comerciantes del cantón Huaquillas, se mejorará la imagen del sector, y con un programa radial se buscará que los involucrados mejoren su calidad de vida.

2.4.2. Variables

2.4.2.1. Variable Independiente

El comercio informal en el cantón Huaquillas.

2.4.2.2. Variable Dependiente

Mejoramiento de atención al público.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Métodos de investigación.

Para la aplicación de la presente actividad se realizarán visitas a los comerciantes, con los que se llevarán a cabo métodos estratégicos para la aplicación del Desarrollo Comunicacional, en el afán de que las encuestas y entrevistas nos puedan aportar datos reales sobre la necesidad y falencias que existen en el cantón Huaquillas.

De acuerdo al estudio de análisis del presente trabajo se aplicará el método de observación directa con el simple hecho de saber cuáles son las causas de la no regularización, porque la mayor parte de los comerciantes a veces se resisten a tributar o pagar los impuestos fiscales, o que genera el problema de análisis estructural para mejorar la calidad de vida de los involucrados, el mismo que se apoya con un trabajo de campo para el proceso de investigación.

Para la aplicación del método (Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, 2006) clasificamos los siguientes, según las técnicas que utilicen en:

- ✓ **Método analítico:** no estudian el objeto deseado en su totalidad, sino que lo hacen en fracciones más pequeñas, para luego analizar su relación entre sí. Es un método muy utilizado en el mundo de las finanzas.

- ✓ **Inductivo:** en este caso se intenta alcanzar el conocimiento a partir de la generalización de los datos particulares obtenidos. Es decir que, a partir de conocimientos particulares, puedo inducir

conocimientos particulares, que luego podrán ser aplicados a una población mayor.

- ✓ **Sintético:** en este se reúnen datos que no se encuentran organizados, para poder ser comprendidos. Para ello se utiliza una hipótesis, es decir, que se plantea una suposición sobre un determinado hecho u objeto. Para poder explicarlo, los datos obtenidos son organizados y sometidos a pruebas para corroborar o desechar la hipótesis creada.
- ✓ **Deductivo:** este método es considerado el opuesto al método inductivo ya que, a partir de conocimientos generales, se buscan conocimientos particulares. Para ello se busca clasificar elementos determinados. Este tipo de técnicas es muy utilizado en medicina.

El nivel de investigación (Morales, 2010): Este se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio. Así, en función de su nivel, el tipo de investigación puede ser Descriptiva, Exploratoria o Explicativa.

3.2. Investigación Descriptiva:

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

En la ciencia fáctica, la descripción consiste, según Bunge, en responder a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué es? > Correlato.
- ¿Cómo es? > Propiedades.

- ¿Dónde está? > Lugar.
- ¿De qué está hecho? > Composición.
- ¿Cómo están sus partes, si las tiene, interrelacionadas? > Configuración.
- ¿Cuánto? > Cantidad

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

3.3. Investigación Exploratoria:

Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento. Este tipo de investigación, pueden ser:

a) Dirigidos a la formulación más precisa de un problema de investigación, dado que se carece de información suficiente y de conocimiento previo del objeto de estudio , resulta lógico que la formulación inicial del problema sea imprecisa. En este caso, la exploración permitirá obtener nuevo datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación.

b) Conducentes al planteamiento de una hipótesis: cuando se desconoce al objeto de estudio resulta difícil formular hipótesis acerca del mismo. La función de la investigación exploratoria es descubrir las bases y recabar información que permita, como resultado del estudio, la formulación de una hipótesis. Las investigaciones exploratorias son útiles por cuanto sirve para familiarizar al investigador con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido, sirve como base para la posterior realización de una investigación descriptiva, puede crear en otros investigadores el interés por el estudio de un nuevo tema o problema y puede ayudar a precisar un problema o a concluir con la formulación de una hipótesis.

3.4. Investigación Explicativa:

Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación postfacto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

Dentro de la investigación científica, a nivel explicativo, se dan dos elementos:

- ❖ Lo que se quiere explicar: se trata del objeto, hecho o fenómeno que ha de explicarse; es el problema que genera la pregunta que requiere una explicación.

- ❖ Lo que se explica: La explicación se deduce (a modo de una secuencia hipotética deductiva) de un conjunto de premisas, compuesto por leyes, generalizaciones y otros enunciados que expresan regularidades que tienen que acontecer. En este sentido, la explicación es siempre una deducción de una teoría que contiene afirmaciones que explican hechos particulares.

3.5. Tipos de investigación.

Los tipos de investigación que serán utilizados en el proyecto serán de: Investigación Descriptiva – Investigación de Campo.

Según se mencionó, el trabajo se ejecutará sobre hechos reales y sus características fundamentales, además de incluir tipos de herramientas como: Encuestas y Entrevistas.

Con la investigación directa de los fenómenos que son objeto de estudio, se podrá fundamentar las bases de la investigación.

3.6. Software que se utilizará.

El Software que se aplicara es Word, Excell y Power Point, como instrumentos de recolección de datos.

3.7. Población y Muestra.

3.7.1. Población.

Los relacionados con el tema, utilizan la palabra población para referirse no sólo a personas, sino a todos los elementos que han sido escogidos para su estudio.

“Población es el conjunto de individuos de los que se quiere obtener una información.”

La población que se va a tomar en consideración para este trabajo de investigación, serán los habitantes del cantón Huaquillas

3.7.2. Muestra.

Los relacionados con el tema emplean la palabra muestra para describir una porción escogida de la población.

“Muestreo es el número de elementos de la población, que se van a estudiar.”

Fórmula para determinar el muestreo.

$$n = \frac{P.Q.N}{(N-1)E^2 / K^2 + P.Q}$$

N= Tamaño de la Población	72 personas
P= Constante de la varianza poblacional	(0.25)
E= Error de estimación	6%
n= Tamaño de la muestra	244
K= Coeficiente de corrección del error	2

Tamaño de la muestra en hombres

$$P = (0.25)$$

$$N = (72)$$

$$E = (6\%)$$

$$K = (2)$$

$$n = (57)$$

$$\begin{aligned} & 0.25 * 72 \\ n = & \frac{\quad}{\quad} \\ & (72 - 1) 0.06^2 / 2^2 + 0.25 \\ & 18 \\ n = & \frac{\quad}{\quad} \\ & (71) 0.036 / 4 + 0.25 \\ & 18 \\ n = & \frac{\quad}{\quad} \\ & (71) (0.009) + 0.25 \\ & 18 \\ n = & \frac{\quad}{\quad} \\ & 0.0639 + 0.25 \\ & 18 \\ n = & \frac{\quad}{\quad} \\ & 0.3139 \\ n = & 57 \end{aligned}$$

De una población de 72 comerciantes varones, se obtuvo la muestra de 57 de ellos, a quienes se les realizará la encuesta.

Tamaño de muestra en mujeres

$n = \frac{0.25 * 69}{(69 - 1) \frac{0.06^2}{2 * 2} + 0.25}$	P = (0.25) N = (69) E = (6%) K = (2) n = (55)
$n = \frac{17}{(68) \frac{0.036}{4} + 0.25}$	
$n = \frac{17}{(68) (0.009) + 0.25}$	
$n = \frac{17}{0.0612 + 0.25}$	
$n = \frac{17}{0.3112}$	
n = 55	

De una población de 69 mujeres, se obtuvo la muestra de 55 mujeres, a quienes se les realizará la encuesta.

Dándose un total de 112 personas a encuestar.

3.8. Técnicas utilizadas en la investigación

Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga.

La técnica a utilizar en este proyecto es:

La encuesta.

La encuesta está destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

3.9. Instrumentos

Los instrumentos serán las herramientas que se utilizarán para la recolección de la información.

Los instrumentos a utilizarse, serán:

- ❖ la ficha de observación;
- ❖ el cuaderno de notas;
- ❖ la cámara fotográfica; y,
- ❖ la grabadora.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4. Análisis de los datos

Para la aplicación del análisis de datos se procedió a realizar la encuesta a los comerciantes informales del cantón Huaquillas, perteneciente a la provincia de El Oro, dándose los siguientes resultados:

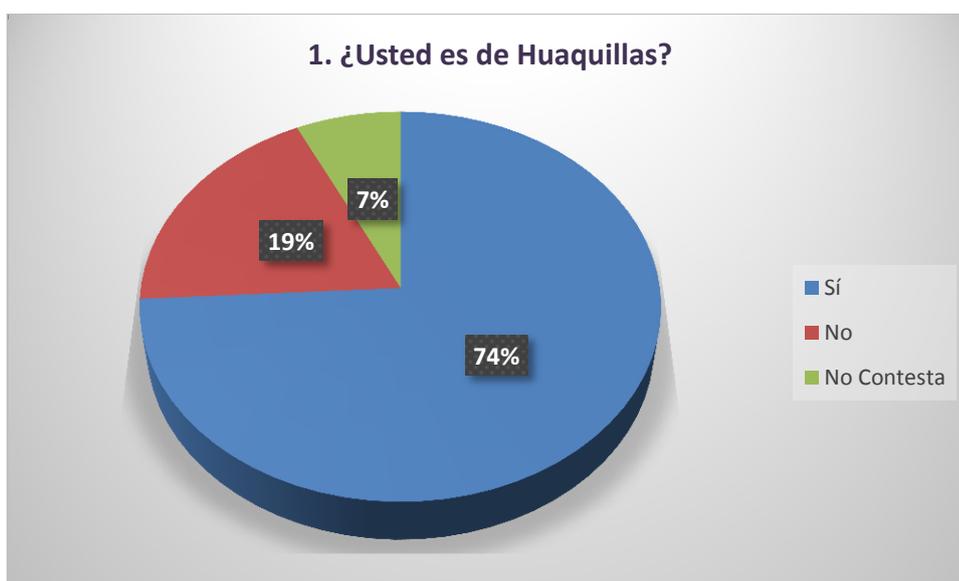
Cuadro No.1: Pregunta No. 1

Respuesta	Total	Porcentaje
Sí	83	74%
No	21	19%
No Contesta	8	7%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 1: Pregunta 1



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

En esta pregunta se verifica que el 74%, sí viven en Huaquillas; el 19%, son de otros lugares y, el 7%, no contesta.

Cuadro No. 2: Pregunta No. 2

Respuestas	Total	Porcentaje
Siempre	98	87%
Casi siempre	6	5%
Muchas veces	4	4%
Muy pocas veces	2	2%
Nunca	2	2%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 2: Pregunta 2



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

El 87%, sí están satisfechos con la actividad que hacen; el 5%, casi siempre; pero acogen esta actividad porque no tienen otra fuente laboral, el 4% muchas veces están satisfechos, el 2% pocas veces y, el 2%, nunca, pero lo tienen porque no encuentran fuente de trabajo.

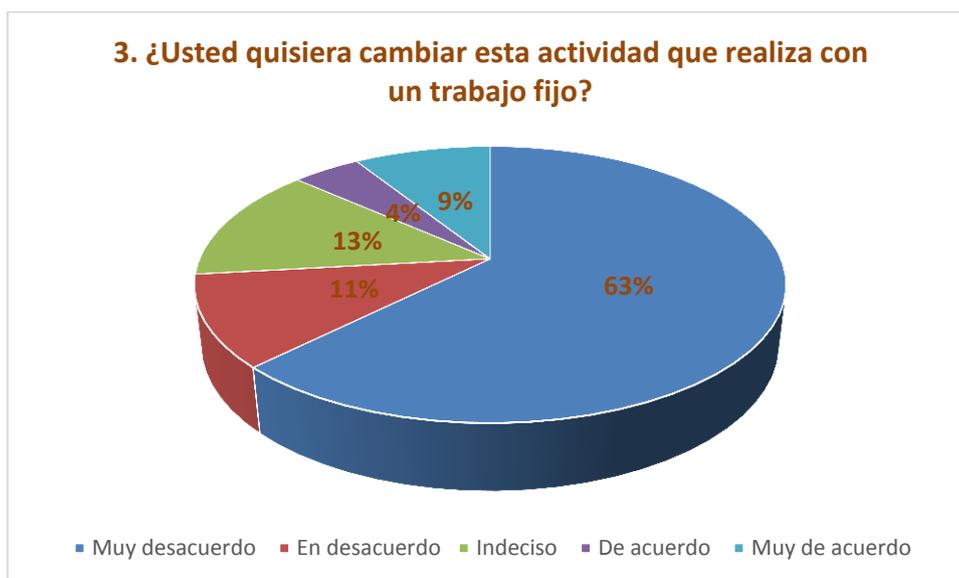
Cuadro No. 3: Pregunta No. 3

Pregunta	Total	Porcentaje
Muy en desacuerdo	70	63%
En desacuerdo	12	11%
Indeciso	15	13%
De acuerdo	5	4%
Muy de acuerdo	10	9%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 3: Pregunta 3



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

El mayor porcentaje de los encuestados opinan que están Muy en desacuerdo en cambiar de trabajo, el mismo refiere porque es difícil para la mayoría de ellos en realizar un trabajo fijo porque no están acostumbrados a recibir sueldos mensuales.

Cuadro No. 4: Pregunta No. 4

Pregunta	Total	Porcentaje
Siempre	96	86%
Casi siempre	2	2%
Muchas veces	14	12%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 4: Pregunta 4



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

El 86% de los encuestados están conscientes de que ellos obstaculizan las calles para laborar; el 12% no contestan y el 2% manifiestan que No obstaculizan; que es un derecho laboral para ellos.

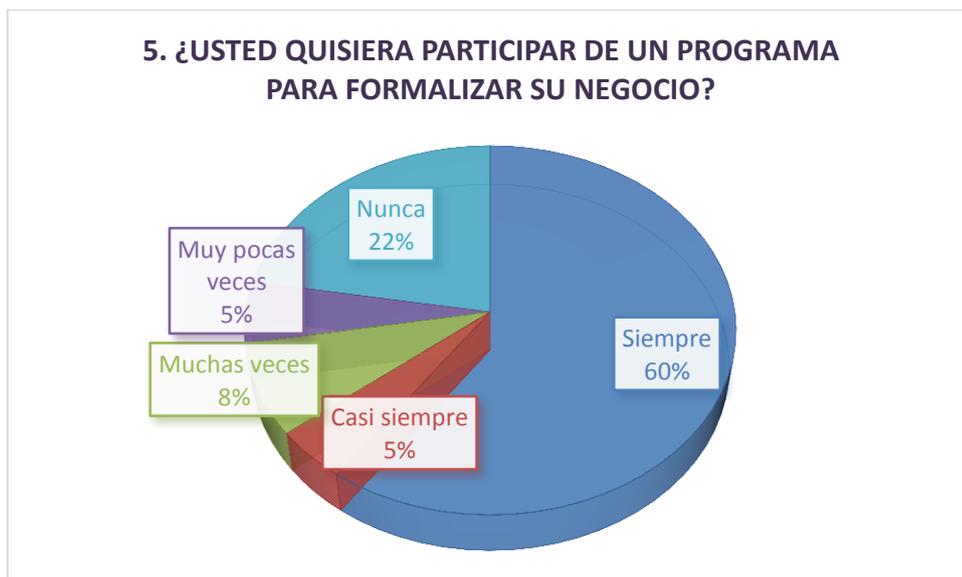
Cuadro No. 5: Pregunta No. 5

Pregunta	Total	Porcentaje
Siempre	67	60%
Casi siempre	5	5%
Muchas veces	9	8%
Muy pocas veces	6	5%
Nunca	25	22%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 5: Pregunta 5



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

En esta pregunta, al 60% le gustaría participar en un programa de formalización comercial, para mejorar la imagen de su negocio; el 22% nunca lo harían contestaron.

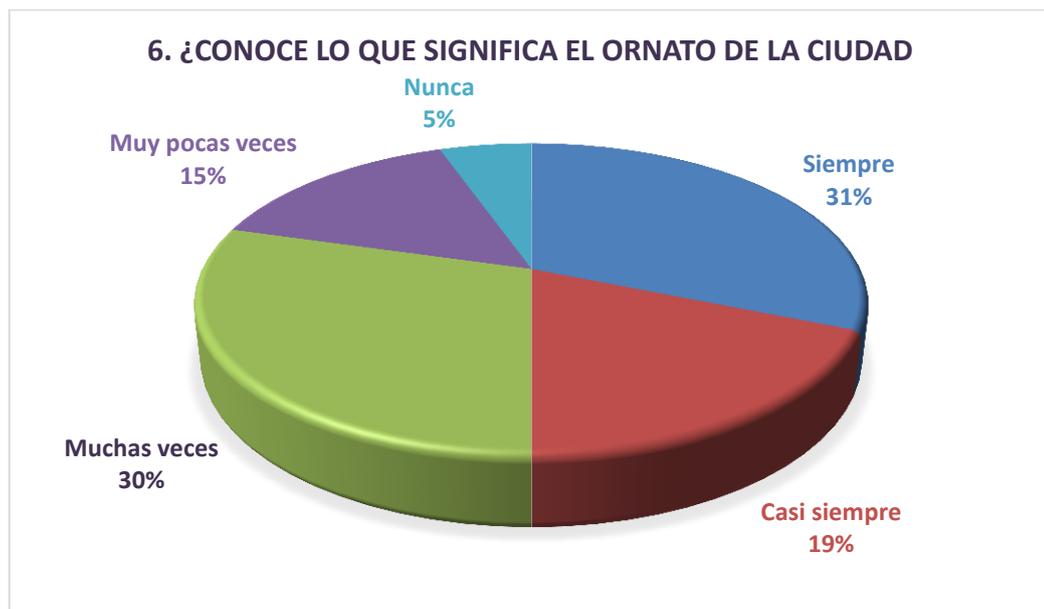
Cuadro No. 6: Pregunta No. 6

Pregunta	Total	Porcentaje
Siempre	35	31%
Casi siempre	21	19%
Muchas veces	33	30%
Muy pocas veces	17	15%
Nunca	6	5%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 6: Pregunta 6



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

El 5% NO saben lo que significa Ornato de la ciudad; mientras que el 30%, Sí saben lo que es y el, 31%, siempre están pendientes del ornato de la ciudad.

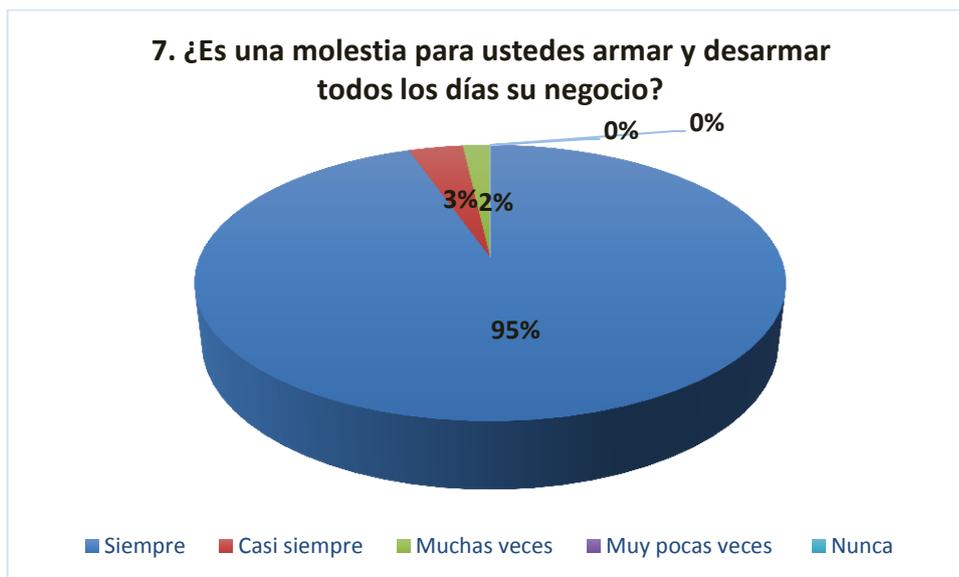
Cuadro No. 7: Pregunta No. 7

Pregunta	Total	Porcentaje
Siempre	106	95%
Casi siempre	4	3%
Muchas veces	2	2%
Muy pocas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 7: Pregunta 7



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Para el 95% Sí es una molestia armar y desarmar sus negocios todos los días, por carecer de lugar fijo; al 3%, NO les molesta ya que están acostumbrados y, el 2%, no contestan a esta pregunta.

Cuadro No. 8: Pregunta No. 8

Pregunta	Total	Porcentaje
Muy en desacuerdo	112	100%
En desacuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
De acuerdo	0	0%
Muy de acuerdo	0	0%
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 8: Pregunta 8



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

El 100% consideran que el municipio debe implementar un programa de apoyo a las actividades que realizan los comerciantes informales, y que los reubiquen para así despejar las vías.

Cuadro No. 9: Pregunta No. 9

Pregunta	Total	Porcentaje
Siempre	16	
Casi siempre	96	
Muchas veces	0	
Muy pocas veces	0	
Nunca	0	
Total	112	100%

Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

Gráfico No. 9: Pregunta 9



Elaborado por: Cristina Suquilanda

Fuente: Encuestas

El 86% creen que es mucha la importancia de que el aseo y belleza del cantón, sean parte fundamental de las autoridades, de la población y, en especial, de todos los comerciantes.

4.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

La encuesta a los comerciantes informales determinó la preocupación que existe entre estos vendedores, que deterioran el ambiente donde se ubican, en la vía pública; y la conciencia que tienen en el sentido que, efectivamente, son un problema para la ciudad de Huaquillas, que requiere pronta solución. También se mostraron partidarios de la necesidad de un programa que los apoye, no solo en la formación para el buen trato a los clientes, sino en la regularización de sus actividades, para ir a la formalización como comerciantes. Por ello, en unas de las preguntas, el 100% respondió que el Municipio, debe organizar cursos y plantear un programa o una solución, como destinar un área donde ubicarlos, para así permitir el desarrollo de los sitios donde se localizan diariamente, aunque la encuesta fijó, que una mayoría significativa de ellos, desconocen lo que es el ornato y la belleza de las ciudades.

La comprensión de los vendedores, según la encuesta, obedece al trabajo diario que tienen de armar y desarmar sus puestos de ventas, esto, ellos consideran, que si se los localiza en una zona determinada, ya no tendrán esa tarea. Advirtiéndoles que es la falta de trabajo lo que los conduce a ese tipo de actividad informal, que les gustaría conseguir empleo, en otras actividades.

ENTREVISTAS

Entrevistas realizadas al Presidente de la Cámara de Comercio de Huaquillas, Vinicio Quezada, y al comerciante de ese cantón, Patricio Moreno.

La entrevistas al señor Vinicio Quezada, titular de la Cámara de Comercio, tuvo el objetivo de indagar las políticas orientadas al manejo y mejora del sistema del comercio informal de Huaquillas y, de la otra versión, con el diálogo con el comerciante Patricio Moreno, cómo perciben el problema los comerciantes formales.

El Presidente de la Cámara de Comercio de Huaquillas, Vinicio Quezada, explicaba en nuestro interrogatorio:

1.- ¿En qué medida los comerciantes informales que ocupan las calles afectan el ornato de la ciudad?

El ornato de la ciudad se ve afectado, en más de un 80%, por la ocupación de los espacios públicos de los comerciantes, que se encuentran ubicados a lo largo y ancho de la avenida Machala, Avenida de la República y José Mendoza; es un problema que no se lo ha podido solucionar y, que el municipio tiene la obligación de aplicar el ordenamiento territorial y lo que establece el COTAC, sin embargo, también estamos conscientes de que es un problema social y, que, antes de poder realizar tal ordenamiento o la reubicación de estos comerciantes tiene que dárseles la alternativa de trabajo digno y honesto.

2.- ¿Usted considera correcto la competencia entre los comerciantes formales y los informales que tienen su establecimiento comercial?

Los comerciantes establecidos a través de un local pagan arriendos, pagan los diferentes impuestos al Estado; adicionalmente, generan por lo

menos una plaza de trabajo, para un dependiente o ayudante de almacén. Los comerciantes que se encuentran ubicados en la avenida de la República, pagan 25 centavos diarios por el uso de la vía pública; pagan dos dólares al día, por abrir y guardar sus puestos y, por lo general, no tributan al Estado; entonces, podríamos fácilmente deducir que existe una competencia desleal entre los comerciantes ubicados en las calles y los comerciantes establecidos en un local comercial.

3.- ¿Los comerciantes informales pagan impuestos al igual que los formales?

No, no pagan impuesto alguno. Trabajan a través del sistema del Rise, y otros. No constan en ninguna base de datos, por lo tanto, es nulo el aporte al Estado a través de la tributación, no así, los comerciantes establecidos en almacenes, que son objeto incluso de sanciones por parte del Servicio de Rentas Internas, al no emitir las facturas correspondientes, por lo que la mayoría, por lo menos, un 90% de los comerciantes establecidos, está bajo el sistema del Registro Único del Contribuyentes y tributando al Estado.

4.- ¿Qué se puede hacer para formalizar a los comerciantes informales de Huaquillas?

Lo que se debe hacer, primero, es concientizarlos, que la única manera para que ellos puedan desarrollar sus fuentes de trabajo a través de la formalización, a través de la regularización y, a través de una visión y de una proyección; que su objetivo no sea toda la vida estar en las calles, que su objetivo sea crecer e instalarse en un negocio propio, a través de un local establecido; esto, básicamente, se lo lograría a través de capacitaciones, a través de conferencias, charlas, acciones sociales, que tenga que trabajarse directamente con ellos.

5.- ¿El municipio qué está haciendo para solucionar el problema en los comerciantes informales?

De momento tengo conocimiento que el municipio se apresta a presentar dos proyectos al gobierno nacional; que ya se está trabajando, de hecho, con el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, MIDUVI, y con la participación del Ministerio Coordinador de Seguridad Interna y Externa. El uno para la construcción de un gran centro comercial binacional, apostado en la margen izquierda del puente internacional, que dará cabida a un gran número de comerciantes informales o comerciantes apostados en las calles de Huaquillas y, el otro, un proyecto de un centro de transferencias binacionales, apostado a la margen derecha del puente internacional, a la altura de Poza Honda, que dará cabida a muchos comerciantes informales, especialmente de productos perecibles, como frutas, granos y productos hidrobiológicos.

Entrevista realizada al Sr. Patricio Moreno, comerciante formal en Huaquillas

1.- ¿En qué medida los comerciantes informales que ocupan las calles afectan el ornato de la ciudad?

Es un tema muy importante tratar esta situación de los comerciantes informales por cuanto es conocido por todos nosotros que Huaquillas es una ciudad que es la entrada principal de la patria ecuatoriana de nuestro querido Ecuador, y entonces qué pasaría si vienen turistas de otros países y se topan con que la entrada del país es un desorden porque están ocupando la vía principal, la Panamericana está ocupada por comerciantes informales y, esto, pues, daría un mal aspecto a todos los que vienen de otros lugares a conocer nuestro País.

2.- ¿Usted considera correcto la competencia entre los comerciantes formales y los informales que tienen su establecimiento comercial?

Yo creo que es incorrecto por cuanto los que estamos formalizados tenemos que pagar ciertos tributos que nos ha impuesto el gobierno nacional y tenemos que cumplir nosotros todas esas tributaciones, lo que el comercio informal no lo hace y es una desventaja para los que estamos formalizados, porque tenemos que incrementar los precios inclusive de los productos mientras que el informal que no paga arriendo, que no tributa, ellos pueden vender a menores costos, es ahí donde hay una desigualdad entre el comercio formal e informal.

3.- ¿Los comerciantes informales pagan impuestos al igual que los formales?

Al hablar de informalidad estamos hablando de que no estamos pagando impuestos, ellos tienen muchas ventajas en comparación con las desventajas que tenemos los que estamos acogidos al régimen del Servicio de Rentas Internas que nos cobran el IVA, Impuesto a la Renta, los Anticipos y tantos impuestos más, Consumos Especiales, con todo eso, nosotros estamos en desventaja.

4.- ¿Qué se puede hacer para formalizar a los comerciantes informales de Huaquillas?

Yo creo que es un tema importantísimo porque hay que formalizarlos de cualquier manera, para que la competencia no sea desleal; hay que formalizarlos a todos y yo creo que el camino más viable sería de crear un centro comercial donde se los acoja a todos los comerciantes informales que está en la vía pública y formalizarlos. El Servicio de Rentas Internas, debe aplicar los medios y, la forma de formalizar a todos los

comerciantes empezando con el RISE, que una vez que ellos saquen un RISE, entonces ya empieza el camino para la formalización de estos comerciantes informales y sería beneficioso para el país porque incrementaría más los impuestos que necesita para salir adelante.

5.- ¿El municipio que está haciendo para solucionar el problema en los comerciantes informales?

Nos hemos dado cuenta que quieren dejar a un lado. Cuando uno les toca el tema, esto es algo que al parecer no les conviene, porque hay un gran número de comerciantes informales en la avenida principal que al reubicarlos ellos harían una protesta tan grande que prácticamente desequilibraría un poco el régimen del gobierno municipal, y no solo eso, sino que las autoridades municipales no tratan el tema porque al querer reubicarlos a los comerciantes informales en otro lugar ellos estarían perdiendo una gran cantidad de votos, porque ellos abarcan sus familiares, parientes cercanos que votaron por equis candidato y al reubicarlos, estarían perdiendo una gran cantidad de votos que favorecerían en las próximas elecciones al nuevo candidato.

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Para los efectos de obtener una visión más amplia respecto a la problemática originadas por la actividad de los comerciantes minoristas, en el centro de Huaquillas, se llevaron a cabo diálogos tanto con el Presidente de la Cámara de Comercio de Huaquillas, señor Patricio Moreno, así como con el comerciante formal Vinicio Quezada, quien es propietario de un almacén en ese cantón.

El Presidente de la Cámara de Comercio, así como el señor Quezada, coincidieron, en señalar que efectivamente los vendedores informales afectan el ornato de la ciudad particularmente donde se asientan

diariamente para sus ventas como son las avenidas Machala, la República y, José Mendoza. Explicaron que el Municipio tiene la obligación de reubicarlos para mejorar el aspecto urbanístico aunque reconocieron que se trata de un problema social- electoral. Destacando que el número de expendedores que se instalan en las, calles es bastante alto, y si se suman a los familiares de ellos, dan un grupo importante que podría incidir en las elecciones próximas, por los que el Alcalde no se atreve a tomar una decisión definitiva al respecto, por esa consideración electoralista.

Así mismo, anotaron que los vendedores informales le hacen una competencia desleal a los almacenes, dado que los dueños de esos locales pagan impuestos al Estado, por lo que tienen que sacar los costos en los artículos que expenden, lo que aumenta el precio, mientras que los informales no cancelan nada, solo, el RISE, algunos informales.

Y en cuanto a posibles soluciones, indicaron que el Gobierno, conjuntamente con la municipalidad tienen planificado la construcción de dos centros comerciales, para reubicar, en esos sitios a los informales, pero que es necesario dictarles charlas para que cooperen, dado que todo comerciante quiere crecer, tener su propio local y esa idea de los centros comerciales, es ideal para la superación de los vendedores informales.

CAPÍTULO V PROPUESTA

CREACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL RADIAL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DE COMERCIANTES INFORMALES

5. Introducción

Huaquillas ciudad fronteriza del Ecuador perteneciente a la provincia de El Oro, es considerada la puerta de acceso al país de los ciudadanos que provienen del sur de la región andina y de los países del Mercosur; esto ha motivado que exista un desorden comercial en el cantón. Los comerciantes informales del sector central de la ciudad, no han tenido capacitaciones ni regularización por parte de las autoridades de turno, especialmente del Gobierno Autónomo Municipal de Huaquillas.

Esto despierta el interés de regularizarlos, mediante la aplicación de un plan comunicacional a través de la radio, no solo por ser un medio más económico, sino por su amplia cobertura y mayor difusión, recepción y acogida por los comerciantes, especialmente la radio, siendo la escogida ONDA SUR, para la aplicación de la propuesta que se enfoque a continuación.

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivos Generales

Aplicar un plan comunicacional para la regularización de los comerciantes informales del cantón Huaquillas, con el propósito de que ellos sepan capacitarse, y brindar no solo una imagen positiva del centro, sino un

espacio digno de trabajo para mejorar el buen vivir de los ciudadanos dedicados al comercio informal.

5.1.2. Objetivos específicos

- Brindar capacitaciones constantes a los comerciantes, como Atención y Servicio al cliente, Calidad de servicio, regularización municipal, imagen de competitividad, entre otras.
- Regularizar a los comerciantes en un lugar determinado para que no obstruyan la vía pública y se genere una mejor imagen del cantón Huaquillas.
- Desarrollar un censo de comerciantes, tanto formales como informales, para saber cuántos comerciantes se integran al comercio informal cada año.

5.2. Contenido de la propuesta

Para la aplicación de la propuesta, se debe crear un programa radial para mejorar el servicio de atención al cliente, por parte de los comerciantes informales del cantón Huaquillas, a través de Radio Génesis de Huaquillas.

La comunidad es la verdadera identidad democrática de la sociedad, esta requiere de canales de comunicación abiertos entre los habitantes de un lugar determinado. Día a día el mercado informal toma mayor fuerza dentro del escenario natural por el intercambio diario entre vendedores y compradores, generándose la transacción comercial; pero esto carece de canales confiables entre el público en general y la comunidad política.

Huaquillas, ciudad fronteriza del Ecuador, tiene la urgencia de regularizar a los comerciantes informales, como también hacerlos participar en los debates sociales y políticos del cantón, donde ellos puedan expresar sus propuestas e ideas, siendo el medio oficial un espacio radial en Radio Gènesis, una radio de amplia acogida en el sector y de mayor frecuencia comunicacional.

Como respuesta a esta necesidad imperiosa, se propone desarrollar un programa radial para promover el desarrollo emprendedor, social y especialmente cultural, hacia los comerciantes informales de Huaquillas, cuyo contenido será involucrarlos mediante capacitaciones radiales sobre Servicio y Atención al Cliente, mejoramiento de negocio, etc.

El programa se llamará “Formando emprendedores”, el mismo que será difundido una vez por semana a través de Radio Gènesis de Huaquillas, siendo transmitido en vivo, con el propósito de involucrar a los vendedores informales como el principal público del programa. Siendo un espacio creativo, participativo de comunicación de masas para los comerciantes, tanto formal como informales, donde harán eco de su voz como luchadores y forjadores de la economía popular del cantón.

5.3. Estructura y antecedentes de “Formando emprendedores”.

El centro del cantón Huaquillas es el lugar de trabajo de miles de comerciantes ambulantes, artesanos y pequeños productores. Muchos de ellos se encuentran en grupos grandes llamados conglomerados, ofreciendo una gama completa de productos y servicios al público en general. Aunque muchos comerciantes informales no aceptan la regularización y, especialmente, la formalidad laboral, se busca en que ellos puedan tener la oportunidad de comunicar y compartir ideas y propuestas, a través de la organización social de sus bases, con el fin de

que ellos sepan regularizarse y presenten un enfoque positivo, no solo en las vías públicas del centro del cantón, sino de todo el territorio cantonal.

Se ve la necesidad crítica de crear un espacio de reflexión, en un formato de medio de comunicación en masa, entre pequeños comerciantes, productores, y artesanos, para difundir información sobre sus productos y servicios, como también sus logros y propuestas para el desarrollo económico local.

Los temas centrales del programa incluyen orientación práctica en administración empresarial; procesos de desarrollo económicos locales; fortalecimiento de las organizaciones y capacidad de liderazgo; promoción de los productos y servicios ofrecidos por comerciantes, productores y asociaciones de carpinteros; normas legales relevantes; asistencia médica preventiva; y entretenimiento musical.

El contenido del programa también proporcionará un espacio para el intercambio de información entre los comerciantes, con el objetivo de fortalecer las organizaciones de los trabajadores e integrarlos en discusiones públicas en cuanto al desarrollo económico local.

Una forma de dar presencia a las organizaciones es informando a los oyentes sobre sus proyectos, actividades y esfuerzos para contribuir al desarrollo local. Además, el programa difunde información sobre diversas iniciativas de desarrollo económico local e informa sobre estos temas de interés local, para que pueden ser colocados en las agendas de las organizaciones de los trabajadores. A través de estos métodos, la información fluye de las organizaciones de los trabajadores hacia la comunidad local y viceversa.

5.4. Desarrollo del programa

Emisora: Radio Génesis 107.5 FM

Línea ideológica: Educativa y Comunitaria.

Estilo: Interactivo, Innovador.

Perfil de la audiencia: Público en general, especialmente comerciantes del cantón Huaquillas.

Segmentación geográfica: Zona urbana y zona rural de la Provincia del Oro.

Segmentación demográfica: Comerciantes, profesionales, amas de casas, estudiantes de clase media y baja

Segmentación psicográfica: Información relacionada con los sectores urbanos (casco comercial) y rurales de la provincia del El Oro.

5.1.1. Marco Temporal

Nombre: “Formando Emprendedores”

Tramo horario: 08h00 a 09h00 am

Día de la semana: fin de semana Domingo

Periodicidad: semanal

Tiempo de emisión: 1 hora

Justificación: El programa radial “Formando Emprendedores” se difundirá a través de radio Génesis 107.5 FM, de la ciudad de Huaquillas, donde se incluirá orientación práctica en administración empresarial; procesos de desarrollo económicos locales; fortalecimiento de las organizaciones y capacidad de liderazgo; promoción de los productos y servicios ofrecidos por comerciantes, productores y asociaciones de carpinteros; normas legales relevantes; asistencia médica preventiva; y entretenimiento musical.

5.1.2. Definición del Tipo de Programa:

Según la periodicidad: El programa será seriado es decir tendrá un horario y un día invariable de emisión.

Según el contenido: Será un programa dirigido a los comerciantes, es decir será general.

Según el género: Es un programa de Educación y Comercio.

Temática: orientación práctica en administración empresarial; procesos de desarrollo económicos locales; fortalecimiento de las organizaciones y capacidad de liderazgo; promoción de los productos y servicios ofrecidos por comerciantes, productores y asociaciones de carpinteros; normas legales relevantes; asistencia médica preventiva; y entretenimiento musical.

5.1.3. Segmentos Del Programa:

Cada segmento del programa se lo hará de acuerdo al tema principal del mismo, cumpliéndose su objetivo y su justificación, el mismo que se desarrollara con segmentos fijos y rotativos.

Fijos: Tema del día de acuerdo al interés del público.

Personificación: Formando Emprendedores

Música: 2. Air On The G String, J.S. Bach - Orchestral Suite No.3 in D major.

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

REFLEXIONES

NOTICIAS (Informando)

ENTREVISTAS (Personaje del día)

EDUCACION DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN

NOTICIAS (Informando)

SEGMENTO DE OPINIÓN (Cuéntame)

5.2. Esquema del programa radiofónico.

Para la aplicación de la radio se realizará como esquema mediante el siguiente guión:

Guión de entrada del programa:

	Texto	T
Control	Cd. 1: 2. Air On The G String, J.S. Bach - Orchestral Suite No.3 in D major., Sube, baja se mantiene	05 seg
Locutor 1	Formando Emprendedores un espacio para aprender, con la conducción de Cristina Suquilanda aquí en radio Génesis 107.5 FM. Formando Emprendedores.	15 seg
Control	Cd. 1: 2. Air On The G String, J.S. Bach - Orchestral Suite No.3 in D major, Sube, baja y desaparece.	05 seg

Guión de salida del programa:

	Texto	T
Control	Cd. 1: 2. Air On The G String, J.S. Bach - Orchestral Suite No.3 in D major, Sube, baja se mantiene.	05 seg
Locutor 1	Hemos presentados Formando Emprendedores, tu espacio para aprender, con la conducción Cristina Suquilanda aquí en radio Génesis 107.5 FM. Formando Emprendedores.	17 seg
Control	Cd. 1: 2. Air On The G String, J.S. Bach - Orchestral Suite No.3 in D major, Sube, baja y desaparece.	05 seg

Guión

Programa **Formando Emprendedores**
Duración **60 minutos**
Referencia **Revista Radial**
Conductores **Cristina Suquilanda**
Realizadores **Cristina Suquilanda**

	Texto	T
Control	Intro presentación del programa, subes, baja se mantiene y desaparece	25 seg
Locutor 1	Hola, Muy buenos días amigos radioescuchas, le saluda Cristina Suquilanda, bienvenidos a su Primer programa de contenido comercial y administrativo “Formando Emprendedores”.	10 seg
Control	Efecto de Formando Emprendedores.	5 seg
Locutor 1	Sin más preámbulo empecemos con los temas que tenemos para hoy son: El fortalecimiento de las organizaciones y capacidad de liderazgo; las normas legales relevantes en el comercio ecuatoriano.	15 seg
Locutor 1	Como invitado especial tenemos Presidente de la Cámara de Comercio de Huaquillas, Vinicio Quezada, que hablará sobre el comercio informal en nuestro loable cantón.	10 seg
Locutor 1	Pero ante que todo vamos a un momento de reflexión.	5 seg
Control	Cd. 2 Los valsos más hermosos del mundo III, Track 8: Donauwelle, Sube, baja desaparece.	10 seg
Locutor 1	Hemos reflexionado la frase Pero vamos a escuchar a los oyentes sobre este tema.	05 seg
Control	Sonido del teléfono, Sube, baja desaparece.	05 seg
Locutor 1	Hola con quien tengo el gusto	
Radioescucha	Hola me llamo	10 seg

Locutor 1	Denos su opinión acerca de la reflexión .	20 seg
radioescucha	Mi opinión es	20 seg
Locutor 1	Muchas gracias Ahora vamosnos a nuestro primer corte publicitario.	20 seg
Control	Cd. 3 publicidades de los auspiciantes, Sube, baja desaparece.	180 seg
Locutor 1	Hemos regresado. Continuando con nuestro programa tenemos la visita del Presidente de la Cámara de Comercio de Huaquillas, Vinicio Quezada, que hablará sobre el comercio informal en nuestro loable cantón.	20 seg

Continúa con el programa, modelo de cierre del mismo.

Control	Regreso de espacio publicitario	5 min
Locutor 1	Bueno ya llego el tiempo de culminar este espacio radial, del que hemos compartido temas muy importantes para la comunidad en general. Ha sido fructífero y a la vez educativo los temas que se han tratado en este espacio del cual la gente ha podido participar y opinar.	15 seg
Locutor 1	Me despido de ustedes querido amigos radioescuchas, hasta la próxima semana, se despide de usted su amiga Cristina Suqilanda.	10 seg
Control	Cd. 4: Salida del programa, sube, baja y desaparece.	25 seg.

5.5. Presupuesto

Preliminarmente se han calculado de forma anual los recursos mínimos necesarios para la implementación del plan, el mismo que asciende a USD. \$ 67,600.00, distribuidos de acuerdo con el detalle siguiente:

Actividad	Porcentaje
Contratación Personal de coordinación: Coordinador técnico y asistente	30,000
Viajes + gastos de viaje a nivel nacional	8,600
Material de divulgación: copias, impresos, etc.	14,000
Promoción: Dípticos, videos, carpetas, otros materiales de promoción	10,000
Equipo de cómputo, fotografía, multimedia.	5,000
Total	67.600

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La radio es un espacio de masas, donde el oyente escucha de forma atenta, en relación con la televisión. Esto ayuda a que las personas estén conectadas constantemente con el mundo y la realidad en que vivimos.

Una de los enfoques de la propuesta es involucrar a los comerciantes en el desarrollo social, productivo, educativo y económico del cantón Huaquillas, lo que permite que ellos sean partícipes de los cambios socio comunicacionales que se busca ejercer en esta ciudad fronteriza del sur del Ecuador.

Recomendaciones

Involucrar a los comerciantes en el desarrollo socioeconómico del cantón Huaquillas, con el objetivo de regularizarlos de manera formal.

Se tiene que construir, mediante propuestas convincentes, para el aprendizaje de los comerciantes informales, a través de la radio como medio alternativo de comunicación de masas.

Inducir a las autoridades del cantón Huaquillas que se debe elaborar programas de mejora social y económica, con el propósito de regularizar a todos los comerciantes del centro de la urbe, como también despejar las vías de comunicación y así evitar los congestionamientos de tránsito en el lugar.

Bibliografía

- Andrade, X. (2005). En Regeneración y revitalización urbana en las Américas: Hacia un Estado estable. En *Guayaquil: renovación urbana y aniquilación del espacio público* (pág. 12). Quito: FLACSO.
- Anónimo. (06 de Diciembre de 2010). Huaquillas cambia en las noches. *Diario El Comercio*, pág. 10.
- Campoverde, J. (04 de Enero de 2014). Crear un Zoteh. *El Universo*, pág. País.
- Capacitación a comerciantes de mercados. (28 de Agosto de 2013). *Diario La Hora*, págs. N/I.
http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101554976/-1/Capacitaci%C3%B3n_a_comerciantes_de_mercados.html#.U7S3uECUUbA.
- Carrion, F. (2003). Balance del Proyecto de Sostenibilidad social del Centro Historico de Quito. *FLACO, Revista*, 9.
- CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). Tercera Seccion. Comunicacion e informacion. En *CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR* (págs. 16- 18). Montecristi. Manabi: Registro Oficial.
- Gherzi, e. (2010). *LA ECONOMIA INFORMAL EN AMERICA LATINA*. Recuperado el Septiembre de 2014, de Cato Journal", vol. 7, no. 1: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xZHBHx2XGdoJ:www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/LA%2520Econom%25C3%25ADa%2520Informal%2520en%2520Am%25C3%25A9rica%2520Latina.doc+&cd=5&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. (2006). Clasificacion de los metodos. En *Metodología de la investigación* (pág. 26). Bogota Colombia: Mc Graw Hill .
- Herrera, D. S. (2005). *PERMITE SATISFACER LAS NECESIDADES COMUNICATIVAS DE LA AUDIENCIA*. Recuperado el 03 de

septiembre de 2014, de VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA EN LOS PROGRAMAS DE RADIO:

http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/5966/1/N%C2%BAIII_pp123_142.pdf

LOCOM. (2013). TÍTULO I Disposiciones preliminares y definiciones. En *Ley Orgánica de Comunicación* (págs. 3 -9). Quito. Ecuador : Registro Oficial 22.

Macas, F. (04 de Enero de 2008). Los productos de Perú llegan a Huaquillas sin pasar la Aduana. *El Universo*, pág. 12.

Morales, F. (16 de Septiembre de 2010). *Tipos de investigación* . Recuperado el Junio de 2014, de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

OIT, & CEPAL. (15 de Octubre de 2014). *Desempleo podría caer hasta 6,0% en América Latina y el Caribe a pesar de la escasa creación de puestos de trabajo*. Obtenido de http://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_314065/lang-es/index.htm

Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton. (1977). *Estructura de la propiedad y control de los «mass-media»*. Recuperado el Septiembre de 2014, de Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada:

<http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD2-Lazarfeld-Merton-ComunicacionDeMasas.pdf>

Ramírez, G. J. (2013). *El financiamiento de la capacitación empresarial*. Recuperado el Septiembre de 2014, de Capacitación laboral para el sector informal en Colombia: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9SVloJWpXIMJ:www.oei.es/etp/capacitacion_laboral_sector_informal_colombia_guerrero.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

Ramírez, S. (2006). Cruzando la Raya: Dinámica socioeducativas e integración fronteriza: El caso de Ecuador con Colombia y Perú. En *La integración y el desarrollo social fronterizo* (págs. 14 - 15). Caracas. Venezuela : Nomos S.A.

Salazar, F. (04 de Enero de 2014). El Comercio Informal en Huaquillas. *El Universo*, pág. El País.

ANEXOS

CREACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL RADIAL, PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN HUAQUILLAS.

1) ¿Usted es de Huaquillas?

Sí No No contestó

2) ¿Está satisfecho con la actividad que realiza?

1	Siempre
2	Casi siempre
3	Muchas veces
4	Muy pocas veces
5	Nunca

3) ¿Usted quisiera cambiar esta actividad que realiza con un trabajo fijo?

1	Muy desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indeciso
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

4) ¿Está consciente que usted obstaculiza la vía y dan mal aspecto a la calle?

1	Siempre
2	Casi siempre
3	Muchas veces
4	Muy pocas veces
5	Nunca

5) ¿Usted quisiera participar de un programa para formalizar su negocio?

1	Siempre
2	Casi siempre
3	Muchas veces
4	Muy pocas veces
5	Nunca

6) ¿Conoce lo que significa el Ornato de la ciudad?

1	Siempre
2	Casi siempre
3	Muchas veces
4	Muy pocas veces
5	Nunca

7) ¿Es una molestia para ustedes armar y desarmar todos los días su negocio?

1	Siempre
2	Casi siempre
3	Muchas veces
4	Muy pocas veces
5	Nunca

8) ¿Cómo ve usted si el municipio implementa un programa de apoyo a sus actividades, tendiente a una reubicación que despeje la vía?

1	Muy desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indeciso
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

9) ¿A usted le importa el aseo y belleza de Huaquillas?

1	Siempre
2	Casi siempre
3	Muchas veces
4	Muy pocas veces
5	Nunca

Fin

Ordenanzas Municipales cantón Huaquillas.

PRIMERA REFORMA A LA ORDENANZA N°009

ORDENANZA DE USO DE LA VIA PÚBLICA EXPOSICION DEMOTIVOS

A partir del 20 de Octubre del 2008, mediante publicación en el Registro Oficial Nro.449, luego de un proceso democrático se pone en vigencia la nueva Constitución de la República del Ecuador, estableciéndose un nuevo modelo democrático y constitucional, donde las estructuras socioeconómicas y jurídicas son determinantes para la sostenibilidad del nuevo marco jurídico.

Fundamentalmente se establece la participación ciudadana, la rendición de cuentas y el nuevo modelo de actuación de las diferentes instituciones del país como los establece el Art. 1 de la Constitución de la República del Ecuador que señala: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

Por mandato constitucional se crea el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización, el mismo que es publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 303 del 19 de Octubre del 2010.

En el Art.1 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización se establece la autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados.

En el Art.7 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías

y Descentralización, se concede la facultad normativa a los consejos regionales y provinciales, concejos metropolitanos y municipales, a través de ordenanzas, acuerdos y resoluciones.

Se consideró que es necesario realizar una consulta pre legislativa dentro del presente proceso para explicar las normativas vigentes y la necesidad de crear una página web de la institución municipal con el objeto de publicitar la presente ordenanza, así como la socialización directa con la comunidad, para lo cual fue necesario reunirse con los líderes barriales, de gremios y entidades relacionadas con el presente proyecto.

Para el efecto se mantuvo una reunión el día jueves veinte y seis de enero del dos mil doce, en el Salón Auditorium de la municipalidad del cantón Huaquillas con los concejales y concejalas y el ejecutivo. Estando presentes los siguientes señores: Dr. Walter Celi Piedra, Procurador Sindico del Municipio, Abg. Giovanni Ramos Cueva, asistente del Departamento jurídico, Lcdo. José Valle Relacionador Público del Municipio, Ing. Jorge Preciado Miranda, Secretario General del Municipio, Lic. Alvaro Aguilar Director Administrativo del Municipio, Sr. Duglas Henríquez invitado, Tecnólogo Freddy Chica Brito, Comisario Ambiental, Ing. Iván Sevilla delegado de EMRAPAH, Sicóloga Zulay Cordero, Asistente de Alcaldía, Arq. Elton Carrión, Director de Planeamiento Urbano, Arq. Freddy Granda Arbeláez, Jefe de Avalúos y Catastro, Sr. Luis Muso, Comisario Municipal, Ing. César Campoverde, Director de Obras Públicas, Abg. Manuel Aguirre Piedra, Alcalde, Tecnóloga Medica Darlyn Calderón Maldonado, Sr. Duber Mairongo, Lcda. Gabriela Macas C., Prof. Javier H. Carrión y Econ. Alberto Astudillo en calidad de concejales y concejalas, socializándose en el mismo acto el proyecto.

Por otra parte se coincidió que al haberse consultado el presente proyecto y analizado los beneficios para la ciudad y antes que los

intereses particulares, en representación de los sectores involucrados habrá un representante designando sea la Presidenta de la Federación de Barrios y Ciudadelas del cantón, Sra. Esmeralda Román para que esté presente en el desarrollo de la sesión como lo determina el Art.311 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización.

CONSIDERANDO:

QUE, el Art.238 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que los gobiernos autónomos descentralizados gozaran de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional;

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.

QUE, el Art. 240 de la Constitución de la República del Ecuador establece las facultades legislativas a los gobiernos autónomos descentralizados en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales;

QUE, el Art. 14 de la Constitución de la República del Ecuador, inciso segundo, declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integración del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados;

QUE, el Art. 264, numeral 5 de la Constitución de la República del

Ecuador, establece crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras;

QUE, el Art. 5 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece la autonomía política, administrativa y financiera;

QUE, el Art. 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece el mecanismo para la toma de decisiones legislativas relacionadas con las ordenanzas;

QUE, es deber del Municipio del cantón Huaquillas reglamentar todo lo relativo al plan cantonal de desarrollo y el ordenamiento territorial formulados participativamente con la acción del consejo cantonal de planificación y las instancias de participación ciudadana, así como evaluar la ejecución de los mismos como lo estipula el Art. 57, literal c), e); y, y) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización;

QUE, de conformidad con el Art. 60, literal d), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización es deber del Alcalde de Huaquillas someter a consideración del concejo municipal del cantón Huaquillas el presente proyecto de ordenanza;

QUE, el Art. 417 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización señala que son bienes de uso público aquellos cuyo uso por particulares es directo y general en forma gratuita. Sin embargo podrán también ser materia de utilización exclusiva y temporal, mediante el pago de una regalía;

Y, en uso de las atribuciones que le confiere los Arts. 57, literal a) y 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y

Descentralización

EXPIDE:

LA ORDENANZA DE USO DE LA VIA PÚBLICA

Art. 1. Para efectos de la presente ordenanza son vías públicas: las calles, avenidas, puentes, pasajes y demás vías de comunicación que no pertenezcan al dominio privado o a otra jurisdicción administrativa; las quebradas con sus taludes y los ríos y esteros con sus lechos que pasen por la zona urbana o de reserva; las superficies obtenidas por relleno de quebradas con sus taludes; las plazas, portales, aceras, parterres y lugares anexos, así como los caminos y carreteras que comunican al cantón con otras jurisdicciones, hasta seis metros de distancia de la superficie de rodadura, con sus correspondientes espacios aéreos supra yacentes.

Art. 2. Para una mejor utilización de la presente ordenanza y de acuerdo con la realidad urbana de la ciudad se divide a esta en tres zonas: Zona a) o comercial; zona b) o de proyección comercial; y, zona c) o residencial y suburbana.

Art. 3. La zona a) o comercial comprende el casco comercial de la ciudad, comprendido por el siguiente territorio: Desde el Puente Internacional de Huaquillas, siguiendo por la Avenida de La República, hasta empalmar con la calle Arenillas, desde cuyo vértice avanza hasta interceptar la Avenida Teniente Cordovéz y de ahí hasta empalmar con la calle Santa Rosa, desde donde avanza hasta la calle Primero de Mayo y por ésta hasta interceptar la Avenida Hualtaco, por la que avanza hasta empalmar con la Avenida de la República; y, por ésta hasta la intersección de la Avenida Eloy Alfaro, hasta tomarla calle Benalcázar y por la misma hasta el callejón marginal, luego avanza

hasta la calle Machala, hasta interceptar la calle Arenillas y por la misma hasta cerrar el perímetro en la Avenida República. Comprende también la zona adyacente al Canal Internacional y la Avenida República, hasta la calle Los Ríos.

Art. 4. La zona b) o de proyección comercial comprende el área circundante a la establecida en el artículo anterior, hasta tres cuadras o manzanas de distancia de aquella; y, el área comprendida en la Avenida La República, hasta la calle Los Shirys.

Art. 5. La Zona c) o residencial y suburbana lo constituye el resto del área urbana del cantón.

Art. 6. Es obligación de los propietarios o posesionarios de predios urbanos —pavimentar, Construir Aceras y Bordillos, conservar en buen estado y reparar cada vez que sea necesario las aceras y sopórtales con frente a sus propiedades o posesiones.

Para el efecto el Municipio de Huaquillas, através del Departamento de Obras Públicas notificará al usuario para que dentro de un plazo perentorio proceda a realizar los trabajos señalados en el inciso anterior, caso contrario la autoridad municipal procederá a ejecutar los trabajos especificados y emitirá el respectivo título de crédito conforme la ley.

Art. 7. Los propietarios o posesionarios de inmuebles ubicados en las zonas a), b) y c) referidos en esta ordenanza, están obligados a colocar lámparas o focos para iluminación artificial a las distancias que no excedan de diez metros, entre un punto de luz y otro, en los sopórtales, los que deberán permanecer encendidos desde las 18h30 hasta las 06h00 del día siguiente.

La inobservancia será sancionada por la Comisaría Municipal con multas de veinte dólares americanos **(USD\$20.00)**, en audiencia pública de juzgamiento que se efectuará en un término que no exceda de cinco días, desde que se notificó al contribuyente con la contravención a esta norma. La sanción podrá ser recurrida ante el Alcalde de la ciudad.

Art. 8. El Comisario Municipal prohibirá por escrito la ubicación de macetas con plantas colocadas en los edificios sin las debidas seguridades, que ofrezcan peligro para los transeúntes. La violación a la prohibición será sancionada con una multa de diez dólares americanos **(USD\$10.00)**.

Art.9. Está prohibido arrojar a la vía pública desperdicios y basura o satisfacer en ellas las necesidades corporales. Los que por razones de sus negocios produzcan desechos, se hallan en la obligación de recogerlos y a mantenerlos en depósitos higiénicos completamente cerrados, que puedan ser recogidos con facilidad. Toda contravención a esta disposición será sancionada con una multa de diez a veinte dólares americanos **(USD\$10.00 a USD\$20.00)**.

Art.10. Se prohíbe el tránsito de maquinaria pesada y equipo caminero por las calles de la ciudad y que pongan en inminente peligro o riesgo el pavimento rígido o asfáltico, sin previa autorización del Departamento de Obras Públicas Municipales. La omisión será sancionada con multas de cien dólares americanos **(USD\$ 100.00)**.

Art.11. Se prohíbe la ocupación o el uso de la vía pública por los particulares para menesteres distintos del tránsito, salvo que lo haga en la forma y condiciones que esta ordenanza permite y reglamenta, con multa de veinte dólares americanos **(USD\$20.00)**, a las personas que orinan en fundas en los puestos.

Art. 12. Se prohíbe excavaciones o apertura de zanjas o huecos en los portales, aceras, calles, o vías de acceso, sin autorización previa del Departamento de Obras Públicas Municipales, el que exigirá un depósito en Tesorería Municipal, por el valor del trabajo a ejecutarse, materiales y el de las reparaciones integrales necesarias.

Art. 13. A toda aquella persona que violentare el artículo anterior se le aplicará una multa de cuarenta dólares americanos (**USD\$40,00**), cuando la calle no tenga pavimento, asfalto o adoquín y ciento cincuenta dólares americanos (**USD\$150,00**) si existiera en la calle pavimento, asfalto o adoquín, agregando los valores de reparación total de la vía afectada, de no querer cancelara los valores o no hacerlo, la recaudación se hará por la vía coactiva.

Será el Departamento de Obras Públicas Municipales el que asuma con la reparación total del trabajo a ejecutarse tomando valores que previamente han sido depositados en Tesorería por el interesado (a), si el valor real de la reparación de la vía afectada fuere mayor que el estimado se exigirá al interesado el pago inmediato de la diferencia.

Art. 14. Se prohíbe el manipuleo y derrame de combustible en vías asfaltadas, donde se destruye el asfalto el propietario del local asumirá con los gastos de reparación, de no hacerlo se lo hará por la vía coactiva, se prohíbe además la construcción de rompe velocidades, la quema de monigotes y desechos sólidos sin la autorización de las autoridades competentes. La contravención a esta norma será sancionada con multa pecuniaria de cincuenta dólares americanos (**USD\$50,00**).

Art. 15. Es prohibida la ocupación de las vías públicas y lugares no autorizados, con ganado mayor o menor. De encontrarse éstos en la

vía pública o en dichos lugares, serán detenidos por la Policía Municipal hasta que se justifique la propiedad y el pago de una multa de veinte dólares americanos (USU\$20.00).

Art. 16. Es prohibido ocupar la vía pública con fogones o braseros dentro del perímetro o, salvo en casos excepcionales en los que podrá autorizar el Comisario Municipal previo al pago de cincuenta centavos de dólar diario (**USD\$0.50**), igualmente es prohibido realizar en la vía pública trabajos de soldadura eléctrica o autógena, de pintura a soplete y de cualquier otros que ofrezcan riesgos o perjuicios al vecindario. La multa se lo hicieren es de cuatro dólares americanos (**USD\$4.00**), por la primera contravención, diez dólares americanos (**USD\$10,00**), por la segunda contravención y si persistiera clausura definitiva del puesto.

Art. 17. No se podrá estacionar vehículos en la vía pública o calles prohibidas por la municipalidad y que se encuentren señalizadas con la prohibición.

Así mismo se sancionara a todo tipo de vehículo que se encuentre ubicado en las zonas señaladas para carga y descarga de mercadería.

A los vehículos que se encuentren estacionados en las diferentes lugares, calles y avenidas o espacios públicos determinados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Huaquillas, se les colocaran los candados respectivos y deberán pagar las siguientes multas de acuerdo a su categoría:

- a. Moto Lineal, la multa será equivalente a diez dólares americanos (**USD\$ 10.00**).
- b. Mototaxis, Autos, Automóviles y Camionetas, la multa será

- equivalente a treinta dólares americanos **(USD\$30.00)**.
- c. Buses y Camiones de un eje la multa será equivalente a cuarenta dólares americanos **(USD\$40.00)**.
 - d. Para Buses y Camiones de más de un eje la multa será equivalente a sesenta dólares americanos **(USD\$60.00)**.

Dicho control y sanción estará a cargo de la Policía Municipal de Seguridad y Turismo o Seguridad Vial del cantón Huaquillas.

Art. 18. Los usuarios autorizados a ocupar la vía pública, serán de dos clases: los de puestos temporales y los ambulantes.

Todo puesto luego de realizar su actividad deberá retirar sus enseres y dejar libre la vía pública, la contravención a esta disposición será sancionada por el Comisario Municipal con una multa equivalente a veinte dólares americanos **(USD\$20.00)**.

Art. 19. Será permitido el establecimiento de puestos en las aceras frente a los portales de los edificios, dejando siempre un espacio para la libre circulación peatonal y sólo en las calles y lugares expresamente señalados por el concejo municipal.

Art. 20. La municipalidad no reconocerá ningún derecho derivado de la ocupación de la vía pública. Prohíbese el traspaso o arrendamiento entre particulares, de puestos en la vía pública, si lo hicieren la multa es de cuarenta dólares americanos **(USD\$40.00)**, y la suspensión por un año para la ocupación de la vía pública por parte del anterior posesionario. Cualquier traspaso se realizara previa autorización municipal.

Art. 21. Los interesados en ocupar la vía pública con un puesto que deberán obtener una matrícula, para lo cual previamente presentarán lo siguiente:

- a) Una solicitud dirigida al señor Alcalde la misma que contendrá: los nombres y apellidos o razón social del solicitante con su respectivo número de cédula de ciudadanía o RUC, ubicación exacta y extensión que desee ocupar, clase de comercio o artículo que desee vender, exponer o sacar y la firma del peticionario.
- b) Nombramiento y más documentos habilitantes en caso de actuar en representación de una persona jurídica; y,
- c) Dos fotos tamaño carnet.

En el término de ocho días se enviará la solicitud al Comisario Municipal quién emitirá el informe respectivo. De ser aceptada la solicitud se comunicará a la Oficina de Rentas Municipales para la emisión del título de crédito y luego el interesado lo cancelará en la Tesorería Municipal.

Art. 22. Los interesados en ocupar la vía pública en puestos temporales, someterán al mismo trámite establecido en el artículo precedente.

Art. 23. La matrícula será renovada todos los años preferiblemente durante el mes de enero de cada año, presentando el recibo de pago anterior.

Art. 24. Se anulará la matrícula de los que expendan artículos distintos a los señalados en ella o hicieren uso indebido del puesto que se les ha concedido, sin perjuicio de las demás sanciones.

Art. 25. Será motivo suficiente para negar la matrícula o el permiso para la ocupación de la vía pública cuando las condiciones de higiene, de ornato o de tránsito así lo exijan.

Art. 26. Las medidas máximas para la ocupación de la vía pública son:

- a) Puestos de venta de Comidas preparadas 1,50 mts de ancho por 2 mts de largo y 1 mts de alto.
- b) Kioscos 3 mts de ancho por 3 mts de largo y 2.50 mts de alto (de acuerdo a la zona);
- c) Cajón para refrescos y batidos de frutas 1.30 mts de ancho, 1 mts de alto y 1.60 de largo;
- d) Vitrinas para la venta de artículos de tocador y otras mercaderías 1.50 mts de largo, por 60 cm de ancho y 1 mts de alto;
- e) Vitrinas para exhibición de mercaderías entre columnas y estantes 2 mts de largo por 60 cm de ancho y 1.80 mts de alto; y,
- f) Puesto de venta de mercaderías 1.30 de ancho, por 1.50 de largo y 1 mts de alto. Los usuarios de la vía pública en los puestos detallados con prioridad utilizarán una sola sombrilla (tolda) de forma cuadrada de color uniforme cuyas medidas son de 1.50 x 1.50 mts y el alto de 2.50 mts.

Art. 27. Para la ocupación de la vía pública se pagará la siguiente tarifa de arriendo diario:

- a) Los kioscos de puesto de ventas de comidas preparadas pagaran veinticinco centavos de dólar **(USD\$0.25)**;
- b) Toda persona que ejerza actividad comercial ocupando la vía pública, con cajones, mesones, canetillas, triciclos, etc. Excepto lo que se establecen en otros artículos de esta Ordenanza, pagarán **(USD\$0.25)** DOLARES;
- c) Las empresas de transportes internacionales, interprovinciales, intercantonales y cantonales, pagarán anualmente setenta dólares de Norteamérica **(USD \$ 70,00)** por metro cuadrado en el uso de la vía pública, hasta por un espacio de nueve metros de largo por tres

- metros de ancho;
- d) Las gasolineras por metro cuadrado que ocupe la vía pública en cualquier sector del Cantón, pagará cincuenta dólares de Norteamérica 00/100 **(USD \$50.00)** anualmente;
 - e) Los espacios para depósitos de materiales de construcción, pagarán diariamente por cada metro cuadrado la suma de un dólar de Norteamérica **(USD\$1,00)**; y,
 - f) Los reservados frente a los predios urbanos se cobrará cuarenta y cinco dólares de Norteamérica **(USD\$ 45,00)**, por metro lineal al año hasta un máximo de cuatro metros lineales por dos de ancho por predio.

Art. 28. Por ocupación de la vía pública de manera temporal o provisional se pagarán los siguientes valores:

- a) Los aparatos mecánicos, ruedas moscovitas, carruseles, por día pagarán siete dólares americanos **(USD\$7.00)**. Excepto lo que concierne con espectáculos públicos se cobrará de acuerdo a la ley.
- b) Toda ocupación en la vía pública de manera temporal o provisional hasta *por* siete días, salvo lo establecido en el literal anterior, pagarán ocho dólares americanos **(USD\$8.00)**.
- c) En caso de reincidencia en cualquiera de las infracciones establecidas en la presente ordenanza se cobrará la multa establecida más el 100% de recargo, de persistir la reincidencia el infractor será suspendido de ocupar la vía pública por un mes y luego la suspensión definitiva, sin perjuicio de la acción penal correspondiente a que hubiere lugar.

Art. 29. Los vehículos que ingresen desde el interior del país hacia el territorio

del cantón Huaquillas, pagarán por el uso de las vías, carretera principal y calles, para efectos del mantenimiento de las vías públicas urbanas y Fomento a la Educación Universitaria, presencial y semipresencial; y Escuela Fiscal Especial de Huaquillas las siguientes tarifas:

- | | | |
|----|---|-----------------|
| a. | Los vehículos considerados de transporte pesado | |
| | De un eje o | USD0,50 |
| | de dos o más ejes | USD1,00 |
| b. | Los vehículos considerados de transporte liviano | USD0,25 |
| c. | Los vehículos Asociados de transporte de pasajeros, con oficina en Huaquillas. | USD0.25 |
| | Bus urbano de un eje(Pesados) de dos o más ejes | |
| | Livianos taxis, camionetas, tricimotos, mototaxi, Cuadrones) | USD0,50 |
| | Se entiende como transporte de Asociado, tanto a las cooperativas de transporte de carga como de Pasajeros. | USD.1,00 |
| e. | Están exentos de este pago los vehículos del sector público. | USD0,10 |

Art. 30. Los vehículos que ingresen desde el Perú hacia el territorio del cantón Huaquillas, pagarán por el uso de las vías, carretera principal y calles para efectos del mantenimiento de las vías públicas urbanas las siguientes tarifas:

- | | |
|-------------------------------|----------------|
| Vehículos, autos y camionetas | USD1.00 |
| Vehículos de un eje | USD2.00 |

Vehículos de 2 ejes o más **USD5.00**

Art. 31. Los vehículos de transporte de carga de mercadería que salen del cantón Huaquillas pagaran las siguientes tarifas:

a. Vehículos, autos y camionetas	USD1.00
b. Vehículos de un eje	USD2.00
c. Vehículo de 2 ejes o más	USD5.00

Art. 32. Para efectos de la recaudación la municipalidad instalará los siguientes puestos de recaudación:

- a.- El Puente Internacional para los vehículos que ingresen desde la República del Perú.
- b. El Control Integrado de la Policía para los que ingresen desde el interior del País, se pagará una sola vez, solo por el ingreso no por la salida.
- c. En el sector de control del integrado de la Policía Nacional se instalara una caseta para el cobro de los vehículos de transporte de carga pesada que se trasladen desde Huaquillas hasta el interior del país.

Art. 33. Al momento de pagar la tarifa establecida será entregada al conductor del vehículo un recibo, el mismo que lo exhibirá cuando ingrese a la ciudad a la autoridad municipal que lo requiera, bajo prevenciones legales.

Art. 34. Del valor recaudado por concepto de esta ordenanza, se destinará el 10% para fomento de la Educación Especial, el 10% para fomento del deporte en especial para la Escuela Municipal de Fútbol y el 25% para el fomento de la educación Universitaria Pública y privada presencial y semipresencial, recursos que serán asignados para el desarrollo de la educación superior universitaria, de dicho porcentaje se incluirá el pago de personal administrativo así como ayudas tecnológicas que se requiera. Pago que se hará mientras se mantenga la educación presencial y semipresencial Universitaria en el cantón Huaquillas, caso contrario dichos valores se revertirán a la partida de Educación y

Cultura para fomento de la misma. En caso de ser necesario se reglamentaría la distribución del porcentaje en base a la necesidad real de los estudiantes.

Art. 35. Cualquier situación que no esté tarifada en esta ordenanza, será resuelta por el concejo municipal del cantón.

DEROGATORIAS

Quedan derogadas las ordenanzas expedidas con anterioridad a la presente, así como cualquier otra ordenanza que se oponga a la misma.

La presente ordenanza, entra en vigencia, a partir de su aprobación por el concejo municipal, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Recibidos - vamile2706@g... x D14337501 - PROYECTO D... x

https://secure.orkund.com/view/14356580-948364-786571#qlbKLvayjibUMTTQMqSSRjpAakjZKjZkPjZKsjrGOiV6

URKUND

Document PROYECTO DE GRADO CRISTINA SUQUILANDA VARGAS.pdf (D14337501)

Submitted 2015-05-13 10:08 (-05:00)

Submitted by vamile2706@gmail.com

Receiver vamile2706.ug@analysis.orkund.com

Message SUQUILANDA VARGAS CRISTINA MARIUXI primera vez [Show full message](#)

5% of this approx. 34 pages long document consists of text present in 4 sources.

List of sources

- <http://wiego.org/sites/wiego.org/files/publications/fil...>
- http://www.oei.es/etp/capacitacion_laboral_sector_i...
- <http://scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%...>
- <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/component/...>
- <http://www.fao.org/wairdocs/x5035s/x5035s07.htm>
- <http://www.reseau-amerique-latine.fr/ceisal-bruxelle...>
- <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/...>
- http://www.iah.cl/archivos/Archivo_Metodologia/met...

59% Active

External source: <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/...> 59%

CONSIDERANDO: QUE, el Art.238 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que los gobiernos autónomos descentralizados gozaran de autonomía política, administrativa y financiera,

y se registrarán por los principios de solidaridad, subsidiaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional; Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales. QUE, el Art. 240 de la Constitución de la República del Ecuador establece 30 las facultades legislativas a los gobiernos autónomos descentralizados en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales; QUE, el Art. 14 de la Constitución de la República del Ecuador, inciso segundo,

declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integración del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados;

QUE, el

Art. 264, numeral 5 de la Constitución de la República del Ecuador, establece crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y

0 Warnings Reset Export Share

ES 9:24 14/05/2015