

## Diagnóstico al fomento de la economía popular y solidaria realizada en las cadenas supermercados grandes y medianas de la ciudad de Calceta

### Diagnosis of the promotion of the popular and solidarity economy carried out in the large and medium-sized supermarket chains of the city of Calceta

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1067>

Benigno Alcívar-Martínez<sup>1</sup>, Johanna Márquez-Bravo<sup>2</sup>, Ivana Realpe-Avellan<sup>3</sup>, Yusleidy Zambrano-Garcés<sup>4</sup>

Fecha de recepción: 26 de julio de 2020

Fecha de aceptación: 31 de marzo de 2021

#### Resumen

La presente investigación se centra en diagnosticar el nivel cumplimiento de la regulación y control de poder de mercado y su impacto en las prácticas comerciales para el sector de bienes de consumo alimenticio en cadenas de supermercado grande y mediano de la ciudad de Calceta y proveedores de Manabí pertenecientes a la micro y pequeñas empresas de la economía popular y solidaria. Los métodos de investigación deductivo, inductivo, analítico, sintético, estadístico y comparativo permitieron sistematizar la información y establecer el estado actual de las prácticas comerciales. Mediante el estudio de campo in situ se aplicaron varios instrumentos, las entrevistas realizada a los dos (2) técnicos de la superintendencia de control y poder de mercado, a los dos (2) gerentes de las cadenas de supermercados que cumplen con el criterio para la investigación de contar con un mínimo de dos cajas y además contar con sucursales, además cuarenta y tres (43) encuestas aplicadas a los proveedores de consumo alimenticio según las categorías como pan y cereales, Azúcar, mermelada, miel, chocolate o dulces de azúcar, sal, especias, hierbas culinarias pertenecientes a la economía popular y solidaria mediante el muestro estratificado se permitió conocer la manera en que los operadores económicos realizan sus actividades debiendo cumplir con lo establecido en la norma y su efecto en las prácticas comerciales, reflejando incumplimiento en el marco de la normativa afectando a los micro y pequeños proveedores. La utilización de la técnica Ishikawa facilitó la agrupación de causas y efectos relacionados con los resultados desfavorables detectados; por medio de la matriz 5w+1h se plantearon acciones a superar permitiendo de esta manera mejorar los aspectos con desempeño insuficientes.

**Palabras clave:** Operadores económicos, prácticas comerciales, abuso de poder, regulatorias, competidores.

#### Abstract

This research focuses on diagnosing the level of compliance with the regulation and control of market power and its impact on commercial practices for the sector of food consumption goods in large and medium supermarket chains in the city of Calceta and suppliers in Manabí belonging to the micro and small companies of the popular and solidarity economy. The deductive, inductive, analytical, synthetic, statistical and comparative research methods made it possible to systematize the information and establish the current state of business practices. Through the field study in situ, several instruments were applied, the interviews carried out with the two (2) technicians of the superintendency of control and market power, the two (2) managers of the supermarket chains that meet the criteria for the investigation of having a minimum of two boxes and also having branches, in addition forty-three (43) surveys applied to suppliers of food consumption according to categories such as bread and cereals, sugar, jam, honey, chocolate or sugar candies, salt, spices, culinary herbs belonging to the popular and solidarity economy, through stratified sampling, it was possible to know the way in which economic operators carry out their activities, having to comply with the provisions of the standard and its effect on commercial practices, reflecting non-compliance in the regulatory framework affecting micro and small suppliers. The use of the Ishikawa technique facilitated the grouping of causes and effects related to the unfavorable results detected; Through the 5w + 1h matrix, actions were proposed to be overcome, thus allowing to improve the aspects with insufficient performance

**Keywords:** Economic operators, commercial practices, abuse of power, regulations, competitors



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

<sup>1</sup> Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Carrera Administración de Empresas. Calceta- Ecuador. E-mail: [balcivar@espam.edu.ec](mailto:balcivar@espam.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4930-4617>

<sup>2</sup> Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Docente. Carrera Administración de Empresas. Calceta- Ecuador. E-mail: [ymarquez@espam.edu.ec](mailto:ymarquez@espam.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5926-800X>

<sup>3</sup> Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Carrera Administración de Empresas. Calceta- Ecuador. E-mail: [ivana.realpe@espam.edu.ec](mailto:ivana.realpe@espam.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6069-0934>

<sup>4</sup> Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Carrera Administración de Empresas. Calceta- Ecuador. E-mail: [yusleidy.zambrano@espam.edu.ec](mailto:yusleidy.zambrano@espam.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5503-561X>

## Introducción

A nivel mundial han sido adoptadas diversas normas de competencias antimonopolio, las que son reguladas por las distintas leyes de los diferentes países y constituyen un pilar fundamental para que exista un sistema de libre mercado. Alrededor del mundo existen varias cadenas de supermercados que gozan de aceptación y prestigio; estas a su vez imponen barreras estratégicas para el ingreso de nuevos competidores, generando poder de mercado. Para (Obando, 2015) “la existencia de poder de mercado puede incrementarse si existen barreras de entrada que faciliten el abuso de poder de mercado por parte de los supermercados”. Por otro lado (Flexor, 2014) “hace hincapié en que varios países de la Unión Europea y Asia, como Francia, Alemania, Italia o Japón aplicaron un conjunto de normas institucionalizadas con el fin de limitar el poder de mercado de los grandes grupos de distribución”.

La Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado pretende impulsar a los productores de la economía popular y solidaria para que puedan competir en igualdad de condiciones, y así los productos de los pequeños productores puedan tener un espacio en las perchas de los distintos operadores económicos y sean exhibidos junto a los de los grandes productores. Contribuyendo a disminuir las prácticas comerciales desleales. Esta ley “fue creada con el objeto de evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado, la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas, el control y regulación de las operaciones de concentración económica, y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales” (Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, 2016).

Obando (2015) citado por (Rivadeneira, 2016) indica que “el sector de supermercados ha aumentado sus ventas considerablemente desde el año 2004 con base en el Censo Económico Nacional en Ecuador del año 2010 el cual afirma que existen 480 empresas que se dedican a las actividades de comercio al por mayor y menor que a la vez agrupan un total de 269.751 establecimientos que representan el 53% del total de empresas existentes en el Ecuador”.

Las cadenas de supermercados y sus proveedores son establecimientos comerciales que tienen como actividad la venta al por mayor y menor de alimentos como: “pan, cereales, carne, pescado, leche, queso, huevo, aceites, grasas, frutas, legumbres, hortalizas, azúcar, mermelada, miel, chocolate, dulces de azúcar, productos alimenticios, café, té y cacao (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)”. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) citado (Paéz, Hans, Jaime, & Jhon, 2016) “el mayor porcentaje de establecimientos dedicados a esta actividad se encuentran en la región Costa del país con 42.813 supermercados; la provincia de Manabí cuenta con 7.667 de estos establecimientos”.

La ciudad de Calceta cuenta con dos (2) tipos de cadenas de supermercados, los cuales por el desconocimiento de la Resolución N°014, cometen errores significativos que repercuten en los productores que son los más afectados, teniendo poca permanencia, poco reconocimiento y bajas ventas en estos establecimientos. Esta investigación tiene como objetivo diagnosticar el cumplimiento de las buenas prácticas comerciales y cuáles son los efectos que se tienen ante el incumplimiento de las mismas.

## Metodología

Dentro de los métodos teóricos utilizados, destaca el documental, de donde se recolectó información de fuentes bibliográficas, para analizar y sintetizar el comportamiento que tiene los operadores económicos frente a la normativa; mediante los métodos deductivo e inductivo se identificaron los artículos de la Resolución N° 014 y cómo este genera un impacto negativo o positivo para el buen desenvolvimiento de este sector comercial entre los supermercados y proveedores; el estudio de campo mediante entrevistas y encuestas permitió diagnosticar el nivel de cumplimiento sobre la resolución entre los operadores económicos, de contrastar la información resultante entre los actores de este sector.

Además se desarrolló a través de un alcance descriptivo, con el fin de conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes y las realidades de la misma. Para la validación de los instrumentos se utilizó el método Delphi o juicio de experto, donde el conjunto de opiniones de diferentes profesionales expertos en este sector, lograron validar los instrumentos que se aplicaron mediante la entrevista y la encuesta a los gerentes de los supermercados y proveedores respectivamente.

Con la matriz 5W+1H se logró plantear la propuesta mediante acciones correctivas concretas encaminadas a dar solución a este sector económico. La población objeto de estudio en la presente investigación estuvo conformada por cincuenta y un (51) proveedores de la economía popular y solidaria pertenecientes a la provincia de Manabí (INEC, 2017). Además dos (2) tipos de cadenas de supermercados en la ciudad de Calceta elegidos por conveniencia y además se consideró los principios que regula la normativa relacionado a este sector. Para determinar el tamaño muestra se consideró el muestreo probabilístico aleatorio simple para establecer la cantidad de la muestra de cuarenta y tres (43) encuestas.

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

Fórmula 3. 1 Determinación de la muestra

Fuente: (Bernal, 2010)

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad del éxito

Q= Probabilidad del fracaso

Siendo:

N= La población emprendimientos del sector de la Economía popular y solidaria EPS dedicados a la producción de bienes de consumo alimenticios.

Z= 1,65 = 95% de confianza

P= 0,50

Q= 0,50

E=0,05 o 5% de error=0,05 o 5% de error

n= 43 encuestas

$$n = \frac{(51)1,65^2(0,50)(1-0,50)}{0,05^2(51-1)+1,65^2(0,50)(1-0,50)} = 43 \text{ encuestas}$$

Muestreo probabilístico aleatorio simple estratificado según (Otzen & Manterola, 2017) se procedió agrupar a los proveedores por cantones una muestra representativa según el número de proveedores de la economía popular y solidaria de la provincia de Manabí. Luego se seleccionó aleatoriamente a los sujetos finales de los diferentes grupos en esta investigación. La muestra fue cuarenta y tres (43) proveedores de la economía popular y solidaria de los cuales con la realización de la fórmula del muestreo estratificado se establecieron el coeficiente de Kish de 0,84 lo que permitió estratificar el número de proveedores por cantones.

$$Ksh = \frac{n}{N}$$

**Fórmula 1. Muestreo estratificado**

Fuente: (Niño, 2011)

$$Ksh = \frac{43}{51} = 0,84 \text{ coeficiente}$$

**Fórmula 2. Determinación del muestreo estratificado**

Fuente: (Niño, 2011)

**Tabla 1. Estratificación de la muestra por cantones**

Proveedores	Población	Cantones	Coefficiente de Kish	Muestreo estratificado
Economía Popular y Solidaria	51	Portoviejo (23)	0,84	19
		Manta (7)		6
		Chone (12)		10
		Otros cantones (9)		8
Total $\Sigma$	51			43

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la SEPS (2019)

En el procesamiento de los datos y de cara al análisis se receptaron los cuestionarios y se procedió a analizar la

información con el programa Statistical Package For Social Sciences, mediante el procesamiento de los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta a los proveedores de la economía popular y solidaria del sector de alimentos en la provincia de Manabí.

## Resultados

Se empezó con la elaboración de dos cuestionarios con preguntas relevantes para la investigación, el primero consistió en una serie de preguntas dirigidas al gerente y al propietario de las dos cadenas de supermercados, donde cada una de las preguntas estuvieron basadas en la Resolución N° 014 y las prácticas comerciales; asimismo fueron formuladas preguntas para el técnico de apoyo de la Superintendencia de Control y Poder de Mercado basadas en la Ley Orgánica de Regulación Control y Poder de Mercado. Las entrevistas fueron aplicadas en dos (2) cadenas de supermercados de la ciudad de Calceta. De igual forma se realizó la encuesta dirigida a los proveedores de la Economía Popular y Solidaria, la cual estuvo basada en los artículos de la Resolución N° 014 y las prácticas comerciales. El objetivo de la Resolución N° 014 (Normas Regulatorias para las cadenas de supermercados) es tener un control de las prácticas comerciales que se realizan en los diferentes supermercados del país, es decir que los operadores económicos pongan en práctica todas aquellas obligaciones estipuladas en cada uno de los artículos de la mencionada resolución, y así poder mejorar aquellos problemas que surgen en el funcionamiento de este sector. Se procedió a realizar la validación de los instrumentos mediante el método de expertos que como lo define Escobar y Cuervo (2008) citado por (Robles & Rojas, 2015) es una opinión de personas con trayectoria en un tema y que pueden dar información, evidencia, juicio y valoraciones. Lo primero que se realizó fue una caracterización de los diez (10) expertos considerados. Luego se ejecutó la valoración del nivel de conocimiento de los mismos en una escala del uno (1) al diez (10) permitiéndonos identificar el nivel de conocimientos específicos del tema. Se consideró su coeficiente de argumentación respecto a los temas principales de la investigación; de esta manera se obtuvo que ocho (8) de los diez (10) expertos cumplen con los rangos establecidos para la validación de los instrumentos

**Tabla 2. Coeficiente de conocimiento**

Conocimientos específicos	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Experto 6	Experto 7	Experto 8	Experto 9	Experto 10
Leyes antimonopolios.	10	10	10	9	9	10	9	3	10	10
Ley Orgánica de Regulación y Control y Poder de Mercado.	10	9	9	10	9	10	9	6	10	10
Resolución número 14 Normas Regulatorias para Cadenas de Supermercados y sus Proveedores.	10	10	10	9	9	10	9	6	9	10
Prácticas comerciales	10	10	10	10	9	10	10	10	10	8
Economía Popular y Solidaria.	10	10	10	10	10	10	9	10	10	8
<b>Sumatoria</b>	50	49	49	48	46	50	46	35	49	46
<b>Total kc</b>	1	0,98	0,98	0,96	0,92	1	0,92	0,70	0,98	0,92

Fuente: Elaboración propia a partir del checklist aplicado a los expertos (2019)

En la determinación del coeficiente de argumentación o fundamentación (Ka) de los criterios de los expertos, se pudo establecer el nivel alto, medio o bajo este es el conocimiento de cada uno de los expertos sobre los temas relacionados con la investigación. Teniendo en gran parte como resultado un alto nivel de conocimiento de parte de los expertos.

**Tabla 3. Coeficiente de argumentación**

Fuentes de argumentación o fundamentación	Patrón estándar para calcular (Ka)		
	Alto	Medio	Bajo
Conocimiento de la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado	0,3	0,2	0,1
Conocimiento de la aplicación de la Resolución 14 Normas Regulatorias para las Cadenas de Supermercados y sus Proveedores.	0,5	0,4	0,2
Investigación de temas similares realizados por usted	0,5	0,5	0,5
Experiencia adquirida	0,5	0,5	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,4</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del checklist aplicado a los expertos (2019)

**Tabla 4. Fuente de argumentación**

Fuentes de argumentación o fundamentación	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Experto 5	Experto 6	Experto 7	Experto 8	Experto 9	Experto 10
Conocimiento de la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3
Conocimiento de la aplicación de la Resolución 14 Normas Regulatorias para las Cadenas de Supermercados y sus Proveedores	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	0,2	0,5
Investigación de temas similares realizados por usted	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Experiencia adquirida	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
<b>SUMATORIA (Ka)</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del checklist aplicada a los expertos (2019)

Posteriormente se obtuvieron los resultados correspondientes y se definieron los aspectos de mayor influencia, en los cuales se observan los rangos de coeficiente obtenidos para cada una de las opciones aplicadas en las preguntas formuladas a los expertos.

#### Nivel de competencia de los expertos

La presente tabla sirve como referencia para la calificación de los expertos según su nivel de competencia:

**Tabla 5. Nivel de Competencia de los Expertos**

K	Competencia
$0,80 < k \leq 1$	Alta
$0,70 \leq k \leq 0,80$	Media
$0,50 \leq k \leq 0,70$	Baja

Fuente: (Burguet, Rodríguez, & Disnayle, 2019)

$$kp = \frac{\sum kj}{n}$$

$$kp = \frac{0,95 + 0,94 + 0,94 + 0,88 + 0,91 + 0,95 + 0,91 + 0,70 + 0,79 + 0,91}{10} = 0,89$$

Dentro de los resultados obtenidos en el nivel de competencia, aplicado a los expertos mediante el uso de la fórmula (kp), se determinó un nivel alto de competencias en conocimiento y argumentación en el tema investigado.

Por medio de la entrevista a los técnicos de la Superintendencia de Control y Poder de mercado, se logró conocer la manera en que los supermercados y sus proveedores deben cumplir lo establecido en la Resolución N° 014, cuáles son las prácticas comerciales abusivas y anticompetitivas que se presentan con más frecuencia, y las medidas que se toman para evitar estas prácticas. Lo que hace la Superintendencia para controlar y regular los abusos de los operadores económicos del mercado es intervenir a través de realizaciones de estudios de mercados o de informes especiales, estos estudios le permiten a la superintendencia conocer la estructura y dinámica del sector económico al que se quiere investigar, con la finalidad de evidenciar posibles prácticas anticompetitivas. Estos estudios tienen una duración de hasta 180 días, en esos informes especiales se solicita información a los operadores económicos, se convoca a los mismos a rendir sus versiones de acuerdo al sector que se desvuelven y luego se elabora el documento estableciendo conclusiones y recomendaciones que se elevan a la estancia superior para que luego determine si se apertura una investigación ya formal.

Para evaluar el comportamiento de los operadores económicos se utiliza una matriz basada en la Resolución N° 014 Normas regulatorias para las cadenas de



supermercados la cual es aplicada en los operadores económicos cada seis meses, en esta se verifica si existen casos de publicidad engañosa, precios abusivos o precios predatorios, y si se da una correcta ubicación de los productos de los proveedores de la Economía Popular y Solidaria en las góndolas o estanterías, es decir que se lleve a cabo el cumplimiento de cada uno de los artículos y la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado.

La aplicación de la entrevista al gerente y al propietario de las dos cadenas de supermercados, permitió verificar el nivel de cumplimiento y falencias de los mismos en lo establecido en la Resolución N° 014. En la entrevista realizada al gerente del supermercado se pudo observar que a pesar de ser una microempresa en mira de expansión trata de cumplir de forma empírica lo que dispone la ley, debido a que carece de conocimientos acerca de la Resolución N° 014 y por ende no se cumple lo que esta indica.

Por otra parte, se entrevistó a la gerente de una cadena de supermercados a nivel nacional que está posicionada en el mercado como una de las marcas líderes en la comercialización de sus productos. Se pudo identificar mediante la entrevista que quien dirige la sucursal de este establecimiento se encuentra más preparado y con mayor conocimiento de lo que estipula la Resolución N° 014, aun así, no se cumple a plenitud con los porcentajes de compra de productos de actores de la Economía Popular y Solidaria y ubicación de sus productos en las góndolas o estanterías.

La (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017) es de aplicación obligatoria para todos los operadores económicos sujetos a esta norma. Con la aplicación de la ficha de observación en los dos cadenas de supermercados se logró comprobar que los supermercados cumplen con todos los artículos que fueron utilizados en la ficha, empezando por el artículo 2 de la Resolución N° 014 “el cual establece que las cadenas de supermercados son aquellos operadores económicos que posean uno o más establecimientos, que cuenten con tres o más cajas registradoras y que ofrezcan de manera exclusiva o significativa el servicio de venta minorista o expendio al detalle, bajo la modalidad de autoservicio (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017). El supermercado A cuenta con cinco (5) cajas registradoras en el local objeto de estudio y con más de ciento ochenta (180) locales a nivel nacional; por otra parte el supermercado B, también cumple con este artículo ya que cuenta con dos (2) establecimientos y con cuatro (4) cajas registradoras.

Además se constató que ambas empresas cumplen con lo establecido en el artículo 5: obligaciones para las cadenas de supermercados y sus proveedores, incluyendo productos elaborados por actores de la Economía Popular y Solidaria; en las góndolas de los supermercados, y asimismo exhiben productos de marcas competidoras o de diferentes proveedores. De igual forma ambos operadores económicos cumplen con lo establecido en el mismo artículo de que los proveedores tengan que cumplir con las medidas regulatorias y normativas vigentes como las normas de etiquetado y publicidad.

Se pudo establecer que el supermercado A si cuenta con marca propia en sus establecimientos, al contrario del supermercado B, por otra parte se pudo constatar que ambos cumplen lo estipulado en el artículo 25: diversificación de góndolas y que estas están ocupadas por productos de marcas propias y productos de competidores similares. Del mismo se pudo verificar que el supermercado B no cuenta con habladores o sistemas de señalización que faciliten la visualización de productos de la Economía Popular y Solidaria, mientras que el supermercado A sí cuenta con sistemas de señalización de estos productos. Del mismo modo se pudo conocer que ambos supermercados cumplen lo establecido en el artículo 24 de entregar o exhibir productos que sean objeto de promoción anunciadas en público. Utilización de una matriz de criterios de evaluación de inspecciones en la (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017) indica “que su objetivo es mantener el equilibrio entre los operadores económicos y cadenas de supermercados sujetos a esta norma, buscando incluir la participación de los proveedores de la Economía Popular y Solidaria”. La Ficha de Inspección Semestral del Sector de Supermercados tiene como propósito supervisar el acatamiento de los artículos 24, 25, 26, 27 y 29 de la Resolución, la misma es aplicada semestralmente por técnicos de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado y permite verificar si existen casos de publicidad engañosa, precios abusivos o precios predatorios.

El artículo 24 “indica que los operadores económicos deberán responder legalmente al incumplimiento en cuanto a las condiciones de entrega de productos que sean objeto de promociones anunciadas al público (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)”.

Mediante la aplicación de la ficha de inspección en los supermercados se pudo conocer que los proveedores de la Economía Popular y Solidaria, no aplican promociones a sus productos, esto debido al bajo porcentaje de ventas que tienen en estos operadores económicos como se pudo constatar en las encuestas realizadas a los proveedores la cual reflejó que solo un 41,9% de los productores encuestados realizan ventas en estos operadores económicos.

Los artículos 25 y 26 nos indican acerca de la exhibición de los productos y competencia, en la cual “se deberán exhibir en las góndolas de los supermercados productos competidores de diferentes proveedores evitando que se permita que un proveedor o marca ocupe exclusivamente una góndola o estantería, al contrario ésta deberá estar ocupada también por otros productos similares o competidores cuyo espacio de ocupación no será inferior al 15% (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)”, los resultados obtenidos en la ficha de inspección permitieron conocer que los dos supermercados objetos de estudio exhiben un porcentaje sumamente bajo de productos de proveedores de la EPS supermercado A (6%) y supermercado B (1%), no cumpliendo el 15% establecido en la Resolución y que además los productos de estos proveedores son colocados en lugares pocos visibles de las

góndolas o estanterías debido a que como lo indica “el artículo 27 el cuidado y responsabilidad de la forma en que los productos sean exhibidos y ubicados en las perchas corresponde exclusivamente a las cadenas de supermercados” (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017).

Según el artículo 29 señala “que el 20% de las islas, cabeceras y finales de góndolas o estanterías deberán estar ocupadas por los proveedores de la Economía Popular y Solidaria (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)” pudiendo verificar que en las dos cadenas de supermercados si se exhiben productos de la EPS pero no el porcentaje indicado (20%), en el supermercado A, existen seis góndolas y 20 islas, lo cual se debería en cinco al principio o finales de góndolas exhibir productos de la EPS pero solo hay dos góndolas con estos productos, de igual forma en supermercado B cuenta con cuatro cabeceras y finales de góndolas y 6 islas lo que indica que 2 de estas deberían estar ocupadas por estos actores, pero solo una góndola es ocupada para estos productos.

Otro de los puntos que indica el artículo 29 es “que las cadenas de supermercados con la finalidad de promover los

productos pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria EPS implementaran sistemas de señalización que indiquen que en esa estantería se exhiben estos productos (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)”, unos de los supermercados si cuenta con góndolas que tienen este tipo de señalización al contrario de supermercado local

Se realizaron 43 encuestas dirigidas a proveedores manabitas de la Economía Popular y Solidaria del sector de bienes de consumo alimenticio, misma que estuvo basada en la Resolución N° 014, Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado y las prácticas comerciales que se dan en estos operadores económicos.

#### Análisis de la información

A continuación se presenta de manera detallada el análisis de las principales preguntas realizadas en las encuestas a los proveedores de la Economía Popular y Solidaria de 10 cantones de la provincia de Manabí:

**Tabla 6.** Conocimiento de la resolución N° 014 de la LORCPM

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	21	46,7	48,8	48,8
	Raramente	12	26,7	27,9	76,7
	Ocasionalmente	2	4,4	4,7	81,4
	Frecuentemente	6	13,3	14,0	95,3
	Muy frecuentemente	2	4,4	4,7	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

Con la realización de las encuestas se pudo constatar que a pesar de que los técnicos de la superintendencia manifestaron que la alternativa que ellos utilizan para evitar el abuso de poder de los operadores económicos hacia los proveedores era la difusión de la Resolución N° 014, un 48,8% de los encuestados afirmaron no tener conocimiento de esta Resolución ni del objetivo que tiene la misma de “prevenir efectos de exclusión, barreras de mercado e

impulsar la participación de los actores de la Economía Popular y Solidaria EPS (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)”; por otra parte, un 4,7% de los encuestados afirmaron tener conocimiento, siendo este un porcentaje bajo en comparación con el desconocimiento de la misma.

**Tabla 7.** Cumplimiento de las medidas regulatorias y normativas vigentes (etiquetado publicidad o requerimientos de calidad)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,2	2,3	2,3
	Raramente	2	4,4	4,7	7,0
	Ocasionalmente	8	17,8	18,6	25,6
	Frecuentemente	12	26,7	27,9	53,5
	Muy frecuentemente	20	44,4	46,5	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

El 46,5% de los encuestados afirmaron que “sus productos cumplen con todas las medidas regulatorias y normativas vigentes, como normas de etiquetado, publicidad o requerimientos de calidad como lo establece la (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)” debido que esto es un requisito indispensable al momento de vender sus productos en las cadenas de supermercados, aunque un 2,3% dijeron no contar con todos estos requisitos o estar en trámite de los mismos lo que dificulta el ingreso de sus productos a los operadores económicos.

**Tabla 8. Contribución de políticas para mejorar las prácticas comerciales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,7	7,0	7,0
	Raramente	8	17,8	18,6	25,6
	Ocasionalmente	17	37,8	39,5	65,1
	Frecuentemente	5	11,1	11,6	76,7
	Muy frecuentemente	10	22,2	23,3	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

Las políticas de codificación establecidas en la (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017) permite que “los operadores de forma anticipada y previo a la celebración del contrato de provisión, pongan en conocimiento de los proveedores las políticas, requisitos y demás aspectos relacionados para la codificación de proveedores y/o productos” el 39,5% de los encuestados dicen que ocasionalmente estas políticas contribuyen a mejorar sus prácticas comerciales con los operadores económicos, sin embargo el 7% indicaron que esta política no mejora las prácticas comerciales entre proveedores y operadores debido a que se les exige proveer un 4% de muestras de la facturación anual sus productos y esto ocasiona pérdidas por sus bajos volúmenes de producción y ventas.

**Tabla 9. Políticas de codificación establecidas en la resolución N° 014 contribuyen a mejorar las prácticas comerciales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	40,0	41,9	41,9
	Raramente	3	6,7	7,0	48,8
	Ocasionalmente	4	8,9	9,3	58,1
	Frecuentemente	7	15,6	16,3	74,4
	Muy frecuentemente	11	24,4	25,6	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

La (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017) expresa que “uno de sus objetivos establece que las

cadenas de supermercados no podrán imponer a sus proveedores que asuman el costo de las campañas promocionales propias de la cadena ni viceversa” aun así un 25,6% de los encuestados indicaron que muy frecuentemente los operadores económicos los obligan a asumir los costos de campañas promocionales de sus productos, aunque un 41,9% alegaron que las cadenas de supermercados donde ellos venden sus productos no les exigen asumir estos costos.

**Tabla 10. Cumplimiento con los plazos de pagos establecidos en el art. 12 de la resolución N°014**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,9	9,3	9,3
	Raramente	7	15,6	16,3	25,6
	Ocasionalmente	19	42,2	44,2	69,8
	Frecuentemente	4	8,9	9,3	79,1
	Muy frecuentemente	9	20,0	20,9	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

En el art. 12 de Resolución 014 expresa cuáles son los plazos de pago que tienen los supermercados, estos van desde 15 hasta 60 días, el 44,2% de las encuestas reflejan que ocasionalmente los supermercados cumplen con las fechas de pagos establecidas que para los productos de la Economía Popular y Solidaria – EPS es de 15 días, mientras que un 9,3% afirmaron que nunca se cumplen estos plazos pudiéndose observar que la mayoría de los proveedores tienen pocos problemas al momento de recibir los pagos correspondientes de sus facturas.

**Tabla 11. Contribución de la resolución N°14 a mejorar las prácticas comerciales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,4	4,7	4,7
	Raramente	10	22,2	23,3	27,9
	Ocasionalmente	18	40,0	41,9	69,8
	Frecuentemente	8	17,8	18,6	88,4
	Muy frecuentemente	5	11,1	11,6	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

El objetivo de la (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017) es “mantener la armonía y el equilibrio entre los operadores económicos sujetos a esta norma evitando que se realicen prácticas comerciales que constituyan riesgos a la competencia y que ocasionen distorsión en el mercado” cabe destacar que existe desconocimiento de esta resolución por parte de los proveedores. Un 41,9% de



los encuestados indicaron que ocasionalmente la resolución si mejora la relación proveedores- operadores económicos porque en esta se estipulan artículos que proteger a los proveedores otorgando igual trato comercial sin discriminación, sin embargo un 4,7% indican que la Resolución no mejora las prácticas comerciales, esto puede ser debido al desconocimiento que existe de la misma.

**Tabla 12. Productos de la Economía Popular y Solidaria comercializados en las cadenas de supermercados**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,7	7,0	7,0
	Raramente	7	15,6	16,3	23,3
	Ocasionalmente	9	20,0	20,9	44,2
	Frecuentemente	6	13,3	14,0	58,1
	Muy frecuentemente	18	40,0	41,9	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,4		
Total		45	100,0		

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

El 41,9% de las encuestas realizadas reflejaron que muy frecuentemente las cadenas de supermercados incorporan productos de la EPS en sus góndolas, solamente un 7% de los encuestados indicaron que estos operadores económicos nunca realizan compra de sus productos lo que revela que no tienen conocimiento del art. 29 de la (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017)“el cual asegura que el 20% del total de las islas y finales góndolas o estanterías, deberán ser ocupadas por los proveedores de la Economía Popular y Solidaria - EPS artesanos, micro o pequeñas empresas con productos”

**Tabla 13. Exhibición sin costos adicionales los productos de la EPS en cumplimiento del art 26 de la resolución N° 014**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,5	9,3	9,3
	Raramente	15	31,9	34,9	44,2
	Ocasionalmente	9	19,1	20,9	65,1
	Frecuentemente	6	12,8	14,0	79,1
	Muy frecuentemente	9	19,1	20,9	100,0
	Total	43	91,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	8,5		
Total		47	100,0		

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a los proveedores de la EPS (2019)

“El art. 26 de la (Superintendencia de poder y control de mercado, 2017) indica la obligatoriedad en la exhibición, sin costo adicional al proveedor, ya sea en las góndolas o estanterías de cualquier cadena de supermercado” del total de encuestados el 34,9% indicaron que raramente se cumple este artículo debido a que algunas de las cadenas de supermercados sí les cobran un porcentaje por exhibir sus productos en las góndolas y que estos sean ubicados en un lugar visible al público, mientras que un 20,9% señalaron que los operadores económicos no cobran por exhibir sus productos que por el contrario son colocados en lugares visibles y acompañados de productos similares o competidores.

La ejecución del diagrama de Ishikawa permitió por medio de una representación gráfica sencilla agrupar causas y efectos relacionados a la investigación.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios y checklist aplicados a los operadores económicos (2019)

**Figura 1. Diagrama de Ishikawa**

La realización de la técnica 5w+1H estuvo dirigida a la SCPM y a los actores que intervienen en esta ley: operadores económicos y los proveedores. En esta se plantearon acciones a superar entorno a la problemática

existente en la investigación, respondiendo a seis interrogantes básicas de esta técnica y estableciendo indicadores de cumplimiento que permitan mejorar los aspectos con desempeño insuficientes.



Tabla 14. Matriz 5w+1h para el sector de supermercados

Indicadores de acciones a mejorar	¿Qué hacer? (¿what?)	¿Por qué hacerlo? (¿why?)	¿Cuándo hacerlo? (¿when?)	¿Dónde hacerlo? (¿where?)	¿Quién debe hacerlo? (¿who?)	¿Cómo hacerlo? (how)
Regulación y control del poder de mercado y resolución N° 014	Socializar la resolución N° 014 a los administradores de los operadores económicos		Semestral		SCPDM	Capacitaciones de la resolución N° 014 normas regulatorias para las cadenas de supermercados
Normativas	Simplificar trámites en el cumplimiento de las medidas regulatorias y normativas vigente		Anualmente		SCPDM.	Capacitar a proveedores y darles a conocer la importancia de que sus productos cuenten con estas medidas regulatorias y normativas vigentes.
Proveedores	Mejorar la comunicación entre proveedores y operadores económico, entregando información de la rotación de sus productos		Trimestralmente		SCPDM	Verificando el cumplimiento del art 5 obligaciones para las cadenas de supermercados y sus proveedores numeral 8 (las cadenas de supermercados deberán entregar al proveedor la información sobre la rotación de sus productos sin ningún costo cada trimestre ) y firmando acuerdos escritos donde se establezca la entrega de esta información además de aplicar sanciones en casos de incumplimiento Participar en ruedas de negocio con los operadores económicos
	Impulsar productos del sector de EPS en los operadores económicos		Trimestralmente		Actores de la Economía Popular y Solidaria y operadores económicos	
Productos	Cumplir con el 20% de productos de la EPS en la comercialización y exhibición en las góndolas como lo establece en la Resolución 014		Trimestralmente		Operadores económicos	Supervisar el cumplimiento del porcentaje establecido en la Resolución 014 y en caso de incumplimiento aplicar sanción
Pagos	Respetar el contrato y los plazos de pago establecido en la resolución 014 (máximo 15 días de plazo de pago)		Permanentemente		Operadores económicos, Proveedores, SPCM	Seguimiento del cumplimiento de plazos de pagos
Prácticas comerciales	Reducir el porcentaje anual de muestras de productos para codificación a 2%		Permanentemente		SCPDM	Realizando una modificación del art 17 codificación de proveedores, productos y cadenas de supermercados literal ocho (para la codificación de un nuevo producto, la cadena de supermercados podrá solicitar muestras al proveedor, las cuales en conjunto no podrán exceder el 4% de la facturación anual del proveedor a esa cadena de supermercado)
	Eliminar la práctica de cobrar preferencia de exhibición de productos en sus góndolas a los proveedores de EPS		Permanentemente		Operadores económicos	Sancionando a los operadores económicos que permiten esta práctica comercial

Desconocimiento de la Resolución 014 Normas Regulatorias para las Cadenas de Supermercados

Sector de bienes de consumo alimenticio de las cadenas de supermercados y sus proveedores de la ciudad de Calcuta

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios aplicados a los operadores económicos (2019).

**Tabla 15. Indicadores y verificador de cumplimiento en la implementación de las propuestas de la herramienta 5w+1h**

Indicadores de acciones a mejorar	Indicador de cumplimiento	Verificador
Regulación y control del poder de mercado y resolución N° 014	N° de capacitaciones sobre normas regulatorias a los supermercados y proveedores	Informe de capacitaciones
Normativas	Impulsar la simplificación de trámites regulatorios	Informe de trámites resueltos a los proveedores
Proveedores	N° de visitas regulatorias a supermercados N° de productos de la Economía popular y solidaria impulsadas en los supermercados	Informe de visitas técnica Informe de campañas publicitarias y ferias realizadas para los productos de la EPS
Productos	Porcentaje de cumplimiento de productos de la EPS comercializados en los operadores económicos	Visita e informe de cumplimiento de productos de la EPS comercializados
Pagos	Porcentaje de cumplimiento en pagos establecidos	Informe de cumplimiento de pagos establecidos
Prácticas comerciales	N° de artículos modificados en la Resolución 014 N° de operadores económicos sancionados por incumplimiento	Informe sobre artículos modificados Informe de operadores económico sancionados por incumplimiento.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de cuestionarios aplicados a los operadores económicos (2019).

### Conclusiones

- La Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, y la Resolución N° 014 Normas Regulatorias para las cadenas de supermercados y proveedores no cuenta con lineamientos adecuados para poder medir correctamente el estado de las prácticas comerciales, y así conocer el cumplimiento de la normativa, la Ficha de Inspección Semestral del Sector de Supermercados que utilizan para supervisar el acatamiento de los artículos no permite conseguir la información necesaria de las prácticas que se realizan en los operadores económicos debido a que es una ficha muy básica y solo se verifica el cumplimiento de cinco artículos de la mencionada resolución dejando muchos artículos relevantes fuera de la supervisión del cumplimiento lo que provoca que las cadenas de supermercados sigan cometiendo errores que afectan en su mayor parte a los proveedores de la Economía Popular y Solidaria. Es imperante para este sector ir construyendo indicadores de medición para poder conocer el comportamiento entre los supermercados y proveedores, además de capacitar a los proveedores de la EPS y dueños o administradores de las cadenas de supermercado esto con el fin de fortalecer las prácticas comerciales donde se impulse la comercialización de productos de la Economía Popular Solidaria en las cadenas de supermercados y se cumpla de manera correcta con cada uno de los artículos de la resolución evitando de esta manera prácticas comerciales desleales en el mercado y en caso de reincidencia en estos errores se apliquen sanciones por incumplimiento.
- Por el desconocimiento de la Normas Regulatorias para las cadenas de supermercados y sus proveedores los operadores económicos no cumplen lo establecido en la resolución afectando a los pequeños proveedores de la Economía Popular y Solidaria del sector de bienes de consumo alimenticio teniendo bajas ventas esto debido a que las cadenas de supermercados no compran el porcentaje de productos establecido por la Resolución N° 014 a los proveedores de la EPS, poco reconocimiento ya que existe poca exhibición de estos

productos, los cuales se encuentran ubicados en los finales de las góndolas siendo poco visibles, además no se proporciona la debida señalización para promover la venta de estos productos como lo indica el artículo 29 y poca permanencia en los operadores económicos por la preferencia de productos con marcas ya posicionadas en el mercado y la poca publicidad que se le da a los productos de la EPS

- La realización de la técnica 5w+1H estuvo dirigida a la SCPM y a los actores que intervienen en esta ley: operadores económicos y los proveedores, la cual se realizó por el desconocimiento de la Resolución N° 014 Normas Regulatorias para las cadenas de supermercados y estuvo dirigida al sector de bienes de consumo alimenticio en las cadenas de supermercados y sus proveedores de la ciudad de Calceta en la cual se da respuesta a seis interrogantes básicas, mediante esta herramienta se plantearon acciones a superar entorno a la problemática existente en la investigación e indicadores de cumplimiento que permitieron mejorar los aspectos con desempeño insuficiente y mejorar la gestión de buenas prácticas comerciales entre operadores económicos y proveedores.

### Referencias

- Resolución N° 014 -Normas Regulatorias para las Cadenas de Supermercados y sus proveedores.* (2017). Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/12/Resolucion-No.-014-expedicion-de-nuevas-Normas-Regulatorias-para-las-Cadenas-de-Supermercados-y-sus-Proveedores.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). Person Educación.
- Burguet, I., Rodríguez, A., & Disnayle, J. (2019). Aplicación de tecnologías para la determinación de la competencia de los expertos. *Cubana de Ciencias Informáticas*, 13(1).

- Flexor, G. (agosto de 2014). Las tiendas frente a la "revolución de los supermercados": el caso de la Región Metropolitana de Río de Janeiro. *SciELO*, 14(45), 1.
- Hernández, F., & Robaina, J. (16 de Abril de 2017). Guía para la utilización de la metodología Delphi en las etapas de comprobación de productos terminados tipo software educativo. *Órgano Científico Estudiantil de Ciencias Médicas de Cuba*, 6.
- INEC. (2017). *Directorio de Empresas*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2019, de [https://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QVAJAXZfc/opensoc.htm?document=empresas\\_test.qvw&host=QVS@virtualqv&anonymous=true](https://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QVAJAXZfc/opensoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS@virtualqv&anonymous=true)
- Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado. (10 de Octubre de 2016). *Lexis*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec086es.pdf>
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). Colombia, Bogotá.
- Obando, C. (Mayo de 2015). *Pontificia Universidad Católica de Ecuador*.
- Otzen, T., & Manterola, C. (Marzo de 2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *SciELO*, 35(1).
- Paéz, P., Hans, E., Jaime, B., & Jhon, R. (2016). *Competencia e Innovación en el Sector de Supermercados*. (A. B. Valdiviez, Ed.) Comité Editorial Superintendencia de Control del Poder de Mercado.
- Rivadeneira, G. (2016). *Las estrategias de comercialización como eje de los procesos de concentración: Análisis del sector retail del Ecuador 2004-2014*. Tesis Economía, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía, Quito.
- Robles, P., & Rojas, M. (14 de Febrero de 2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística aplicada a la enseñanza de las lenguas*, 1.