



ECA Sinergia
ISSN: 2528-7869
revistaecasinergia@gmail.com
Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

Gómez García, Susetty Lorena; Giler Briones, Wilmer David;
Rezabala Bravo, Karol Stefania; Loor Santana, Ana Patricia
Consecuencias socioeconómicas en los comerciantes de
cárnicos de Portoviejo por la movilidad después del 16A
ECA Sinergia, vol. 11, núm. 3, 2020, Septiembre-Diciembre, pp. 29-39
Universidad Técnica de Manabí
Ecuador

DOI: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i3.2098

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588564791003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



CONSECUENCIAS SOCIOECONÓMICAS EN LOS COMERCIANTES DE CÁRNICOS DE PORTOVIEJO POR LA MOVILIDAD DESPUÉS DEL 16A

SOCIO-ECONOMIC CONSEQUENCES ON PORTOVIEJO MEAT TRADERS DUE TO MOBILITY AFTER THE 16TH

Susette Lorena Gómez García; Wilmer David Giler Briones;
Karol Stefania Rezabala Bravo; Ana Patricia Loor Santana

Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

mail: susette.gomez@utm.edu.ec; wilmer.giler@utm.edu.ec;
karoestefa94@hotmail.com; patriciaoorm38@gmail.com

Recibido: 2019-11-21

Aceptado: 2020-09-25

Código Clasificación JEL: D11, D21, D62

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la situación de los comerciantes de cárnicos del Mercado N°1 del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, Ecuador, después de la movilidad ocasionada por el sismo del 16 de abril de 2016. Con el propósito de cumplirlo, se procedió a una fase documental y otra fase de campo; adicionalmente, en la fase cuantitativa se aplicó una encuesta a escala de Likert a una muestra representativa de los comerciantes de cárnicos que fueron reubicados; los datos de dicha encuesta se procesaron con el programa SPSS versión 25, haciendo uso de la estadística descriptiva. Los resultados permitieron conocer que los expendedores minoristas de cárnicos del mercado N°1 del Cantón presentan serios problemas, debido a la reubicación y la competencia desleal de los comerciantes informales, lo anteriormente manifestado ha ido en detrimento del nivel de ingresos de estos expendedores para que puedan satisfacer plenamente sus necesidades básicas.

Palabras clave: movilidad; ingresos; comercio minoristas; desarrollo socioeconómico.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the situation of meat merchants in Market No. 1 of the Portoviejo canton, Manabí province, Ecuador, after the mobility caused by the earthquake of April 16, 2016. In order to comply, a documentary phase and another field phase were carried out; Additionally, in the quantitative phase, a Likert scale survey was applied to a representative sample of meat merchants who were relocated; the data from this survey were processed with the SPSS version 25 program, using descriptive statistics. The results made it possible to know that the retail vending of meat in the market No. 1 of the Canton present serious problems, due to the relocation and unfair competition of informal traders, the aforementioned has been detrimental to the income level of these vendors so that can fully meet their basic needs.

Keywords: mobility; income; retail trade; socioeconomic development.



INTRODUCCIÓN

En Ecuador el comercio minorista de cárnicos es una actividad que se desarrolla desde tiempos remotos y lo realizan generalmente las personas de la clase media, con la finalidad de mejorar su estilo de vida, generando mayores ingresos para satisfacer sus necesidades.

La visión tradicional consideró la movilidad como desplazamiento acumulado en el que a mayor recorrido, mejor el resultado. Se asumió por décadas que el movimiento de personas y bienes era siempre benéfico y que la convergencia de políticas públicas e intereses privados aseguraba que los modos de transporte operaran armoniosamente. En teoría, a medida que una persona se movía más, tendría mejores opciones de elegir destinos, bienes y servicios según sus necesidades, intereses y potencialidades; también se aceptó que desplazar bienes cada vez más lejos y en mayor volumen tenía, en escala, costos menores (Cabrera, Velásquez, & Orozco 2015).

El comercio de cárnicos es una actividad importante en la ciudad de Portoviejo, debido a que está presente en la alimentación diaria del ser humano, y, por ende, es fuente generadora de empleo. Después del movimiento telúrico del 16A, Portoviejo presentó problemas principalmente de infraestructura, ocasionando la movilidad en los expendedores de carne y generando aumentos de gastos tales como transporte, seguridad, tarifa de faenamiento, entre otros.

Anteriormente esta actividad generaba mayores ingresos en los comerciantes debido a que existía un número reducido de expendedores formales, el cual cubría la demanda de este sector de la población. Pero después del fenómeno natural se incrementaron vendedores informales, reduciendo las ventas de quienes formaban parte de este comercio.

Atendiendo a las cuestiones expuestas, el objetivo del presente trabajo consiste en analizar la situación de los comerciantes de cárnicos del Mercado N°1 del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, Ecuador, después de la movilidad ocasionada por el sismo del 16 de abril de 2016.

METODOLOGÍA

Para el diseño metodológico de este estudio se utilizó un enfoque cualitativo y cuantitativo, el tipo de investigación fue no experimental, debido a que se observaron los fenómenos en su estado natural para luego ser analizados. Dicha investigación requirió hacer uso de los métodos descriptivo, de campo y bibliográfico que permitieron abordar la realidad de la reubicación del mercado N°1 y la variación en los ingresos de los comerciantes de cárnicos en la ciudad de Portoviejo.

El estudio tuvo una fase documental en la cual se revisaron textos, artículos científicos, tesis relacionadas a las variables de estudio, además de páginas web de organismos oficiales con la finalidad de obtener toda la información necesaria. En la fase de campo, se efectuaron entrevistas a autoridades de la empresa pública municipal Portomercados, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo y a la Asociación de Cárnicos, cuya finalidad fue obtener datos cualitativos de dichas entrevistas semiestructuradas para posteriormente agruparlas por categorías en función de las coincidencias de las respuestas entre un entrevistado y otro.

Adicionalmente, en la fase cuantitativa la población estuvo determinada por 70 comerciantes dedicados a la comercialización de carnes (porcino, res y pollo) del Mercado N°1 del Cantón Portoviejo, según base de datos de PORTOMERCADOS EP 2019, para el caso en estudio se aplicó una encuesta a escala de Likert a una muestra de 60 comerciantes de cárnicos que fueron reubicados de dicho mercado. Los datos de esta encuesta se procesaron con el programa SPSS versión 25, haciendo particular uso de la estadística descriptiva que permitió obtener las tablas de frecuencias y

gráficos estadísticos de cada una de los ítems del instrumento aplicado.

RESULTADOS

Portoviejo es el centro comercial natural de Manabí, gran parte de la economía de este cantón se centra en el comercio al por mayor y menor, sea este la venta de ropa, calzados, comida rápida, víveres entre otros, hasta los grandes y pequeños centros comerciales, el cual aporta a la economía con un 70,2% dentro de las principales actividades que generan mayor ingreso. (INEC, 2010)

El comercio minorista tomó un fuerte impulso a partir de la década de los 70 con la construcción de los servicios básicos y de infraestructura. En la actualidad Portoviejo tiene 2000 comerciantes minoristas y 7 mercados, número verificado en base a datos de Portomercados. Cabe recordar que este cantón cuenta con 223.086 habitantes los cuales se proveen de estos productos. (INEC, 2010)

El comercio de cárnicos es una actividad que se desarrolla a lo largo del tiempo cuyo recurso principal son las carnes de todo tipo, a través de la historia este ha formado parte de la dieta de los seres humanos, por el contenido nutricional y su alta fuente de proteínas.

En este sentido, Briones (2019) afirma que esta actividad tiene gran importancia, debido a que genera fuentes de trabajo para un gran segmento de la población de clase media, desde la crianza del animal hasta su faenamiento, que se produce en un proceso ordenado sanitariamente con la finalidad de que los consumidores adquieran carnes en óptimas condiciones para el consumo humano.

En el Mercado N°1 del cantón Portoviejo existen en la actualidad 70 comerciantes dedicados a la comercialización de cárnicos y cada uno cuenta con sus materiales y herramientas de trabajos, en donde laboran desde las cuatro de la mañana hasta expender la totalidad de sus productos. (Briones, 2019)

Anteriormente, los comerciantes vendían mayor volumen de carne, debido a que el precio de la tarifa que pagaban por el faenamiento tenía un menor costo, pero con la administración actual municipal y el mejoramiento del área se elevó el costo, como se observa en la tabla 1, es por ello que algunos ofertantes prefieren sacrificar sus animales en otros lugares que son clandestinos, con la finalidad de maximizar sus ingresos, pero esto no está permitido por las autoridades dado que la carne no cuenta con el control adecuado para el consumo, ocasionando sanciones o clausuras.

Tabla 1. Precios de faenamiento

Tipo de carne	Antes del 16A	Posterior al 16A	Diferencia
Res	\$7.00	\$28.00	\$21.00
Porcino	\$3.00	\$14.00	\$11.00
Pollo	\$0.50	\$1.00	\$0.50

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista realizada al Presidente de la Asociación de cárnicos.

Por su parte, los hallazgos principales, a partir de los resultados de las encuestas realizadas a los comerciantes de cárnicos del mercado N°1 del cantón Portoviejo revelan lo siguiente:

Tabla 2. Ingresos percibidos semanalmente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$100 - \$150	15	25,0	25,0	25,0
	\$151 - \$200	19	31,7	31,7	56,7
	\$201 - \$250	14	23,3	23,3	80,0
	\$251 - \$300	2	3,3	3,3	83,3
	\$301 - más	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cárnicos del mercado N°1 y procesadas en SPSS versión 25

Según la muestra en estudio, el 31.67% de los comerciantes de cárnicos encuestados consideran que sus ingresos oscilan entre \$151 a \$200 semanal, siguiendo con el 25% que sus ingresos van desde \$100 a \$150, el 23.33% es de \$201 a \$250, el 16.67% de \$301 en adelante y solo 2 de 60 comerciantes que equivale al 3.33% sus ingresos percibidos fluctúan entre \$251 a \$300. Es preciso señalar que aquellos comerciantes cuyos ingresos son menores de \$200 se da principalmente por el valor alto que tienen que pagar por el faenamiento de sus animales, algunos encuestados mencionaron que durante la semana de labores los costos de operación en estas condiciones superan a las utilidades.

Aquellos que perciben ingresos altos se debe a que tienen principalmente estrategias de ventas, cuentan con clientes fieles, la mitad de sus animales destinados para la venta los faenan en otro lugar, ahorrándose ese gasto que les permite invertir en más productos. Además, los comerciantes no pueden incrementar los precios porque disminuiría la compra de sus clientes, deben mantenerlo similar a la competencia. Aquellos mencionaban que una manera de incrementar sus ingresos sería erradicar los vendedores ilegales que no forman parte del catastro de Portomercados EP.

Tabla 3. Gastos de movilidad en su actividad comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3,3	3,3	3,3
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	3	5,0	5,0	8,3
	De acuerdo	8	13,3	13,3	21,7
	Totalmente de acuerdo	47	78,3	78,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cárnicos del mercado N°1 y procesadas en SPSS versión 25

Los datos muestran que 47 de 60 comerciantes encuestados mencionaron que hay demasiados gastos en lo que respecta a su negocio, y que la reubicación (movilidad) no ha generado mejores condiciones para que sus ingresos sean más rentables en comparación a donde estaban ubicados anteriormente. Estos datos estadísticos reflejan que después del 16A, a los comerciantes el trasladarse de su lugar de origen les ocasionó mayores gastos en su actividad comercial, dado que hubo severos daños en la infraestructura en la que desarrollaban su actividad, por lo cual las autoridades tuvieron que movilizarlos al antiguo centro comercial Bahía Río para mejorar la infraestructura del mercado destruido durante el terremoto del 16 de abril de 2016, con el objetivo de dotarlos con mejores áreas y equipos de trabajo; de tal manera que en el futuro pudieran expender sus productos en un lugar más apropiado para el servicio al público.

En el caso de los comerciantes que respondieron que estaban en desacuerdo, fue porque

en su negocio no se generaron mayores pérdidas que les ocasionaran gastos y en algunos casos no fueron reubicados dado que contaban con local propio.

Tabla 4. Tipos de gastos generados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Faenamiento	18	30,0	30,0	30,0
	Capacitación	1	1,7	1,7	31,7
	Alimentación	4	6,7	6,7	38,3
	Transporte	37	61,7	61,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cárnicos del mercado N°1 y procesadas en SPSS versión 25

Los proveedores consideran que en el rubro transporte es donde ellos realizan mayores gastos, debido a que los productos que adquieren provienen de otros cantones y consideran que es el único medio que tienen para traerlos a comercializar, este aumento de egreso también se debe al incremento del precio de la gasolina súper a nivel nacional. Por su parte, el 30% de los comerciantes afirmó que el mayor gasto es el faenamiento, ya que en la gestión de la alcaldía y PORTOMERCADO el problema está en el alto porcentaje que pagan por la tarifa municipal para el procesamiento de los animales, que debe cumplir las normas sanitarias exigidas, además el pago por mantener la seguridad de sus productos, pues donde se encuentran ubicados existe alto índice de delincuencia.

Mientras que el 6.7% consideró como mayor gasto a la alimentación, debido a que en ocasiones por bajas ventas deben extender sus horarios de atención al público y recurren a la compra de comida para el dueño y empleados, esto les resulta preocupante con lo poco que les ingresa diariamente en su actividad comercial.

Tabla 5. Nuevo mercado generador de mayores ingresos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	7	11,7	11,7	13,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	41,7	41,7	55,0
	De acuerdo	15	25,0	25,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	12	20,0	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cárnicos del mercado N°1 y procesadas en SPSS versión 25

El 45% de proveedores minoristas de cárnicos contestó favorablemente y confía que con la reconstrucción del Mercado N°1 sus ventas se incrementarían debido al área adecuada para el mantenimiento y comercialización de los productos. Todo cambio tiene sus efectos, es por eso que el 41.7% de comerciantes de cárnicos opinaron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, debido a que no están seguros de cuál sería la aceptación de la ciudadanía en general, ya que varios opinan que al inicio puede que sus ventas incrementen, pues es conocido que naturalmente los consumidores optan visitar por novedad los centros comerciales o de abastos inaugurados, pero temen que con el tiempo las mismas disminuyan; pues también se reconoce que la utilización de estos nuevos ambientes de trabajo provocaría un incremento en sus costos y gastos con respecto a las tasas e impuestos municipales que tendrán que cancelar por el reconstruido y confortable lugar de expendio

de alimentos que incluye a los productos cárnicos.

Tabla 6. Proyecto de desarrollo social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,7	1,7	1,7
	En desacuerdo	2	3,3	3,3	5,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10,0	10,0	15,0
	De acuerdo	16	26,7	26,7	41,7
	Totalmente de acuerdo	35	58,3	58,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cárnicos del mercado N°1 y procesadas en SPSS versión 25

Cuando se realizan proyectos de desarrollo social y económico, el objetivo radica en cubrir en gran medida las problemáticas existentes, debido a que son actividades que ayudan al progreso y mejora de la ciudad, cuya finalidad busca el mayor beneficio para la ciudadanía en general. Toda ciudad tiene su crecimiento y desarrollo en base a propuestas viables y ejecutables que propongan y ejecuten las autoridades pertinentes, es por ello que 35 de 60 comerciantes de cárnicos que equivale al 58,3% están totalmente de acuerdo que con este tipo de planes que beneficia al desarrollo socioeconómico del cantón.

Por otro lado, los comerciantes que manifestaron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, es porque han visto como otros proyectos no generan desarrollo en la ciudad con el pasar del tiempo, dado que la ciudadanía es muy variante y sólo acudirían por curiosidad al nuevo mercado.

Tabla 7. Ingresos vs necesidades básicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 En parte	19	31,7	31,7	31,7
	2 No	17	28,3	28,3	60,0
	3 Si	24	40,0	40,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los comerciantes del cárnicos del mercado N°1 y procesadas en SPSS versión 25

El comercio de cárnicos es una actividad comercial que durante todo el año presenta diversos movimientos, es decir que varía y no mantiene ingresos fijos. En períodos buenos los proveedores minoristas deben aprovechar en vender al máximo sus productos para tener ahorro y así en los posteriores satisfacer sus necesidades básicas; es así que solo 24 de los 60 comerciantes mencionaron que con sus ingresos si pueden satisfacer sus necesidades, y el remanente lo ahorraron para seguir invirtiendo en el negocio, mientras que los demás expresaron que buscan llevarles a su familia lo primordial o por lo menos recuperar el dinero que han invertido. Estos resultados indican que la mayoría de los que trabajan en esta actividad económica solventan sus necesidades por época, ya que uno de los problemas que los afecta en gran medida son los comerciantes informales que originan la disminución de la demanda y por ende la de sus ingresos.

DISCUSIÓN

Por lo anteriormente expuesto, resulta interesante señalar que en la actualidad la capacidad de las

personas para moverse de un lugar a otro por niveles más altos de ingresos es un tema de importancia para quienes estudian los fenómenos sociales y económicos. La preocupación por la pobreza muchas veces se confunde con la desigualdad de ingresos, es necesario recalcar que la desigualdad no implica que no haya movilidad.

La sociedad latinoamericana presenta alta movilidad en todos los sentidos de la palabra, además tiene diferentes significados en cualquier otro contexto; según Ferreira, Messina, Rigolino, López, Lugo & Vaquis (2013) para distribuir los agentes económicos es de gran importancia estudiar la movilidad a través de los aspectos económicos, sociales y políticos, la gestión del territorio, los sistemas de transporte y de la tecnología, ya que a través de estos se realiza una gran parte de las actividades económicas. También juega un papel importante el territorio económico sea este a nivel internacional como regional.

La movilidad trae consigo problemas de aglomeración y accesibilidad especialmente en áreas de comercios donde la oferta de trabajo está concentrada en un punto específico, es por eso que los desplazamientos se dan debido a la dificultad del tráfico urbano. Dentro de cualquier sociedad la movilidad aumenta cuando el ingreso aumenta. Esta proporción puede ser considerada como un fenómeno universal, independientemente de condiciones geográficas o sociales.

Respecto a la centralidad urbana, esta se refiere a aquellos puntos de tensión que se forman en la ciudad, donde se ofrece una serie de servicios y usos para los ciudadanos; mientras que, la movilización urbana se refiere al desplazamiento de las personas dentro y fuera de la ciudad, sea de forma mecánica o peatonal; además de las condiciones que provoca la construcción de la infraestructura. (Mamian, 2012)

Cuando hablamos de centralidad no se limita a las actividades comerciales, sino que se aplica en cuanto se procura dar un servicio eficiente y eficaz a la población por esto se entiende que minimizando el tiempo de desplazamiento y los costos de interacción se podrá captar mayor cantidad de personas.

Helbling (2010), estipula que “las externalidades son una de las principales razones que llevan a los gobiernos a intervenir en el ámbito económico” (p.48). Además, este autor también menciona que la mayoría de estas son técnicas de efectos indirectos que repercuten en las actividades de consumo y producción de terceros, sin embargo, el precio del producto no refleja dichas externalidades.

Hindricks & Myles (2011), aseguran que las externalidades son una relación entre agentes económicos que suceden fuera del sistema de precios de la economía. En presencia de externalidades, el interés de la sociedad por un resultado de mercado va más allá del bienestar de los ofertantes y demandantes de ese mercado, incluyendo a los otros que resultan afectados.

Orfila (2007), define a la externalidad desde la ciencia económica como un problema de costo. “Cuando los costos privados y los costos sociales difieren, se trata de una externalidad” (p.1). Los costos de las empresas privadas tienen como finalidad minimizarlo, para así, obtener mayor rentabilidad mientras que en el sector público ocurre lo contrario.

Dentro de los teóricos de la escuela clásica tenemos a Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, cuyas ideas en materia del comercio internacional eran las mercantilistas. Según este enfoque, “una nación se beneficia con el comercio internacional solo cuando tiene un saldo favorable en su balanza comercial” es decir, cuando el nivel de sus exportaciones supera las importaciones. (Lugones, 2008)

El primer esquema de interpretación del comercio internacional fue iniciado por Adam Smith en su obra *Causas de la riqueza de las naciones*. Pasado unos cuarenta años de la publicación fue David Ricardo quien aportó un enfoque más desarrollado que se orientaba a demostrar, mediante la noción de beneficio mutuo, que el comercio internacional libre de trabas beneficia a todos los que participan del mismo, aunque existan países que cuenten con desventajas absolutas en todos sus bienes. (Lugones, 2008)

Trabajos llevados por economistas neoclásicos como Eli Heckscher y Bertil Ohlin, desarrollan un modelo que encuentra las causas del comercio internacional en las diferencias existentes en la dotación de factores de producción en los distintos países. Este modelo expone la composición del comercio internacional a partir de las ventajas comparativas que se asemejan a las de David Ricardo.

El comercio se originó hace más de tres mil años atrás como intercambio, pero con el pasar del tiempo este se ha ido transformando. En el siglo XIX, este fenómeno provocó enormes cambios en la sociedad, una de ellas fue la insuficiente producción casera; hizo crear lugares y formas de trabajos anteriormente no conocidas.

También se puede decir que es una actividad económica en la que intervienen compradores y vendedores para intercambiar bienes y servicios, con el fin de satisfacer las necesidades de ambas partes, esta actividad se ejecuta generalmente dentro de un mercado. Este a su vez, se ha incrementado con el paso del tiempo y se ha convertido en una poderosa herramienta para el desarrollo económico a nivel mundial.

En relación al comercio de cárnicos, es conocido que a nivel mundial el 51% de la producción de pescado proviene de la acuicultura, donde los países asiáticos, principalmente China, son los mayores productores; en cuanto a la carne porcina, China concentra el 50% de la producción, y cuatro países concentran el 60% de la producción de carne vacuna y el 63% de la carne aviar: Estados Unidos, Unión Europea, China y Brasil. Argentina produce el 5% de la producción mundial de carne vacuna, el 0,38% de la carne porcina y el 0,30% de la carne aviar del mundo. (El sitio porcino, 2016)

En las últimas décadas, el mercado mundial de carne ha presentado cambios significativos, dentro de los factores que afecta este comercio, por el lado de la demanda se encuentra el tamaño de la población, los niveles de ingresos y los hábitos de consumo, por el lado de la oferta, los costos en los insumos.

La actividad comercial en Ecuador está basada en la exportación sin dejar atrás el comercio dentro del mismo entorno que forma sin duda parte del crecimiento económico del país. Según el Art. 2 del Código de Comercio “son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual” (p.1). Por tanto, toda persona que realice alguna actividad de compra y venta debe acatar y seguir los lineamientos del código evitando así riesgos en el comercio. La economía del cantón Portoviejo se basa principalmente en el comercio, esta actividad comenzó a funcionar desde tiempos inmemorables. Molina (2011), afirma que el comercio en la ciudad de Portoviejo existe desde la era aborigen y que ésta se fue desarrollando de acuerdo a las condiciones de la época; también considera que desde la época colonial hasta mediados del XX la capital provincial, basó su economía en la agricultura y el comercio.

El país tiene la suficiente producción de carne para satisfacer el consumo de sus habitantes, cada año se procesa alrededor de 220.000 toneladas métricas de cárnicos, el ecuatoriano consume cada año, un promedio de 54 kilogramos de diferentes variedades de carne, 32 kg corresponde a carne de pollo; 12 kg son de cerdo y lo demás corresponde a res y pescado. (Líderes, 2015)

En el comparativo internacional, Ecuador ocupa una posición menor entre las naciones de América Latina, ubicado en el décimo lugar por el tamaño de hato ganadero y en octavo puesto por la producción de carne y en décimo lugar por cabeza de ganado.

Tabla 8. Número de aves, cabezas bovinas y porcinas 2011

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de cadenas pecuarias de Ecuador. (Ministerio de agricultura, ganadería y pesca, 2013)

En Ecuador el sector bovino se caracteriza por la producción de carne y leche, esto se debe a las regiones naturales que posee. Como se puede observar en la tabla 8 la región Sierra concentra la mayor producción de cabeza bovinas y porcinas en comparación a las otras regiones; mientras que la Costa tiene mayor producción de aves.

Otro enfoque a destacar, es la teoría de los ingresos planteada por Adam Smith en su obra Causas de la riqueza de las naciones en 1776, en donde considera los salarios dependientes de la riqueza. Smith señalaba que la demanda de la mano de obra es la mayor ocupación de trabajadores, ya que se incrementa en la medida en que los empleadores obtienen aumentos en sus ingresos, pero también considera como factor importante para la elevación de los salarios no a la cuantía de la riqueza nacional, sino el continuo aumento de esa riqueza.

Keynes, por su parte, define al ingreso como un periodo cualquiera donde un empresario obtiene recursos por la venta de productos terminados, ya sea que haya gastado o comprado otros productos para la realización del mismo, también considera lo que aún conserva el empresario (producción no terminada o terminada pero no vendida) (Figueroa, 2016).

Se entiende por ingresos económicos, a las remuneraciones, ganancias e ingresos que reciben los individuos, porque realizan una actividad comercial, laboral o productiva, también se obtienen a través de varias modalidades; una es la venta directa del producto y otra muy importante es a través de las redes de mercadeo multinivel, que le permite al distribuidor generar ganancias a través de las ventas de otras personas a las que haya afiliado la red. (Lideres, 2017)

CONCLUSIONES

Con las encuestas realizadas a los comerciantes de cárnico se concluye que esta actividad es una fuente generadora de empleo para muchas personas que no tienen un trabajo fijo, pero actualmente presenta inconvenientes debido a la reubicación y el incremento de los vendedores informales que afectan directamente las ventas de los comerciantes minoristas. Los comerciantes de cárnico del mercado N°1 presentan limitaciones que deben ser tratadas inmediatamente por las autoridades, basándose en proyectos que los beneficien directamente y a su vez se potencialicen aquellas que no hayan sido valoradas al máximo por los proveedores minoristas. Uno de los temores que tienen los proveedores minoristas es que con la estructura del mercado N°1 no puedan incrementar sus ingresos debido a que existe una alta competencia entre comerciantes de cárnico y que el alto impuesto de faenamiento ocasionará que disminuyan sus ganancias, lo que conlleva a que gran parte de sus ingresos solo sean para cubrir los costos y gastos del negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Briones, V. (2019). (A. Loor, & K. Rezabala, Entrevistadores)

Cabrera, G., Velásquez, N., & Orozco, A. (09 de agosto de 2015). Movilidad: Aporte para su discusión. Rev. Fac. Nac. Salud Pública, 33(3), 431. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/>

rfnsp/v33n3/v33n3a13.pdf

Código de comercio (2015). Recuperado el 10 de mayo del 2019, de <https://www.etapa.net.ec/Portals/0/TRANSPARENCIA/Literal-a2/CODIGO-DE-COMERCIO.pdf>

El sitio porcino. (2016). Recuperado el 27 de marzo de 2019, de El mercado mundial de las carnes: <http://www.elsitioporcino.com/articles/2678/el-mercado-mundial-de-las-carnes/>

Figueroa, A. (2016). Análisis del Concepto de Ingreso desde la teoría contable y económica, que se encuentra presente en la regulación contable aplicada en Colombia en el año 2015. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/54177/1/1032425815.2016.pdf>

Ferreira, F. Mesina, J. Rigolin, J. López L. & Vaquis, R. (2013). Panorámica General: La movilidad económica y el crecimiento de la clase media en América Latina. Washigton , D.C: Banco Mundial. Recuperado el 19 de diciembre de 2018, de http://siteresources.worldbank.org/LACINSPANISHEXT/Resources/Informe_ClaseMedia.pdf

Helbling, T. (diciembre de 2010). ¿Qué son las externalidades? Recuperado el 18 de abril de 2019, de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2010/12/pdf/basics.pdf>

Hindricks, J., & Myles, G. (2011). Economia Uni Andes. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de <https://economia.uniandes.edu.co/files/jortegon@fundacionuniandes.edu.co/Leopoldo%20Fergusson/Externalidades.pdf>

INEC. (2010). Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Líderes. (2015). En ocho provincias se concentra el mayor consumo de cárnicos. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html>

Lideres. (2017). Una forma de ingresos e independencia laboral. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/forma-ingresos-e-independencia-laboral.html>

Lugones, G. (2008). Teorías del comercio internacional. Recuperado el 30 de enero de 2019, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45813866/teorias_del_comercio_internacional_-_lugones_UNIDAD_5.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1548906536&Signature=iOwVad5O7JZWuSLKczvoZ3XkD74%3D&response-content-disposition=inline%3B%20fil

Mamian, J. (2012). Movilidad urbana como método para creación y consolidación de centralidades. Recuperado el 30 de enero de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5031468.pdf>
Ministerio de agricultura, ganadería y pesca. (2013). Estudio de cadenas pecuarias de Ecuador. (S. Barzola, Ed.) Recuperado el 20 de abril de 2019, de https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/bovinos/informacion_interes/informes_historicos_archivos//000002=Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador/000008-Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador.pdf

Molina, R. (2011). El Diario. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/207049-portoviejo-una-ciudad-comercial/>

Orfila, D. (2007). Las externalidades. Recuperado el 28 de marzo de 2019, de Eumed: <http://www.eumed.net/ce/2007b/las%20externalidades.htm>

ANEXOS

Imagen 1: Mercado provisional “Bahía Rio”



Imagen 2: Mercado provisional “Alajuela y Córdova”

