



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ESTUDIO ECONÓMICO DEL MERCADO FORMAL EN LA
ZONA CENTRO DE RIOBAMBA, AÑO 2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

JONATHAN FERNANDO PADILLA DE LA CRUZ

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ESTUDIO ECONÓMICO DEL MERCADO FORMAL EN LA
ZONA CENTRO DE RIOBAMBA, AÑO 2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: JONATHAN FERNANDO PADILLA DE LA CRUZ

DIRECTOR: PH.D. ROBERTO ISAAC COSTALES MONTENEGRO

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Jonathan Fernando Padilla de la Cruz

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Jonathan Fernando Padilla de la Cruz, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 23 de junio de 2023

A handwritten signature in blue ink that reads "Jonathan Padilla". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

Jonathan Fernando Padilla de la Cruz

C.I.: 0503661845

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **ESTUDIO ECONÓMICO DEL MERCADO FORMAL EN LA ZONA CENTRO DE RIOBAMBA, AÑO 2022.**, realizado por el señor: **JONATHAN FERNANDO PADILLA DE LA CRUZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Dr. Juan Alberto Ávalos Reyes PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-06-23
Dr. Roberto Isaac Costales Montenegro DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-06-23
Econ. María Francisca Cazorla Logroño ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-06-23

DEDICATORIA

A mis abuelos maternos quienes me inculcaron el valor del estudio en mis primeras etapas formativas la misma que me han sido útiles hasta la actualidad, a mi hermana quien me ha apoyado incondicionalmente en este proceso y mi mamá quien se ha esforzado para en todos los ámbitos con el fin de contribuir a alcanzar mis metas.

Jonathan

AGRADECIMIENTO

A todos mis docentes quienes me formaron académicamente desde mis inicios ya que sus enseñanzas me han llevado a tener el conocimiento necesario para poder desenvolverme de buena manera en el ámbito universitario, de igual manera a todos mis docentes de ESPOCH quienes en estos cinco años nos han compartido sus conocimientos y vivencias que nos serán de gran utilidad en el campo laboral.

Jonathan

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Delimitación del problema.....	5
1.4. Objetivos.....	6
<i>1.4.1. Objetivo General.....</i>	<i>6</i>
<i>1.4.2. Objetivos Específicos.....</i>	<i>6</i>
1.5. Justificación.....	6
<i>1.5.1. Justificación teórica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.5.2. Justificación metodológica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.5.3. Justificación social.....</i>	<i>7</i>

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Comercio formal.....	8
2.2. Estudio económico.....	8
<i>2.2.1. Enfoques del estudio económico.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.1.1. Economía teórica.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.1.2. Economía empírica.....</i>	<i>11</i>
<i>2.2.1.3. Microeconomía.....</i>	<i>11</i>
<i>2.2.1.4. Macroeconomía.....</i>	<i>12</i>
<i>2.2.1.5. Economía normativa.....</i>	<i>12</i>
<i>2.2.1.6. Economía positiva.....</i>	<i>12</i>
<i>2.2.1.7. Economía ortodoxa.....</i>	<i>13</i>

2.2.1.8. <i>Economía heterodoxa</i>	13
2.3 Desarrollo local	13
2.3.1 <i>Dimensión socio cultural</i>	15
2.3.2 <i>Dimensión económica</i>	15
2.3.3 <i>Dimensión social</i>	15
2.3.4 <i>Dimensión jurídico- político- administrativo</i>	15
2.3.5 <i>Dimensión de participación social</i>	16
2.3.6 <i>Dimensión científica- tecnológica</i>	16
2.3.7 <i>Tipos de propuestas hacia el desarrollo local</i>	16
2.3.8 <i>Indicadores del desarrollo local</i>	18
2.3.9 <i>Factores que intervienen en el desarrollo local</i>	19
2.4 Los Gobiernos Autónomos Descentralizados en el Ecuador	20
2.4.1 <i>Conceptos</i>	20
2.4.2 <i>Competencia</i>	20
2.4.3 <i>Funciones de los GADS</i>	21
2.5 Análisis FODA	23
2.5.1 <i>Fortalezas en FODA</i>	23
2.5.2 <i>Oportunidades en FODA</i>	23
2.5.3 <i>Debilidades en FODA</i>	24
2.5.4 <i>Amenazas en FODA</i>	24

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO	25
3.1 Enfoque de investigación	25
3.1.1 <i>Mixto</i>	25
3.1.1.1 <i>Cualitativo</i>	25
3.1.1.2 <i>Cuantitativo</i>	25
3.2 Nivel de Investigación:	26
3.2.1 <i>Exploratorio</i>	26
3.2.2 <i>Explicativo</i>	26
3.2.3 <i>Documental</i>	26
3.3 Método:	27
3.3.1 <i>Inductivo</i>	27
3.3.2 <i>Deductivo</i>	27
3.3.3 <i>Analítico</i>	27
3.4 Diseño	28

3.5	Tipo de estudio.....	28
3.6	Diseño transversal.....	28
3.7	Población y muestra.....	29
3.7.1	<i>Población</i>	29
3.7.2	<i>Muestra</i>	29
3.8	Técnicas e instrumentos de investigación.....	30
3.8.1	<i>Encuestas</i>	30
3.8.1.1	<i>Cuestionario</i>	30
3.8.2	<i>Observación</i>	31
3.8.3	<i>Entrevista</i>	31
3.8.3.1	<i>Guía de entrevista</i>	31

CAPÍTULO IV

4	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	32
4.1	Análisis e interpretación de resultados.....	32
4.1.1	<i>Encuesta aplicada a los comerciantes de los mercados:</i>	32
4.2	Discusión de resultados.....	48

CAPÍTULO V

5	MARCO PROPOSITIVO	50
5.1	Título de la propuesta	50
5.2	Antecedentes de la localidad.....	50
5.2.1	<i>Datos de la localidad</i>	50
5.2.2	<i>Reseña histórica</i>	50
5.2.3	<i>Filosofía organizacional</i>	51
5.2.3.1	<i>Misión</i>	51
5.2.3.2	<i>Visión</i>	51
5.2.3.3	<i>Valores de la Institución</i>	51
5.3	Análisis Situacional	52
5.4	Productos Ofertados	52
5.5	Análisis FODA.....	53
5.5.1	<i>Matriz estratégica</i>	55
5.6	Estructura del plan acción comercial de los negocios y de desarrollo local.....	56
5.6.1	<i>Fase de información y consulta</i>	57
5.6.2	<i>Fase de capacitación y fortalecimiento de la actividad económica</i>	58

5.6.3	<i>Fase de manejo de recursos y financiación del plan de acción</i>	59
5.6.4	<i>Fase de procesos legales necesarios</i>	60
5.7	Cronograma de ejecución	62

CAPÍTULO VI

6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
----------	---------------------------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Población	29
Tabla 1-4: Género	32
Tabla 2-4: Edad.....	34
Tabla 3-4: Nivel de instrucción.....	35
Tabla 4-4: Motivos de inicio del negocio.	36
Tabla 5-4: Afectación de la actividad económica de los mercados.	37
Tabla 6-4: Inversión para mejoras de la actividad económica.	38
Tabla 7-4: Montos justos por puestos.	39
Tabla 8-4: Precio justo de productos comercializados.....	40
Tabla 9-4: Recursos que mejoran las condiciones del mercado.....	41
Tabla 10-4: Políticas como factor de aumento de la informalidad.	42
Tabla 11-4: Capacitaciones para interactuar con clientes.	43
Tabla 12-4: Capacitación para mejorar la actividad económica.	44
Tabla 13-4: Cierre de actividad económica	45
Tabla 1-5: Datos de la organización	50
Tabla 2-5: Matriz FODA	53
Tabla 3-5: Matriz estratégica	55
Tabla 4-5: Estructura Plan de acción	56
Tabla 5-5: Estructura Plan de acción	62

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4: Género.....	32
Ilustración 2-4: Edad.	34
Ilustración 3-4: Nivel de instrucción.	35
Ilustración 4-4: Motivos de inicio del negocio.....	36
Ilustración 5-4: Afectación de la actividad económica de los mercados.....	37
Ilustración 6-4: Inversión para mejoras de la actividad económica.	38
Ilustración 7-4: Montos justos por puestos.....	39
Ilustración 8-4: Precio justo de productos comercializados.	40
Ilustración 9-4: Recursos que mejoran las condiciones del mercado.....	41
Ilustración 10-4: Políticas como factor de aumento de la informalidad.....	42
Ilustración 11-4: Capacitaciones para interactuar con clientes.	43
Ilustración 12-4: Capacitación para mejorar la actividad económica.....	44
Ilustración 13-4: cierre de actividad económica.....	45
Ilustración 1-5: Mapa físico de Riobamba	52

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE CUESTIONARIO APLICADO A LA MUESTRA

ANEXO B: GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS DIFERENTES AUTORIDADES

ANEXO C: FOTOGRÁFICO

ANEXO D: DOCUMENTAL

RESUMEN

Los acontecimientos sociales, políticos y ambientales han causado el estancamiento y lento desarrollo del comercio formal causando el abandono del mismo, generando el aumento de actividades informales perjudicando al desarrollo de las actividades productivas legales, por lo tanto el objetivo principal fue la elaboración de un estudio económico mediante el cual se busca determinar las ventajas, desventajas, problemáticas y factores que conllevan al poco desarrollo del comercio formal de la zona centro de Riobamba bajo contextos como fue la pandemia, problemas estructurales y sociales. Para el proceso de análisis se aplicó una encuesta a la muestra de la población de los mercados conformada por 307 personas, así como también una entrevista a unos administradores de los diferentes mercados, para lo cual se elaboró la interpretación y discusión de resultados en base a los diversos criterios. A continuación, se realizó un análisis situacional considerando la población económicamente activa y las principales actividades productivas, al igual que una matriz estratégica mediante el análisis FODA. Con los resultados obtenidos se determinó que a pesar de que el comercio sea la segunda actividad con más demanda, al no ser regulado no genera un aporte considerable, siendo esto más evidente en el periodo de pandemia donde se ocasionó un estancamiento que ha impedido seguir evolucionando el comercio, motivo por el cual se propuso un plan de acción de fortalecimiento y desarrollo del comercio formal, el cual mediante estrategias, indicadores, alcances y metas ayuden a mejorar las condiciones de los comerciantes. Se concluye que el comercio formal ha contribuido en la reactivación económica debido a la variedad de productos y al levantamiento de las restricciones por diversos factores sociales y naturales, sus ingresos permiten el abastecimiento de familias, pago de servicios básicos y plazas de trabajo.

Palabras clave: <MERCADO FORMAL>, <DESARROLLO LOCAL>, <MERCADO TRADICIONAL>, <PLAN ESTRATÉGICO>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



07-07-2023

1420-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

Social, political, and environmental events have caused the stagnation and slow development of formal commerce causing its abandonment, discovering the increase in informal activities harming the development of legal productive activities, therefore the main objective was the preparation of a study through which it seeks to determine the advantages, disadvantages, problems, and factors that lead to the little development of formal commerce in the downtown area of Riobamba under contexts such as the pandemic, structural and social problems. For the analysis process, a survey was applied to the sample of the population of the markets made up of 307 people, as well as an interview with some administrators of the different markets, for which the interpretation and discussion of results were prepared in based on several criteria. Next, a situational analysis was carried out considering the economically active population and the main productive activities, as well as a strategic matrix through the SWOT analysis. With the results obtained, it was extended that even though commerce is the second activity with the highest demand, since it is not regulated it does not generate a considerable contribution, this being more evident in the pandemic period where a stagnation occurred that prevented further evolution, this is why an action plan was made to strengthen and develop formal trade, which through strategies, indicators, scope, and goals help improve the conditions of traders. It is concluded that formal commerce has contributed to the economic reactivation due to the variety of products and the lifting of restrictions due to various social and natural factors, its income allows the supply of families, payment of basic services and jobs.

Keywords: <FORMAL MARKET>, <LOCAL DEVELOPMENT>, <TRADITIONAL MARKET>, <STRATEGIC PLAN>, <RIOBAMBA (CANTON)>.



Lcda. Yajaira Natali Padilla Padilla

0604108126

INTRODUCCIÓN

Los mercados a nivel mundial han sufrido grandes percances que han puesto en riesgo la economía, debido a un echo impredecible como es el COVID 19 el mismo que ha ocasionado que gran parte de la población sufra grandes pérdidas en muchos ámbitos pero principalmente el económico, sin dejar de lado aquellos problemas internos a nivel país que mantienen a muchos con panoramas inciertos y se mantenga en la cuerda floja, más aún aquellos pequeños comerciantes que interactúan en los mercados tradicionales de una pequeña ciudad o sector, por ende estos sucesos ha agravado mucho más los ingresos familiares por lo que muchos prefieren evitar el comercio formal generando caos y pérdidas tanto para los comercios formales como para el fisco, los mismos que ha sufrido pérdidas de ingresos por concepto de tributos tal como ocurre en la ciudad de Riobamba. En este sentido se diseña un “**ESTUDIO ECONÓMICO DEL MERCADO FORMAL EN LA ZONA CENTRO DE RIOBAMBA, AÑO 2022**”, con el propósito de analizar los problemas que enfrenta el mercado tradicional, proponiendo medidas a considerar para tomar decisiones. El presente trabajo considera 6 capítulos.

Capítulo I: Se logra definir el planteamiento del problema que se ha podido identificar, conforme a lo que se quiere estudiar en este comprende la formulación del problema, los objetivos generales y específicos que serán la guía para el desarrollo del trabajo, así también como la justificación teórica, metodológica y práctica. De tal manera que se deja claramente determinado el motivo del presente trabajo investigativo y lo que se quiere alcanzar.

Capítulo II: Se detalla el marco teórico, donde se sustenta el desarrollo del trabajo investigativo apoyándonos en fuentes bibliográficas acorde a la naturaleza de la investigación, con el fin de estructurar el marco teórico y conceptual señalando las variables que intervienen en el mismo.

Capítulo III: Se especifica el enfoque, alcance, diseño, tipo, métodos, técnicas e instrumentos de investigación empleadas en el transcurso de la recolección de información.

Capítulo IV: Se procede a realizar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la utilización de las técnicas e instrumentos de investigación, además se lleva a cabo la discusión por medio de la argumentación, sistematización y cuestionamiento de la información obtenida para posteriormente se puede responder a la pregunta de la formulación del problema.

Capítulo V: Se desarrolla el marco propositivo en donde se plantea una solución al problema planteado según la naturaleza de la investigación

Capítulo VI: Se establecen las conclusiones y recomendaciones de la investigación con referencia a la problemática planteada y finalmente se ratifica la solución planteada tomando en cuenta los puntos relevantes considerados de la investigación esto conllevara a lograr implementar las estrategias de mejora a la problemática planteada.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En los últimos años la economía mundial ha sufrido muchos altibajos debido a la recesión económica especialmente aquellas economías en vías de desarrollo, lo cual provoca la caída del poder adquisitivo en donde pocas personas podrán mantener su calidad de vida y muchas otras tampoco podrán mejorar las mismas por ende un autor nos menciona que:

Según (Banco Mundial, 2020) Las preocupaciones relacionadas con la inseguridad alimentaria siguen siendo considerables en varias economías emergentes y de mercados emergentes. Dichas preocupaciones están motivadas por los impactos de la recesión mundial en los ingresos, las dificultades en la disponibilidad de alimentos a nivel local y las restricciones aduaneras que han restringido la oferta de trabajo. La inflación del precio de los alimentos se ha acelerado considerablemente en varios países.

En cuanto a los distintos desfases económicos que pueden surgir en una economía siempre es importante tener reservas monetarias suficientes para soportar la crisis, inyectando el mismo de una manera óptima en aquellos sectores que más lo necesitan con el fin de que mantener un panorama o una posición estable en los diferentes mercados tratando de evitar a toda costa cierres que podrían ocasionar despidos y por ende agravar la situación económica de la población en general.

Los bancos centrales empiezan a tener un papel cada vez más esencial en cuanto existe una desaceleración económica ya que son los encargados de mantener la liquidez en el país por ende deben utilizar todas las herramientas y mecanismos a su disposición para poder preservar la liquidez y poder contrarrestar las variaciones excesivas de las divisas mediante el incentivo a que sea de uso colectivo los instrumentos cambiarios. Se puede buscar la manera y facilidades de dar buen uso a los mercados de divisas transaccionando con moneda extranjeras dando buen uso a las reservas y obteniendo rédito económico

Según (Montoya y otros, 2020) América Latina y el Caribe es la región más desigual y vulnerable, donde la mayor parte de los trabajadores se desempeñan en el sector informal y, por tanto, carecen de una red de protección social. Esto hará muy factible que los niveles de pobreza general y los de pobreza laboral, en particular se incrementen de forma dramática.

América Latina y el Caribe a lo largo de su historia han llevado consigo el peso de la desigualdad en cuanto al ámbito económico y social claro está que a través de los años también se han estudiado y analizado aquellos factores que agravan este entorno con el fin de mitigar los sin embargo existen factores externos los cuales no podemos manipularlos de ninguna manera, y esto es lo que influye en escenarios no tan favorables el ámbito económico como los que se viven actualmente:

Según (PRIMICIAS, 2022) La mayoría de los países, como Perú y Colombia, logró revertir hasta 2021 las pérdidas de PIB que tuvieron lugar durante la crisis pandémica. Entre esas naciones no está Ecuador, que acumulaba pérdidas de 3,77% del PIB. Si la previsión de 4,3% prevista para 2022 por el Banco Mundial se cumple, Ecuador recién podría revertir las pérdidas de la crisis sanitaria en este año. Pero la proyección del Banco Mundial es más optimista que la del Banco Central del Ecuador, que prevé una recuperación del PIB más modesta, de 2,8%.

Los problemas internacionales como son los conflictos armados y los temas de salud como la pandemia y otros factores han ocasionado una caída en cuanto a la demanda internacional en cuestión de muchos productos frenando muchas transacciones internacionales ocasionando una desaceleración del PIB. En si el mundo atraviesa una crisis ya que la guerra Ucrania y Rusia afecta a todos los países quienes mantienen relaciones comerciales activas frenando así una gran cantidad de importaciones y exportaciones generando perdidas considerables y de igual manera provocando un incremento de precio en ciertos productos que escasean y son esenciales o necesarios en algunas industrias.

Según (Sánchez y otros, 2022) El contexto económico de la situación actual de los hogares de Riobamba en relación con los meses enero a abril del año 2022 en cuanto a la situación del hogar se puede notar que el 12% ha mejorado, mientras que el 69,38% no ha tenido ningún cambio y el 18,32% restante indicó que su situación ha empeorado. Del mismo modo en el caso de la situación futura las encuestas aplicadas evidencian que el 20,94% esperan que su situación mejore en los próximos tres meses, el 32,46% no espera ningún cambio y el 46,57% cree que su situación empeorará.

En la actualidad con una realidad un tanto especial debido a la etapa post pandemia hemos sido testigos que los mercados han tenido problemas por diversos factores que han mermado su productividad impactando de cierta manera la economía y la recaudación de impuestos, a la larga a demás podría causar la quiebra de los mercados ya que muchos prefieren apostarle a la informalidad y dejan los puestos formales. Basándonos en que en que la economía de Riobamba se basa en parte a productos del campo mismos que llegan a las principales ciudades a ser comercializadas varios días en los principales mercados, siendo esto el sustento de muchas

familias y además el entorno en donde se mueve gran parte de la economía local es importante estudiar cómo se está manejando para que la actividad económica siga un curso favorable o en que se está fallando para posibles correctivos.

Se ha venido buscando el desarrollo de la sociedad del país si embargo podemos evidenciar que para lograr grandes resultados se debe empezar a trabajar en las bases empezando desde la comunidad aprovechando las fortalezas que estos poseen, además debido a la ubicación geográfica de estas las iniciativas de progreso son distintas por ende se estaría fortaleciendo muchas áreas locales dejando un poco lado ciertas dependencias de recursos del exterior dando prioridad a los recursos propios tanto económicos como logísticos logrando un dinamismo de productos e ideas que siembren bases sólidas con el fin de avanzar hacia sectores de mayor progreso.

Los mercados populares como: Centro Comercial Popular La Condamine, Mariano Borja La Merced, Simón Bolívar San Alfonso, Víctor Proaño Santa Rosa y Pedro de Lizarzaburu San Francisco son parte de aquellos regulados bajo normas que establece el estado, por ende deben cumplir con las obligaciones pertinentes y asegurarse de tener los requisitos necesarios para llevar a cabo el acto generador de acorde a la ley para no tener contratiempos con los organismos de control o los gobiernos descentralizados, es importante mencionar la pandemia del COVID 19 como un antecedente de gran importancia ya que debido a este acontecimiento global, agravo los problemas que ya se tenían en cuanto a las economías de todas las personas que forman parte de este sector debido a las medidas que se tomaron como el cierre de los mismos y posteriormente la limitada y lenta reactivación económica.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo el estudio económico ayudara a conocer el comportamiento de los mercados tradicionales de la zona centro de Riobamba para poder proponer un plan de acción y desarrollo local acordes a la realidad y necesidad de la población y comerciantes?

1.3. Delimitación del problema

El estudio económico se lo desarrollara tomando como base específicamente 5 mercados tradicionales ubicados en la zona centro de la ciudad de Riobamba como son: Centro Comercial Popular La Condamine, Mariano Borja La Merced, Simón Bolívar San Alfonso, Víctor Proaño Santa Rosa y Pedro de Lizarzaburu San Francisco. Por ser lugares en donde se ejerce en gran medida diversas actividades económicas y acuden compradores de toda clase socioeconómica.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio económico de los mercados populares, en la zona centro de Riobamba, año 2022

1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer una base teórica que sustente la investigación del estudio económico del mercado formal de la zona centro de Riobamba.
- Determinar el comportamiento de la dinamización económica y su influencia social y económica mediante un análisis situacional apoyada en la información recolectada.
- Plantear posibles medidas a considerar para mitigar la problemática socioeconómica mediante un plan de acción comercial y desarrollo local

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

Se procederá al desarrollo del presente trabajo de investigación sustentándonos en diversas fuentes bibliográficas con el fin de recopilar información útil y actualizada sobre el estudio económico del mercado formal de la zona centro de Riobamba, la misma que servirá como respaldo y punto de inicio, además la información hallada permitirá ampliar ellos conocimientos para un mejor desarrollo del trabajo investigativo.

1.5.2 Justificación metodológica

Se empleará diferentes metodologías estudiadas en la catedra según la naturaleza del trabajo investigativo, además se aplicarán encuestas, entrevistas, métodos cualitativos y cuantitativos los mismos que nos ayudarán a realizar el análisis y posteriores sugerencias que brinden una solución factible a la problemática expuesta.

1.5.3 Justificación social

Se justifica en el ámbito social ya que se estudiarán acontecimientos económicos que influyen en los hogares de todos aquellos que forman parte de los mercados tradicionales mismos que son claves en el desarrollo de la economía local por ende conocer y mejorar las debilidades del sector generara beneficios a la población en general.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Comercio formal

Podemos entender como comercio formal a todos aquellos negocios o actividades económicas que realizan los habitantes de un determinado sector que operan acatando las disposiciones y reglamentos emitidas por los diferentes organismos de control, además realizan sus actividades económicas en un lugar establecido como aptos para el comercio respetando los espacios de libre circulación como son los parques y las aceras de la ciudad, para lo cual se presentan diferentes posturas las cuales nos mencionan lo siguiente:

La sociedad en general debemos acatar las diferentes disposiciones, en este caso centrándonos en la actividad comercial por ende tenemos que: En Ecuador al igual que en otros países latinoamericanos las actividades comerciales representan un porcentaje significativo que influye en el crecimiento socioeconómico de una población, por lo general estas actividades se llevan a cabo en los mercados, calles y zonas con mayor afluencia de personas. (Vinueza y otros, 2019).

Según (Vinueza y otros, 2019) Comercio formal son aquellas actividades comerciales llevadas a cabo por personas que poseen un lugar de trabajo o un local comercial, brindando garantía, seguridad, eficiencia y calidad a los productos y servicios ofrecidos al público, regidos bajo permisos, leyes y normas establecidos por el gobierno.

Entendemos que este tipo de comercialización amparado en leyes y normas vigentes en donde se realizan intercambios de bienes y servicios en espacios adecuados y preparados para el fin en cuestión ya sea al por mayor o menor, acoge a gran parte de la población que buscan reglas claras e igualdad de oportunidades, cumpliendo con sus obligaciones y así ayudando al desarrollo nacional y por supuesto local.

2.2. Estudio económico

Según (Sánchez, 2020) “es la base del estudio teórico y académico de las economías. Su centro de investigación es el comportamiento de los individuos y organizaciones a la hora de tomar decisiones e interactuar con el resto de los agentes.”

Según (Uriarte, 2020) “Se ocupa de los grandes dilemas de todo sistema social. Entre ellos se encuentran cómo satisfacer nuestras necesidades, cómo realizar los intercambios de rigor, cómo recompensar el trabajo.”

Como podemos observar en las palabras del autor el análisis económico o también llamado estudio económico nos da las bases que necesitamos para determinar el comportamiento de los involucrados en la misma, sin analizar de manera cualitativa y cuantitativa a estos implicados no sería posible plantear soluciones con bases sólidas.

Gracias a las herramientas del análisis económico ha sido posible ir abordando progresivamente en la literatura académica el estudio de las conductas racionales. Es decir, de la manera en que consumidores y productores optan por diferentes alternativas mientras ejercen o ponen en práctica una actividad económica. (Sánchez, 2020).

El estudio económico ha ido tomando forma y dirección enfocándose además de datos netamente numéricos o ecuaciones matemáticas, opta además por analizar cómo actúan los involucrados antes y durante de poner en marcha cualquier actividad económica ya que estos podrían además ser un gran sustento para entender los comportamientos estadísticos podríamos decir en si las externalidades que actualmente toma mucha importancia por el tiempo en que nos encontramos y estos mismos son los que han generado grandes cambios en el entorno económico debido a que nos adaptamos a nuevas realidades tras superar grandes acontecimientos.

Teniendo en cuenta que el estudio económico busca ir más allá de solo analizar la elaboración y comercialización de bienes y servicios o también conocidos como aquellos que satisfacen las necesidades de las personas, nos brinda una perspectiva mucho más amplia socialmente hablando sobre cómo se realiza la compra y venta de los mismos y posteriormente como se administra el dinero que nace de estas actividades comerciales las mismas que sostienen a un país por ende ahí que saber las mejores maneras de aprovechar ese flujo económico que nunca para.

Tomando las palabras de (Uriarte, 2020) tenemos que se analiza la manera en la cual las sociedades se ponen orden para saciar sus necesidades materiales e inmateriales, mediante la obtención, reparto y canje de los diferentes productos, es decir estudian las estrategias en que las personas consiguen o producen sus bienes de consumo.

2.2.1. Enfoques del estudio económico

Según (Revista Multi-Ensayos, 2018) La economía se divide en dos grandes ramas de estudios: La microeconomía y la macroeconomía. La microeconomía estudia el comportamiento de los agentes económicos en el mercado, tales como las empresas y las familias. La macroeconomía estudia las variables agregadas, tales como el nivel general de precios, la producción nacional, el empleo, los salarios, así como el entorno internacional.

Como podemos evidenciar tener un enfoque definido facilita en cierta medida analizar cada uno de los acontecimientos o factores que se tomarán en cuenta al momento de la investigación con la finalidad de que se evite considerar cuestiones que podrían no ser tan útiles en el escenario en el que queremos ubicarnos. Claro está que si necesitamos apoyarnos en algunas de estas podríamos mencionarlas de una manera resumida con el fin de disipar pequeñas dudas o cuestiones que podrían ayudar a un mejor entendimiento.

Según (Uriarte, 2020) El análisis económico de una sociedad o comunidad puede ser muy diverso. Dependiendo del enfoque se tomarán en cuenta unas u otras variables (...). Economía teórica y economía empírica; microeconomía y macroeconomía; economía normativa y economía positiva, economía ortodoxa y heterodoxa.

2.2.1.1. Economía teórica

En un contexto un poco más general tenemos posturas que mencionan que la economía teórica se le dice al:

Conjunto de hipótesis, de modelos, que tratan de aportar una explicación teórica a los sucesos que ocurren en la economía real. Estos sucesos pueden producirse en los dos principales campos en los que se divide la economía: la macroeconomía y la microeconomía. De esta forma, la teoría económica trata de aportar la explicación de por qué interaccionan las variables, dando una serie de resultados. Dependiendo del punto de vista que se mire, trata de englobar el conjunto de hipótesis conexas sobre las causas y efectos, así como la acción y reacción. En otras palabras, la interacción que se produce entre los distintos agentes económicos y el comportamiento de las variables económicas en relación con estos. (Morales, 2020)

“Busca definir modelos racionales del funcionamiento económico para equilibrar las distintas sociedades” (Uriarte, 2020).

Desde el punto de vista macroeconómico, la teoría económica trata de modelizar la interacción que se produce en los principales indicadores globales de la economía. Es decir, el producto interior bruto (PIB), el desempleo, el tipo de cambio, balanza de pagos, así como todas esas variables que conciernen a la economía desde un punto de vista global. (Morales, 2020)

Desde el punto de vista microeconómico, se trata de modelizar el comportamiento de los agentes individuales. Es decir, la interacción que se produce entre la economía y todos los agentes como consumidores, empresas, trabajadores, inversores, así como todos aquellos agentes individuales que, con su actuación, interactúan en los mercados y, por ende, en la economía. (Morales, 2020)

2.2.1.2. *Economía empírica*

“Busca dar el visto bueno o invalidar a los modelos racionales dados a conocer por la economía empírica mediante su utilización o verificación.” (Uriarte, 2020).

“La economía empírica es la rama de la economía que utiliza datos de la realidad para contrastar o plantear teorías.” (Westreicher, 2020)

2.2.1.3. *Microeconomía*

La rama de la economía que estudia el comportamiento de los agentes económicos, como las empresas, hogares o individuos, y la relación que tienen con los mercados. Uno de sus principios básicos es el análisis de la ley de la oferta y la demanda. Esto se genera gracias al estudio del efecto en los cambios de los precios de los consumidores y los productores. La microeconomía también se encarga de desarrollar modelos matemáticos que permitan comprender el comportamiento de los individuos. Estos modelos están basados en supuestos, lo cual hace que estos modelos solo se cumplan cuando se cumplen estos dichos supuestos. (Barrios, 2022)

“Se refiere a las elecciones de los agentes económicos (individuos, empresas y gobiernos) de cara al intercambio económico.”(Uriarte, 2020).

Permite analizar el comportamiento económico de algunas empresas y no da un punto de vista en la toma de decisiones, tanto a largo plazo como a corto plazo. No obstante, es importante destacar que los modelos de la teoría microeconómica son representaciones simplificadas de la realidad. Utilizando herramientas como la teoría de la demanda y oferta, podemos predecir qué sucederá con los precios de los bienes y servicios, que necesitemos o tengamos, ante un cambio en la tasa impositiva. (Barrios, 2022)

2.2.1.4. *Macroeconomía*

Es una rama de la economía que se centra en el estudio de la economía en su conjunto, en lugar de en una parte específica de ella. Se interesa por el comportamiento de los mercados financieros, el nivel de precios, el producto interior bruto (PIB), el empleo, el consumo, la inversión, el ahorro y la balanza de pagos. El principal objetivo es analizar cómo se relacionan estos factores y cómo interactúan entre sí para afectar la economía a nivel macro. (uniR, 2022)

“Contempla el sistema económico internacional, cuando no global, a un nivel panorámico.”
(Uriarte, 2020)

Permite considerar cómo se relacionan los diferentes factores económicos a nivel nacional e internacional. En cuanto al enfoque cuantitativo se centra en el uso de números y datos para analizar los diferentes aspectos de la economía. Para ello, los economistas macro utilizan modelos y técnicas matemáticas para analizar cómo se interrelacionan los diferentes factores económicos, además de predecir y medir los efectos de las políticas económicas. (uniR, 2022)

2.2.1.5. *Economía normativa*

Economía normativa identifica qué objetivos son deseables para después aplicar el conocimiento de la economía positiva para lograrlos. La elección de objetivos depende de las consideraciones éticas y políticas del economista, por lo que se suele considerar que no es una economía puramente científica (Husillos, 2017)

“Contempla el deber ser de la economía, persiguiendo sus reglas posibles.” (Uriarte, 2020)

Introduce un juicio de valor, por lo que deja de ser completamente objetiva. Así, la recomendación que hará el economista normativo no estará basada solamente en relaciones causa-efecto objetivas, sino también en su juicio sobre la deseabilidad o no de ciertas situaciones. En estos juicios de valor intervienen otras disciplinas como la política, la ética o incluso la religión (Husillos, 2017)

2.2.1.6. *Economía positiva*

La economía positiva o descriptiva busca entonces explicar cómo funciona la economía basándose en la realidad, es decir, de forma empirista. Por lo tanto, intenta describir lo que fue, lo que es y lo que será, investigando las consecuencias de distintos fenómenos económicos. (Husillos, 2017)

“Estudia el comportamiento económico como un asunto vivo y cambiante.” (Uriarte, 2020)

“La economía positiva parte de un fenómeno económico y busca encontrar el origen y sus consecuencias. Para ello se trata de establecer una cadena de relaciones causa-efecto entre los distintos hechos. De esa manera, será posible conocer los impactos en la realidad de cualquier cambio en las variables estudiadas. (Husillos, 2017)

2.2.1.7. *Economía ortodoxa*

“Intenta entender la economía mediante los conceptos de racionalidad-individualismo-equilibrio y es más comúnmente enseñada en las universidades.” (Uriarte, 2020)

2.2.1.8. *Economía heterodoxa*

Este punto de vista de la economía nos habla de la misma como algo poco predecible, se intercambian opiniones basado en el punto de vista de quien la analizo por ende se menciona que esta no es una ciencia exacta más bien está relacionada en gran medida a las ciencias sociales y que el comportamiento de las personas en cuanto a la manera en que desempeñan los procesos de las distintas actividades económicas tienen gran relevancia en los hechos futuros de la economía y su progreso o desaceleración.

“Engloba diferentes y heterogéneas corrientes de análisis económico a partir de los conceptos de instituciones-historia-estructura social.” (Uriarte, 2020)

la economía heterodoxa representa una visión alternativa al enfoque convencional de la microeconomía que busca encajonar la compleja y cambiante realidad económica en el marco del equilibrio general. La corriente heterodoxa busca romper y trascender este estrecho modelo en que los economistas ortodoxos han enmarcado a la ciencia económica. (UNAM, 2017)

2.3 **Desarrollo local**

El desarrollo local consiste en una estrategia dirigida a mejorar la calidad de vida y el bienestar de las comunidades en las que se implementan. Se trata de una estrategia multidimensional, ya que incide y tienen en cuenta una amplia diversidad de elementos sociales, económicos y ambientales. (Selva, 2021)

Por una parte, se hace visible el territorio completo, todas sus regiones, municipios y comunidades, no sólo como “problemas” o como “fuentes de diversas demandas”, sino también y principalmente

como sujetos y generadores de democracia y desarrollo. Es necesario entonces romper con los enfoques que ven al desarrollo local como parte de la reforma del estado, o asociado a procesos de descentralización que, en definitiva, promueven el empobrecimiento de lo nacional y también de lo local. No entendemos el desarrollo local como compensación ante un “mal desarrollo” nacional, sino como una nueva forma de mirar y hacer. (Gallicchio, 2013)

En cuanto al desarrollo local siempre se buscara generar escenarios en los cuales gran parte de la población pueda mejorar su calidad de vida tanto colectiva como de manera individual y esto se podría alcanzar tomando en cuenta posturas en las cuales nos mencionan a que se debe poner énfasis y darnos cuenta si se está logrando lo cometido cabe recalcar que el desarrollo local no podría ser posible sin el compromiso de todos los involucrados tanto directa como indirectamente, por ende tenemos que:

“El carácter de proceso del desarrollo, más que el énfasis en el resultado final se ve el desarrollo como formas de relacionamiento cotidiano, fundado en participación, en solidaridad, en relaciones desiguales y donde la participación y autotransformación son simultáneamente, instrumentos y productos de este. La sostenibilidad como requisito esencial del desarrollo, vista en la relación sociedad- naturaleza y en el uso de todas las riquezas: naturales, culturales, humanas, históricas, tecnológicas y, sobre todo, sostenibilidad en la posibilidad de continuidad autopropulsada, auto regenerativa, impulsada por los agentes que intervienen en el proceso. (Iglesias Pérez & Jiménez Guethón , 2017)

El desarrollo local aparece como una nueva forma de mirar y de actuar desde lo local en este nuevo contexto de globalización. El desafío para las sociedades locales está planteado en términos de insertarse en lo global de manera competitiva, capitalizando al máximo posible sus capacidades por medio de las estrategias de los diferentes actores en juego. (Gallicchio, 2013)

Para comprender la evolución del desarrollo local relacionados con el ámbito económico, político y social es necesario tomar en cuenta muchos escenarios de igual manera se generan enfoques según las posturas de quienes lo analizan y aquello que consideran como mayor relevancia o que más sobresale para tener un concepto asertivo sobre lo que implica o puede implicar el desarrollo local. Tenemos puntos a considerar en cuanto a este tema del desarrollo local como son sus dimensiones las cuales ayudan a un mejor enfoque por ende se menciona algunos que dé deben considerar por su importancia como:

2.3.1 Dimensión socio cultural

Crecimiento económico-productivo con equidad social en la satisfacción de necesidades básicas y en la proyección del bienestar público; mejoras e innovaciones tecnológicas y de condiciones objetivas y subjetivas de trabajo; creación institucional de oportunidades de participación socioeconómica y política, y de espacios para la expresión de la diversidad cultural (étnica, sexo-género, religiosa, generacional). Asimismo, la generación y puesta en disposición de informaciones para su aplicación en aras del bienestar socio-psicológico individual, grupal y colectivo; la creación de capacidades y promoción de estilos de trabajo y de vida cotidiana que aseguren sostenibilidad de los procesos desarrolladores y de sus logros; atención institucional a la generación o potenciación de oportunidades para el fortalecimiento de la autogestión comunitaria y la atención institucional a la reproducción cultural como una de las bases de la sostenibilidad del desarrollo. (Morín, 2019)

2.3.2 Dimensión económica

Debe existir un aparato productivo diversificado y sustentado en las potencialidades de sus recursos y en las vocaciones socioculturales para producir, promocionar la reinversión del excedente económico en la sociedad local, lo cual permitirá la expansión del empleo y la satisfacción de necesidades y permitir la incorporación de tecnología apropiada a la realidad local. (Iglesias Pérez & Jimenez Guethón , 2017)

2.3.3 Dimensión social

Es necesario la integración y cohesión social a través de la superación de formas de exclusión social o pobreza, por una parte, y por otra, garantizar y promover el desarrollo social integral a toda la población. Esta dimensión es esencial dentro de la Estrategia de Desarrollo Local, estrechamente imbricada con las decisiones y acciones del campo económico-productivo, ratificando que los procesos de desarrollo no son simplemente de crecimiento económico, sino que plantea siempre la articulación sinérgica de la eficiencia productiva y la equidad, como objetivo fundamental del desarrollo local para la reducción de las desigualdades, mediante una mejor distribución del producto social. (Iglesias Pérez & Jimenez Guethón , 2017)

2.3.4 Dimensión jurídico- político- administrativo

“Considerada una condición necesaria para el desarrollo local, pues puede conceder a los distintos niveles territoriales grados de autonomía suficientes para transformarse en administradores eficientes de sus propios recursos” (Iglesias Pérez & Jimenez Guethón , 2017)

2.3.5 *Dimensión de participación social*

Las acciones de motivación, sensibilización, información y formación son herramientas muy útiles para lograrlo, de ahí que las estrategias de desarrollo local hayan ido asumiendo una perspectiva generacional, concretada en políticas y programas que atienden esa dimensión, haciendo énfasis además en las minorías y grupos vulnerables, reconociendo las diferencias no solo de género, sino de edad y étnicas. (...) estima y pondera los papeles y necesidades tanto de hombres como de mujeres. Se trata, además de integrar a las mujeres en un proceso de desarrollo dado, de construir una distinta percepción que modifique las relaciones de poder basadas en su subordinación; un marco en el que se precisa alcanzar la transformación a través de la integración, lo que no significa añadir un componente femenino, sino un componente de equidad de géneros. (Iglesias Pérez & Jiménez Guethón , 2017)

2.3.6 *Dimensión científica- tecnológica*

Si se quiere impulsar el desarrollo local el propósito principal será desarrollar las capacidades de cada escenario, tanto materiales como intelectuales en todos los actores, para lo que el conocimiento resulta esencial como único recurso que al distribuirlo no se agota sino que por el contrario se multiplica y se enriquece, un conocimiento que permita al individuo no solo saber, sino y lo más importante saber hacer y saber ser, para lo que muchas veces se requieren cambios institucionales y organizacionales que creen las condiciones para la aplicación en un ambiente de interacción y diálogo de los mismos en función de la solución de los problemas. (González, 2020)

2.3.7 *Tipos de propuestas hacia el desarrollo local*

A lo largo de los años mediante estudios se ha ido desarrollando y mejorando las acciones que podrían mitigar la caída del desarrollo y así poder dar soluciones a los lugares más desfavorecidos sin embargo el apoyo colectivo no es el más alentador especialmente en zonas urbanas donde los bienes públicos no son valorados o poco cuidados ocasionando que se deteriore los avances alcanzados, logrando en ciertas ocasiones retroceder más de lo alcanzado.

Para apoyar el desarrollo local, los gobiernos pueden ajustar factores económicos de la economía local para crear estrategias que les permitan competir mejor. Estos cambios pueden incluir incentivos para la mano de obra, el mejoramiento de infraestructuras, ambientes empresariales atractivos y calidad de vida local. (ESNECA , 2021)

Según (Pérez I. , 2014) Realizar pequeñas muestras sostenibles forman parte de un estilo de vida, independiente de la crisis, va más allá. Es un tema vinculado a nuestra actitud ante las cosas y las situaciones y las situaciones que están cambiando las normas, y el enfoque de los productos y los servicios.

Se puede lograr mejoras continuas en cuanto al nivel de vida de la población en general reforzando lo que ya se tiene a la mano es decir identificando las fortalezas del sector y la de sus habitantes con el fin de evitar tomar decisiones que puedan tener poco impacto y acogida por los involucrados. Además, trabajar en el ámbito de la conciencia social para que sean cuidadores del progreso estructural ya que es una de las más afectadas por el mal uso y poco cuidado.

Consecuentemente la (OIDLES, 2010) Con el objetivo de implementar el desarrollo local en los territorios y aprovechar sus potencialidades beneficiando a sus pobladores se han creado iniciativas de desarrollo local que son bien diferentes en cada territorio o localidad y que para su elaboración es necesario tener en cuenta las necesidades, los actores y la disponibilidad de materiales del territorio. Estas iniciativas tienen como fin: generar actividades, empresas o nuevos empleos. Para lograr un desarrollo local eficaz es necesario que todos los actores que intervengan en el proceso se identifiquen y que conozcan los recursos con que cuenta la comunidad para llevar a cabo el proceso, es importante que tengan bien definidos los objetivos que van a lograr con el proceso y que tienen que estar dirigidos a: mejorar de la calidad y el nivel de vida de los ciudadanos, reducir la dependencia con el exterior, reforzar el espíritu colectivo, crecer y generar más empleo, conservar el medio natural y desarrollar la cultura de la comunidad.

El desarrollo local consta de una serie de componentes que interactúan y debemos considerarlos con el fin de poder cumplir los objetivos planteados como son:

- Los recursos provenientes de la inversión si no son manejados y aprovechados adecuadamente no ayuda al progreso de la localidad.
- Una modelo siempre varía según las condiciones para que este fue creado por ende no siempre lo funcional de otras localidades será idóneo en todas.
- Para generar un correcto plan de desarrollo se debe apoyar en los habitantes locales ya que llevan años ahí por ende conocen las fortalezas y debilidades del sector

De hecho, debe ser extrapolable a todas las áreas de actuación entre nuestros grupos de interés, no solamente debemos centrarnos en el cuidado del medio ambiente. Los entornos deben ser sostenibles porque deben buscar el equilibrio del sistema, sea ambiental o social así que, a utilizar nuestra responsabilidad social personal, es una palanca de cambio y a la vez de inversión de futuro mediante el cuidado y la mejora del entorno. (Pérez I. , 2014)

La cooperación entre actores públicos de diferentes niveles institucionales (locales, regionales, nacionales, internacionales), así como la cooperación entre el sector público y el privado son aspectos centrales del proceso. Para que éste sea viable, los actores locales deben desarrollar estrategias de cooperación y nuevas alianzas con actores extra locales. (Gallicchio, 2013)

Estos a su vez con el fin de:

- Mejorar el nivel de vida de los ciudadanos
- Incentivar el trabajo en equipo
- Generar fuentes de empleo
- Conservación del medio ambiente
- Desarrollo cultural

Al enfocar el espacio local como una dimensión importante del desarrollo es preciso que en la comunidad se articulen los diferentes actores que participan en el proceso como son las empresas, entidades sociales, sindicato, partido, gobierno y que estos se encuentren comprometidos para que se integren en función del interés público y del desarrollo de la comunidad. (OIDLES, 2010)

2.3.8 Indicadores del desarrollo local

Los aspectos recurrentes, en términos de desarrollo, que no permiten el funcionamiento de la descentralización es la inexistencia de una metodología que mida, verifique y controle los niveles de desarrollo económico de los municipios más allá de las propuestas elaboradas para los países y trasladadas al contexto descentralizado. Por lo anterior, se recurre a “medidores del desarrollo” convencionales, como Producto Interno Bruto (PIB), PIB per cápita, Índice de Desarrollo Humano, entre otros (Vélez y otros, 2022)

Según (López Bastidas y otros, 2013) nos menciona algunos indicadores con los cuales medir el desarrollo local como son:

- Productividad
- Sustentabilidad

- Estabilidad
- Equidad
- Autonomía
- Racionalidad
- Flexibilidad
- Espacialidad concreta
- Corresponsabilidad

Según lo manifestado por (Méndez & Lloret, 2004) en donde menciona que existen puntos de vista como son los principios teóricos en los cuales menciona cuatro aspectos los cuales son de gran importancia en este entorno cambiante y tecnológico como son:

- La innovación
- La capacidad emprendedora
- La calidad del capital humano
- La flexibilidad del sistema productivo

Además, nos menciona si este mismo enfoque lo hacemos entendiéndole como estrategia territorial se divide en tres dimensiones las cuales son:

- Económica
- Sociocultural
- Político administrativo.

2.3.9 Factores que intervienen en el desarrollo local

Según (Moranchel & Carbajal, 2019) considera que los factores más relevantes que intervienen en el desarrollo local son cuatro entre estos se tiene:

- capitalizar las condiciones del territorio en beneficio del desarrollo
- disponer de recursos favorables para los sistemas productivos locales
- fomentar la innovación y consolidación de redes de apoyo
- aprovechar los efectos positivos de las internalidades

2.4 Los Gobiernos Autónomos Descentralizados en el Ecuador

2.4.1 Conceptos

Estas instituciones que en su conjunto abarcan el todo el territorio ecuatoriano ya que existe una para cada región, provincia, cantón y parroquia con el fin que estas puedan tener una dirección oportuna que maneje los recursos designados para el desarrollo y progreso de sus habitantes, además que estos serán el portavoz ante autoridades de mayor jerarquía.

“Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.”
(Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La Constitución de la República del Ecuador en el año 2008 menciona lo siguiente:

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

2.4.2 Competencia

Los cambios que han venido sufriendo el Ecuador en cuanto a lo político y económico motivaron a que los GADS se conviertan y actúen como protagonistas en cuanto al desarrollo local de las respectivas provincias para lo cual fueron fortalecidos y amparados cada una de sus competencias en la Constitución de la República del Ecuador el mismo que en su artículo 264 detalla puntos que mencionamos continuación como:

- Tener claro la manera en la cual se procederá a organizar o dividir los espacios públicos respetando además aquellas propuestas planteadas por otros sectores ya sean regionales, nacionales entre otros.
- Hacer respetar los diferentes espacios y estos sean usados para el fin que fueron designados.
- Resolver problemas estructurales ocasionados ya sean por factores naturales o acción del hombre en cuestión de carreteras con el fin de asegurar la movilidad
- Mantener activo y a disposición de los ciudadanos los servicios básicos que son derecho de las personas para poder vivir en sociedad y en un ambiente sano.

- Ser consientes la imposición y posterior cobro de impuestos generados por las mejoras implementadas a nivel urbano de uso colectivo.
- Mantener las vías con un correcto orden en cuanto a la movilidad de vehículos en su jurisdicción
- Mantener y en su medida mejorar o construir nuevos espacios de uso colectivo que estén al cargo del GAD con el fin de que estos se mantengan en funcionamiento y sean utilizados para los fines que fueron creados.
- Preservar la identidad cultural conservando aquellos espacios considerados patrimonio
- Conservar los espacios naturales y garantizar la seguridad necesaria para que estos puedan ser visitados con el fin de generar una mejor imagen a nivel nacional e internacional.
- Conservar y evitar actividades que puedan contaminar los ríos, lagos entre otros
- Mantener siempre alerta las instituciones encargadas de socializar y combatir posibles incendios en cualquier lugar que este ocurra dentro de su jurisdicción.
- Mantener las relaciones internacionales vigentes de tal manera que pueda existir una ayuda mutua con fines de inversión.

2.4.3 Funciones de los GADS

Los GADS tienen claro que rol desempeñar para contribuir al desarrollo y esto claramente se encuentra respaldado en el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización el mismo que en su artículo 54 nos menciona cuestiones como:

- Continuar incentivando el progreso y surgimiento del territorio a su cargo de manera razonable utilizando medios a su disposición tanto económicas como legales
- Promover la igualdad e inclusión de todos quienes habitan en su jurisdicción para esto puede apoyarse en políticas en el marco de la ley que se ajusten a las necesidades actuales de los habitantes
- Hacer respetar las divisiones urbanas designadas es decir cumplir con las normativas que señalan cuestiones como el porcentaje de espacios verdes y divisiones de infraestructura y vialidad con el fin de contar con una ciudad amigable con la naturaleza y los espacios patrimoniales, respetando los espacios designados para cada actividad como parques, zonas de comercio entre otras.
- Presentar un correcto seguimiento a cada una de las actividades realizadas y la administración de los recursos públicos y que estos hayan ayudado a cumplir las metas establecidas para el bien colectivo y desarrollo del territorio a su cargo

- Brindar a la ciudadanía los servicios básicos y de uso público como los servicios de alcantarillado, luz eléctrica, recolección de basura entre otros, de tal manera que estos se mantengan constantes y cumplan las condiciones necesarias con el fin de abarcar todo el territorio
- Mantener en buenas condiciones los espacios y zonas consideradas como turísticas con el fin de atraer a los visitantes y promover la economía y por ende el desarrollo de los comercios que se generan por este medio.
- Preservar el derecho a la vivienda para aquellas personas que no cuenten con una con el fin de ubicar familias en lugares dignos a medida de los posible
- Respetar los derechos y garantías de las personas en general de tal forma que se respetara las autoridades designadas como son en las justas cantonales con el fin de coordinar posibles medidas y acciones de apoyo a sectores vulnerables.
- Establecer políticas con la finalidad de generar conciencia y evitar cualquier medio de contaminación Asia los espacios naturales
- Crear servicios que solventen necesidades de gran parte de la población es decir sea de interés público como son las zonas designadas al comercio como son las plazas y mercados a disposición de quienes lo necesiten y no sean destinadas netamente a un grupo selecto de personas.
- Evitar el mal uso de los espacios públicos como comúnmente es la utilización de aceras por parte de los comerciantes informales causando caos en cuanto a la movilidad y malestares de los comercios formales.
- Apostar a la unión de las personas con las instituciones que brindan seguridad con el fin de cooperar para evitar desmanes y poder prevenir y al mismo tiempo combatir los actos delictivos, con la finalidad que la convivencia en sociedad sea segura y amena
- Realizar un correcto control y supervisión de las nuevas edificaciones en los sectores vulnerables con el fin de prevenir desastres.
- Llevar un correcto control de aquellos negocios ubicados en el territorio local y que cumplan las normas establecidas con el fin de asegurar el cumplimiento de estas y preservar a su vez los derechos de los trabajadores.
- Formar parte activa en temas que incentiven actividades que incentiven a las personas a la vida sana y la actividad artística.
- Conservar la identidad cultural y hacer lo posible por promover actividades que enriquecen y diferencias al lugar

2.5 Análisis FODA

Este tipo de análisis nos permite enfocarnos netamente en cuatro aspectos esenciales antes de poner en marcha algún tipo de proyecto, debido a que en el mismo identificamos aspectos positivos como son las Fortalezas y Oportunidades con las que se cuentan, a la vez se pueden aprovechar, de igual manera los aspectos negativos los cuales se buscaran cambiar o mitigar de tal manera que al analizar todo en una misma tabla se pueda generar ideas en las cuales se aprovechen al máximo los recursos disponibles. Partiendo de esto encontramos también posturas de un autor el cual nos menciona lo siguiente:

El análisis FODA (DAFO por sus siglas en español) te permite identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de un proyecto específico o de tu plan de negocios general. Con esta herramienta, tu equipo puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado. (Raeburn, 2021)

Un correcto análisis FODA te permite planificar para el crecimiento. Si comparte similitudes con un análisis de competitividad, se diferencia en que con un FODA se analizan factores internos y externos. Al analizar las áreas clave en función de las oportunidades y amenazas, conseguirás obtener la información que necesitas para preparar tu equipo para el éxito. (Pursell, 2023)

2.5.1 Fortalezas en FODA

“Las fortalezas en el análisis FODA representan los puntos fuertes de una empresa. Se incluyen todos los aspectos positivos que emanen y de los cuales puede depender el futuro de la organización”. (Pursell, 2023)

“Las fortalezas de FODA o DAFO hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Se podrían comparar con otras iniciativas o con un costado competitivo externo. Al analizar estas áreas puedes entender qué es lo que ya funciona” (Raeburn, 2021)

2.5.2 Oportunidades en FODA

“Representan todas las buenas oportunidades que tiene la empresa y de las cuales puede beneficiarse. Son todos aquellos aspectos internos que pueden ayudar a una organización a alcanzar sus metas”. (Pursell, 2023)

“Son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa que te colocará en una posición competitiva más sólida. Podría ser cualquier cosa, debilidades que quisieras mejorar o áreas que no se hubieran identificado” (Raeburn, 2021)

2.5.3 Debilidades en FODA

Representan los puntos débiles o aspectos negativos internos de una empresa. Estas dependen de la misma organización y la colocan en un punto desfavorable en comparación con sus competidores. Estas pueden ser falta de habilidades y experiencia o incluso equipo o tecnología. (Pursell, 2023)

“Se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades para generar referencias de lo que significan el éxito y el fracaso”. (Raeburn, 2021)

2.5.4 Amenazas en FODA

“Son todos aquellos problemas, desafíos, obstáculos o dificultades por los que puede atravesar una empresa. Estas situaciones negativas pueden llegar a provocar problemas, conflictos o hasta poner en riesgo la permanencia de la organización”. (Pursell, 2023)

“Se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Difieren de las debilidades en que las amenazas son externas y, por lo general, están fuera de nuestro control”. (Raeburn, 2021)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de investigación

3.1.1 *Mixto.*

De acuerdo con (Lifeder, 2020) “Se trata de un paradigma relativamente reciente que combina los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio. Aunque no es muy popular entre los científicos, ha encontrado acogida en algunos estudios relacionados con las ciencias sociales.”

Se empleará el método mixto mismo que engloba el método cualitativo y cuantitativo ya que se procederá a realizar la observación con el fin de recaudar información mediante esa perspectiva, y numérico al momento de consolidar datos y cifras que se consideren necesarios en el desarrollo del trabajo investigativo.

3.1.1.1 *Cualitativo*

De acuerdo con (Lifeder, 2020) “La forma de recolección e interpretación de los datos suele ser más dinámica, puesto que no obedece a un estándar en esos procesos. Este enfoque favorece la comparación de resultados y la interpretación.”

Se empleará este método en cuanto se proceda a visitar los lugares específicos ya antes mencionados en donde se realizará la observación e investigación de las actividades comerciales que realizan las personas.

3.1.1.2 *Cuantitativo*

Según (Lifeder, 2020) “las hipótesis del investigador se someten a mediciones numéricas y sus resultados se analizan de forma estadística. Se trata de una investigación objetiva y rigurosa en la que los números son significativos.”

El método mencionado se empleará debido a que al momento de tabular las encuestas nos basamos en cifras numéricas mismas que serán utilizadas como análisis entre los diferentes cuestionamientos de manera porcentual con el fin de tener una mejor comprensión he interpretación de estos

3.2 Nivel de Investigación:

3.2.1 Exploratorio.

lo que hace es interesarse por un tema que no ha sido estudiado antes, o bien permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes. Así, cuando no sabemos a qué nos enfrentamos, lo mejor es explorar primero, antes de llevar a cabo otro análisis más costoso. (Arias, 2020)

Nos permite dar los primeros pasos hacia la resolución y comprensión de la problemática planteada, permitiéndonos generar una idea más amplia a seguir conforme las necesidades que a simple vista consideremos necesarias estudiar y analizar, del mismo modo permite entender que método resultaría factible conforme al entorno en el cual surge el problema.

3.2.2 Explicativo.

Tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada. De esta forma, se centra en los detalles, permitiéndonos conocer más a fondo un fenómeno. En resumen, lo que hace el investigador es partir de una idea general y entrar a analizar aspectos concretos en profundidad. (Arias, 2020)

Lo fundamental de este tipo de investigación es en que busca explicar por qué surgen los diferentes problemas ya que entender las causas de este ayudando a generar mejores propuestas o ideas que resulten más factibles y se acoplen a la realidad.

3.2.3 Documental

Según (Tancara, 1993) es: “una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia.”

Mediante el apoyo en diferentes fuentes bibliográficas se busca crear una estructura que sustente la problemática identificada las cuales a posterior formaran parte de una nueva idea de investigación que será un aporte académico a quienes deseen conocer el desarrollo del trabajo investigativo.

3.3 Método:

3.3.1 Inductivo.

Según (Castillo, 2020) “En este caso, se parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares.”

Se utilizará el método ya que se buscará conocer la situación socioeconómica de los actores de manera individual por medio de la encuesta para así poder generar una idea más amplia de las necesidades actuales de los comerciantes

3.3.2 Deductivo

De acuerdo con (Castillo, 2020) “se trata de aquella orientación que va de lo general a lo específico. Es decir, el enfoque parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos.”

Este método se emplea debido a que se conoce una opinión general de los comerciantes encuestados tratando de conocer aquellos bases del problema de tal manera que se pueda corregir las mismas teniendo un orden que podría mejorar o mitigar un problema más amplio que englobes estas cuestiones

3.3.3 Analítico

Según (Orellana, 2020) “es un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos.”

El presente método nos es de utilidad para el estudio de la situación actual, analizando el fondo del problema es decir la causa en sí que según las investigaciones son comunes y ocasionan comportamientos similares por ende se puede generar posibles estrategias a considerar.

3.4 Diseño

De acuerdo con (Martínez C. , 2020), “El diseño de investigación proporciona un marco de referencia para la recopilación y el análisis de datos. Define líneas guías para la generación de evidencia adaptadas tanto al conjunto de criterios determinados, como a las preguntas de investigación.”

El diseño que se aplicara en el presente trabajo investigativo es el no experimental debido a que no se manipularan ningún tipo de sustancias más bien se manejan datos numéricos e información recolectada mediante entrevistas y encuestas

3.5 Tipo de estudio

De acuerdo con (Vásquez, 2005), “debe formular el tipo de estudio, es decir de acuerdo al tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. También se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis planteadas con anterioridad.”

Se procederá a implementar en este trabajo investigativo información obtenida de fuentes bibliográficas confiables complementada con una investigación de campo que busca recolectar la información de primera mano y así poder generar una base informativa que permita generar posibles propuestas que brinden soluciones viables a las problemáticas encontradas

3.6 Diseño transversal

“El estudio transversal, o estudio de prevalencia, es un tipo de investigación observacional. Para el estudio, se seleccionan una serie de variables sobre una determinada población de muestra; y todo ello, durante un periodo de tiempo determinado.”(Coll, 2020)

Se empleará este estudio en cuanto se realizará el trabajo investigativo acudiendo a los diferentes mercados que forman parte de esta investigación para conocer la realidad de estos en el año que se está atravesando, buscando conocer los puntos de vista de los comerciantes que forman parte de la muestra necesaria para poder sustentar la problemática.

3.7 Población y muestra

3.7.1 Población

“Una población estadística es el total de individuos o conjunto de ellos que presentan o podrían presentar el rasgo característico que se desea estudiar.” (López, 2019)

La población constituye los habitantes de una determinada zona o espacio geográfico ya sean hombre, mujeres o niños mismos que interactúan entre sí en caso de una investigación se delimita aún más el espacio geográfico enfocándose netamente en el lugar de estudio y cumpliendo ciertas características que exige la naturaleza de la investigación.

Tabla 1-3: Población

Mercados						
Año	Población	C.C. La condamine	Santa Rosa	San Alfonso	San Francisco	La Merced
2022	1719	808	287	376	165	83
Desocupados		18	17	97	71	0
	1516	790	270	279	94	83

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Para determinar la población a quienes se realizará la encuesta consideramos únicamente las plazas ocupadas dándonos una población total de 1516 comerciantes que laboran actualmente en los diferentes mercados considerados, esta misma cifra se considerara para el cálculo de la muestra definitiva a encuestar.

3.7.2 Muestra

“Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos.” (López, 2018)

“Hace referencia a una cantidad extraída a través de diversos métodos que representan el producto de una totalidad, a esto se le denomina población y muestra, usando la probabilidad como herramienta principal.” (Pérez M. , 2021)

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (1516) (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (1516 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{1455,97}{4,75}$$

$$n = 307$$

Para el presente trabajo investigativo se realizarán un total de 307 encuestas de manera aleatoria a los comerciantes de los mercados antes mencionados de manera presencial con el fin de obtener opiniones aún más verídicas.

3.8 Técnicas e instrumentos de investigación

3.8.1 Encuestas

Según (Westreicher, 2020) “Las encuestas son entonces una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo).”

En el trabajo investigativo se procederá a formular encuestas dirigidas a los comerciantes de los mercados ubicados en la zona centro de Riobamba, en los cuales se tratará de abarcar preguntas que solventen dudas y nos lleven a conocer la realidad de los encuestados

3.8.1.1 Cuestionario

Este método de recolección de información permite plantear preguntas referentes a la información que se quiere obtener de tal manera que las personas que respondan a dichos cuestionamientos puedan solventar las dudas del investigador al igual que a estas personas resulta una guía para ser concretos y precisos en dar información.

Se los utilizara al momento de ejecutar las encuestas en para obtener información de primera mano y real en los diferentes puntos considerados en nuestra investigación.

3.8.2 Observación

(Pèrez, 2021) menciona que la observación es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas.

Se procederá a visitar los lugares conocidos como Mercados populares o tradicionales ya que es el lugar en el cual se enfocará el estudio debido a su gran relevancia en cuanto a la economía de la zona centro de la ciudad de Riobamba.

3.8.3 Entrevista

Según (Amador, 2009) La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa.

Se realizarán entrevistas con el fin de obtener criterios más profundos sobre los cuestionamientos que nos surgen con el fin de poder consolidar los diferentes criterios obtenidos

3.8.3.1 Guía de entrevista

Necesaria para organizar aquellas cuestiones de importancia que se quieren topar con los involucrados con la finalidad establecer un horizonte evitando cuestiones sin importancia que opaquen el verdadero sentido de la investigación.

CAPÍTULO IV

4 MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados

4.1.1 Encuesta aplicada a los comerciantes de los mercados:

1. Género

Tabla 1-4: Género

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Masculino	111	36,16%
Femenino	192	62,54%
Otro	4	1,30%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

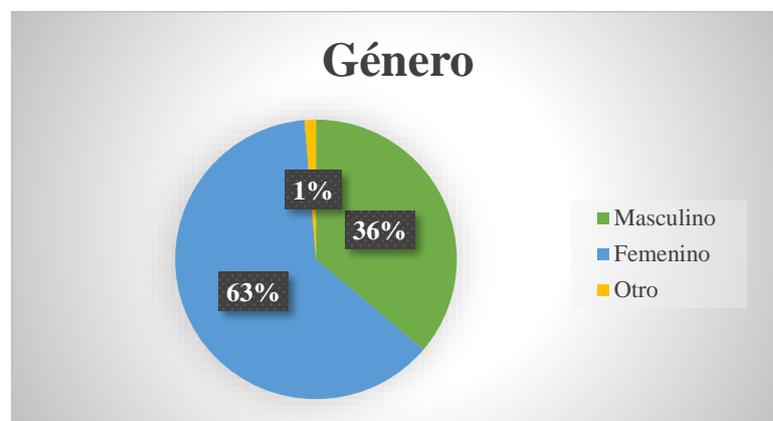


Ilustración 1-4: Género

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

Del total de comerciantes encuestados pertenecientes al mercado formal de la zona centro de Riobamba podemos notar que el 63% de dicha población son mujeres, el 36% son hombres y tan solo el 1% pertenecen a la población LGBTIQ+

Interpretación

Considerando estos resultados obtenidos podemos decir que la mayor parte de la población encuestada cuya actividad económica se desarrolla en el centro de Riobamba se encuentra a cargo o es dirigido por una mujer, es decir tiene un impacto considerable en la economía de la zona, nos encontramos además con una cantidad importante de participación masculina en este tipo de comercio seguido por una minoría de personas con inclinaciones de género diferente concluyendo con esto que todos y todas las personas contribuyen en general a la economía del centro de la ciudad.

2. Edad

Tabla 2-4: Edad

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
18-25	51	17%
26-35	66	21%
36-45	92	30%
46 a más	98	32%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

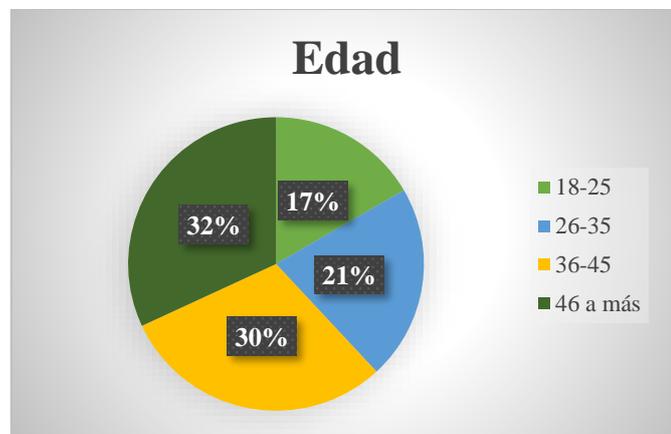


Ilustración 2-4: Edad

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

Podemos observar que del total de encuestados que el 32% son personas con edades superiores a 46 años siendo a su vez la edad predominante, el 30% representa los comerciantes con un rango de edad de 36 a 45 años, el 21% tiene entre 26 a 35 años y por último tan solo el 17% abarcan desde los 18 a 25 años.

Interpretación

la mayor parte de los comerciantes que forman parte de estos mercados son personas adultas con una edad un tanto avanzada claro está que mucho depende la situación ya que hay momentos en los cuales estas personas dejan el negocio al cuidado de algún familiar por calamidad o debido a que cuentan con otro trabajo.

3. Nivel de educación

Tabla 3-4: Nivel de instrucción

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Escuela	92	30%
Colegio	179	58%
Universidad	30	10%
Ninguna	6	2%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

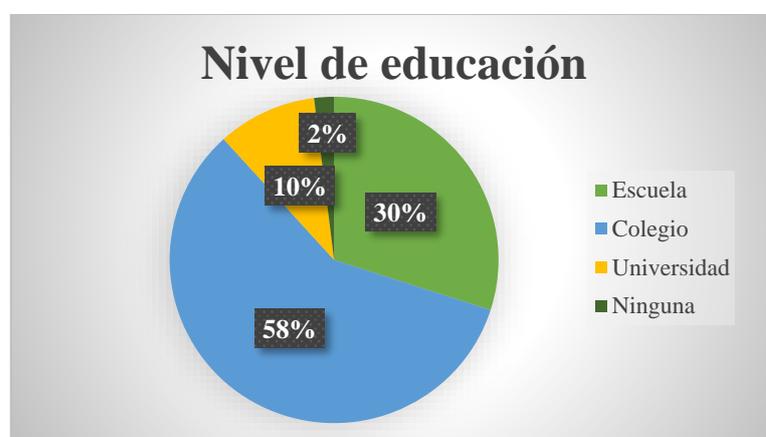


Ilustración 3-4: Nivel de instrucción

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto al nivel educativo de estas personas observamos que el 58 % de los encuestados han terminado la secundaria mientras que el 30% a terminado su educación básica el 10% a terminado sus estudios de tercer nivel y tal solo el 2% no cuenta con ningún nivel educativo.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados indican haber terminado el bachillerato y la primaria lo cual coinciden en cierta medida con las edades de las personas, ya años atrás no se necesitaba de mucha preparación o no lo veían como una prioridad indiscutible asumir la educación superior y procedían a crear algún negocio de manera empírica.

4. ¿Cuáles son sus motivos por los que inicio este negocio?

Tabla 4-4: Motivos de inicio del negocio

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
No encontró trabajo asalariado	33	11%
Quiso ser independiente	102	33%
Por necesidad	125	41%
Obtener mayores ingresos	47	15%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.



Ilustración 4-4: Motivos de inicio del negocio

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto a los motivos que los impulsaron a empezar con su actividad económica encontramos que el 41% lo hizo por necesidad, el 33% buscaba ser independiente, el 15% por tener mayores ingresos y el 11% debido a la falta de oportunidades laborales.

Interpretación

La población encuestada manifiesta en su mayoría que la idea de empezar un negocio fue por la necesidad de obtener rédito económico y en muchos casos de manera empírica si saber que sucederá a futuro, otros mencionan que el ser independiente fue un impulso a progresar y ser dueño de su propia economía, un pequeño porcentaje lo realiza como una segunda fuente de ingresos con el propósito de poder tener un negocio propio sostenible a futuro.

5. ¿Porque cree usted que se ha visto afectada la actividad económica de los mercados?

Tabla 5-4: Afectación de la actividad económica de los mercados

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Informalidad	142	46%
Infraestructura	40	13%
Impuestos	41	13%
Gestión de autoridades	84	27%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.



Ilustración 5-4: Afectación de la actividad económica de los mercados

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto a lo que ha afectado la actividad económica de los comerciantes los resultados reflejan que el 46% es por la informalidad, el 28% por la gestión de las autoridades, el 13% por los impuestos y el otro 13% menciona que es por la infraestructura.

Interpretación

Los comerciantes piensan que es lo que más impacta negativamente en su actividad económica, muchos de ellos ven como responsable de esta afectación a las malas gestiones y decisiones que han tomado las autoridades de turno, por otro lado, además también piensan que la infraestructura del lugar donde se lleva a cabo su actividad económica no es muy adecuada.

6. ¿Está de acuerdo con invertir para mejorar su actividad económica?

Tabla 6-4: Inversión para mejoras de la actividad económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	268	87%
No	39	13%
TOTAL	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.



Ilustración 6-4: Inversión para mejoras de la actividad económica

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto a si estaría dispuesto a invertir para mejorar su negocio tenemos que el 87% estaría dispuesto a realizarlo y tan solo el 13% piensa que no.

Interpretación

La predisposición a la inversión con la finalidad de fortalecer su actividad económica la mayor parte piensa que si sería factible en cambio de igual manera manifiestan que no cuentan con el monto necesario para hacerlo, muy pocos consideran que no lo harán debido a cuestiones no tanto económicas más bien inclinadas en cierto caso a la edad o simplemente piensan que como se encuentra es suficiente para ellos.

7. ¿Los montos que se pagan por puestos considera usted que son justos?

Tabla 7-4: Montos justos por puestos

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Si	223	73%
No	84	27%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

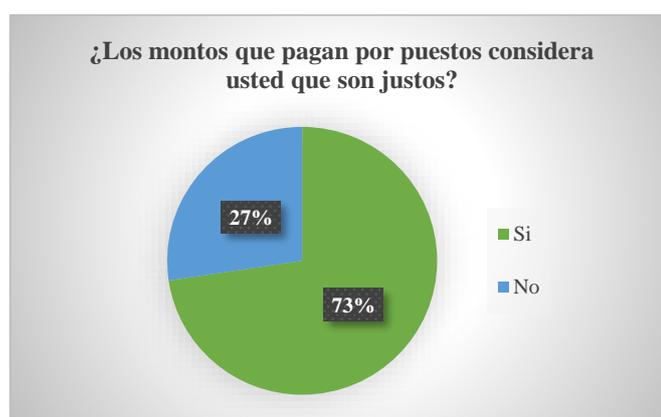


Ilustración 7-4: Montos justos por puestos

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto a los montos que se pagan por cuestiones de arrendamiento el 73% menciona si estar conforme, mientras que el 27% respondió que no es justo.

Interpretación

En gran porcentaje los encuestados mencionan que es razonable el dinero que deben pagar por concepto de arrendamiento sin mayores cuestionamientos mientras que una pequeña parte de esta menciona que deben pagar por separado otros servicios que al sacar una total resulta demasiado y muchas veces sin sentido o simplemente que la rentabilidad es tan baja que se les dificulta pagar por el mismo.

8. ¿Cree usted que los precios de productos que comercializan tienen un precio justo?

Tabla 8-4: Precio justo de productos comercializados

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Si	237	77%
No	70	23%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

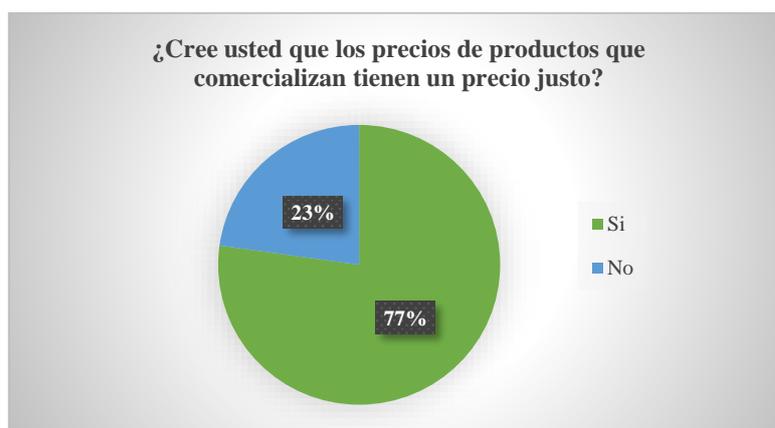


Ilustración 8-4: Precio justo de productos comercializados

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto a esta interrogante el 77% respondió que si son los precios justos y el 23% menciona que no son justos los precios debido a diferentes factores.

Interpretación

Los resultados reflejan que la gran mayoría concuerda que los precios en los cuales comercializan sus productos son equilibrados, en cambio otros mencionan que no son justos los precios finales a los cuales venden debido a la cultura del regateo que la gran parte de los ecuatorianos tiene por ende no les queda más que vender sus productos con las mínimas ganancias coinciden en que es mejor recuperar un pequeño porcentaje a perder.

9. ¿Qué recursos considera que puede mejorar las condiciones del mercado?

Tabla 9-4: Recursos que mejoran las condiciones del mercado

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Mejorar infraestructura	120	39%
Publicidad	130	42%
Uniformes	18	6%
Parqueaderos	39	13%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

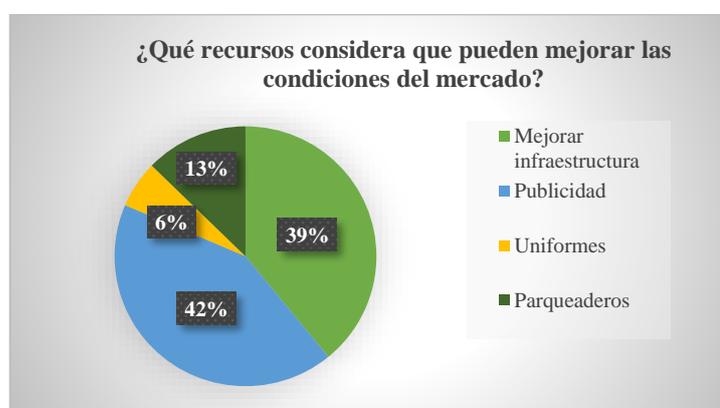


Ilustración 9-4: Recursos que mejoran las condiciones del mercado

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En base a este cuestionamiento los y las encuestadas respondieron según las opciones planteadas que el 42% se inclina por la publicidad, 39% cree necesario que se debe mejorar la infraestructura, el 13% cree que los parqueaderos y tan solo el 6% menciona que se deberían implementar uniformes

Interpretación

Mantener publicidad constante genera la atracción de los potenciales clientes, dar a conocer cada uno de los productos y sus precios, las instalaciones del lugar en donde se ejerce la actividad económica muchas veces son muy pequeñas o necesitan mantenimiento y por último la carencia de lugares destinados a parqueaderos son escasos.

10. ¿Considera usted que las políticas adoptadas por el gobierno de turno son un factor importante para el aumento de la informalidad?

Tabla 10-4: Políticas como factor de aumento de la informalidad

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Si	229	75%
No	78	25%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

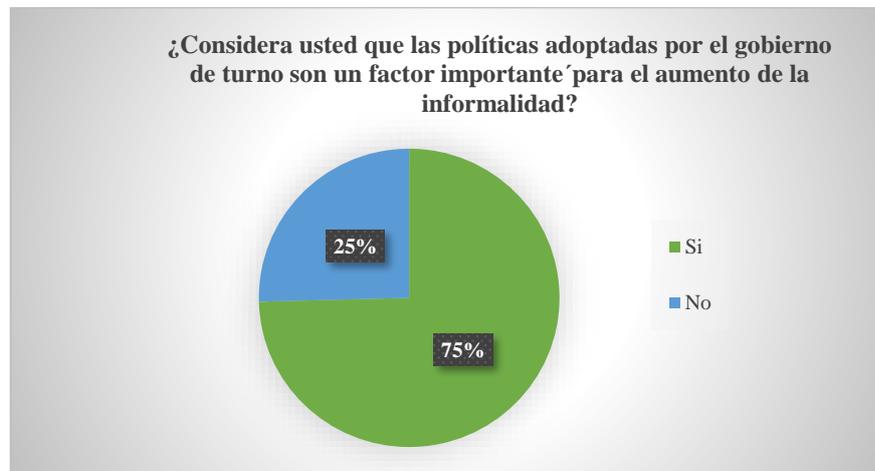


Ilustración 10-4: Políticas como factor de aumento de la informalidad

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

Los encuestados mencionan en un 75% que las políticas que el gobierno de turno a generado que muchos decidan o busquen en la informalidad una manera de generar ingresos, el 25% piensa que no es así.

Interpretación

Las decisiones de los gobiernos de turno siempre causan un impacto en la sociedad en general en muchos ámbitos, en este caso el comercio principalmente por concepto de tributos

11. ¿Han recibido capacitaciones que les ayuden a interactuar con los clientes?

Tabla 11-4: Capacitaciones para interactuar con clientes

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Si	109	36%
No	198	64%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.



Ilustración 11-4: Capacitaciones para interactuar con clientes

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

Al consultar la interrogante sobre si han recibido capacitaciones que les ayuden a interactuar con los clientes el 64% menciona que no, mientras que el 36% manifiesta que si lo ha recibido en alguna ocasión

Interpretación

Los comerciantes de los diferentes mercados mencionan que no han tenido una capacitación de este tipo, posiblemente debido a que muchos desconocen la manera en la cual acceder a ellas o posiblemente porque esperan que las autoridades en este caso de los diferentes mercados lo ayuden brindándoles la misma, por otro lado, se encuentran aquellas personas que, si han sido capacitadas, pero aun así estas la recibieron hace muchos años atrás y no han podido actualizar sus conocimientos.

12. ¿Le gustaría recibir capacitaciones con el fin de mejorar su actividad económica?

Tabla 12-4: Capacitación para mejorar la actividad económica

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Si	301	98%
No	6	2%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

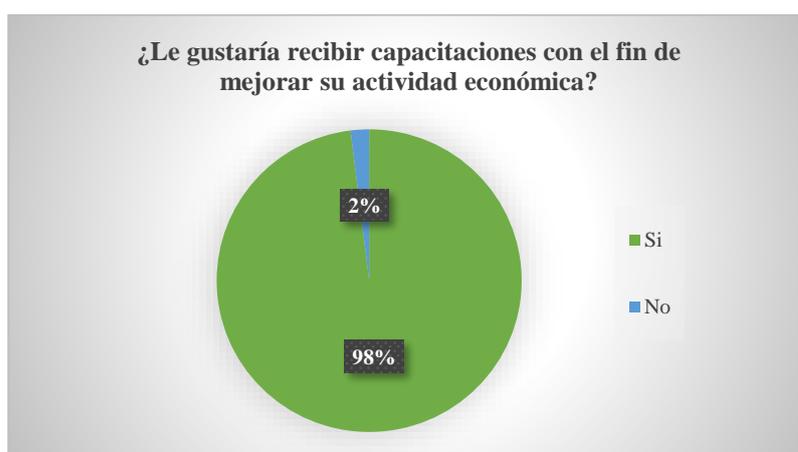


Ilustración 12-4: Capacitación para mejorar la actividad económica

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

Los comerciantes mencionan en su gran mayoría que si les interesara recibir algún tipo de capacitación con el fin de mejorar su actividad económica y tan solo el 2% piensa que no la necesita.

Interpretación

La población encuestada considera que les gustaría que su negocio progrese, pero no conocen en si como hacerlo, otros consideran que las capacitaciones deben plantearse en torno a la realidad tecnológica que se vive en la actualidad, muchos no cuentan con la preparación necesario o especifica en esta área del comercio por ende muchas veces sus intentos por progresar terminan en fracaso o no es duradera en el tiempo

13. ¿Ha pensado en cerrar su actividad económica?

Tabla 13-4: cierre de actividad económica

OPCIÓN	FRECUENCIA	TANTO POR CIENTO
Si	22	7%
No	285	93%
SUMA	307	100%

Fuente: Encuestas aplicadas, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.



Ilustración 13-4: Cierre de actividad económica

Fuente: (Encuestas aplicadas, 2022).

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

Análisis

En cuanto al cuestionamiento sobre si han pensado en cerrar su actividad económica el 93% menciona que no han pensado en ello y tan solo el 7% piensa que si lo harán.

Interpretación

La falta de ingresos estables podría ser un factor muy importante a la hora de definir el futuro del negocio, otras cuestiones que inciden en tomar tan importante decisión se inclinan a la incertidumbre de quien se hará cargo de este.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a ciertas autoridades que son cabeza de los mercados ubicados en la zona centro de Riobamba

Entrevista dirigida a la Ing. Jennifer Caicedo, Administradora del Mercado Santa Rosa

1. ¿Cuál es el principal problema económico que afecta el mercado formal?

Menciona que uno de los principales problemas que se dieron en los últimos tiempos fue la pandemia ya que perjudico el comercio formal por el hecho de que ubo un retraso

2. ¿Cómo ha evolucionado la economía del mercado en el último año?

En este cuestionamiento nos menciona que, habido una mejora, pero cada vez que ha habido rebrotes y los temas de paros el comercio vuelve a mermar, debido también a que los mercados son una zona de aglomeración por naturaleza, por ende, para mitigar en cierta manera estos acontecimientos han implementado un sistema de servicio a domicilio con la plataforma wasap como medio para solicitarlo, el cual costaba de una canasta de víveres que se les entregaba en casa de los clientes

3. ¿Cómo afectan los negocios cercanos al mercado, las actividades económicas?

En cuanto a esta interrogante nos menciona que en si no hay una afectación negativa más bien lo ven como un complemento debido a que aquellos negocios venden productos que no los encuentran en el mercado, considera que hay un dinamismo entre el mercado y las personas externas, además nos cuenta una anécdota en donde menciona que en un negocio aledaño ubo un problema de sobrepuestos y la prensa no especifico el lugar más bien señalo que el mercado era el responsable tomando su nombre, afectando su imagen ante la población sin tener nada que ver en esos problemas.

4. ¿Existen proyectos para mejorar la actividad comercial del mercado?

En este punto nuevamente menciona que el servicio a domicilio que se implementó en la pandemia fue un proyecto que rindió frutos, han mejorado la organización de los espacios de venta, cambios estructurales como cambio de pisos en varias secciones y además menciona que se han logrado grandes cambios a nivel administrativo.

5. ¿Qué se necesita para pasar de la informalidad a la formalidad?

Nos menciona en este punto que hay que enfocarse en la gente ya que es esta la que evita que se logre disminuir la informalidad debido a que compran a este tipo de comerciantes informales en vez de acudir a los mercados, además considera que se ha disminuido en un 50% el tema de informalidad en el mercado debido a estrategias que se implementaron como el vallado, han logrado dar fin a una feria en donde se colocaban muchos vendedores en el mismo mercado que no pagaban los impuestos correspondientes a la municipalidad.

Entrevista dirigida a la Ing. Cecilia Tucunango, Administradora del Centro Comercial Popular La Condamine.

1. ¿Cuál es el principal problema económico que afecta el mercado formal?

En cuanto a este primer interrogante menciona que siempre está latente de cierta medida el problema informal, aunque se ha trabajado mucho por disminuir el mismo además que los actuales acontecimientos como la pandemia y las movilizaciones crearon un ambiente de incertidumbre lo cual ha generado que algunos comerciantes cacen su actividad en los mercados y de igual manera que las ventas disminuyan.

2. ¿Cómo ha evolucionado la economía del mercado en el último año?

Nos menciona que una vez superado en gran medida el tema de la pandemia y problemas sociales como las movilizaciones que fueron los hechos que más relevancia tuvieron, el mercado como tal se ha venido desmoliendo de una buena manera sin mayores inconvenientes además se ha dado apertura a nuevos comerciantes brindándoles facilidades para que puedan integrarse a los mercados.

3. ¿Cómo afectan los negocios cercanos al mercado, las actividades económicas?

En este cuestionamiento nos menciona que siempre se ha buscado una manera de que exista beneficio mutuo sin que nadie opaque a nadie más bien se ha buscado que se respeten los precios establecidos para que el cliente sea quien decida donde adquirir sus productos, en sí que exista una sana competencia.

4. ¿Existen proyectos para mejorar la actividad comercial del mercado?

En este punto nos menciona que se han venido generando ciertos controles con la policía municipal, dirección de tránsito y policía nacional con el fin de mejorar el comercio y controlar que todos cuenten con los respectivos documentos que garanticen al consumidor productos de buena calidad, además se ha visto que ahí control continuo de la informalidad a los alrededores con el fin que la gente acceda al mismo a realizar sus compras.

5. ¿Qué se necesita para pasar de la informalidad a la formalidad?

En este cuestionamiento nos menciona que lo primordial es la voluntad y predisposición de las personas de crear o comenzar en un negocio legal y además también influye mucho la decisión que tomen los compradores y que estos decidan adquirir sus productos en sitios oficiales por decirlo de esa manera.

4.2 Discusión de resultados

Una vez realizadas las entrevistas e interpretando las opiniones expuestas por quienes nos colaboraron respondiendo cada uno de los cuestionamientos de estas, se puede evidenciar que a raíz de la pandemia se ha buscado dar solución a ciertos problemas estructurales o fallos en diferentes aspectos como fugas, desagües tapados entre otros, resaltan también que se ha buscado generar una mejor distribución de los espacios de venta, en este punto existe una tanto de controversia debido a que ciertos comerciantes mencionan que ha sido perjudicial debido a que con el afán de aprovechar el espacio han creado más competencia en los mismos debido a que se han generado más puestos y recalcan que tal acción genera que las ventas sean más bajas que las que venían teniendo piensan que es un beneficio en temas económicos para el municipio más que un avance para ellos.

En cuanto al tema de la informalidad ambos entrevistados concuerdan en que se han venido realizando esfuerzos y gestiones con el fin de que esta práctica se reduzca lo mayor mente posible con el objetivo de que los consumidores hagan sus compras en los mercados, lo cual se puede evidenciar a simple vista ya que existe más control y patrullaje por parte de los agentes municipales, claro está que no todos los comerciantes lo ven de manera tan positiva debido a que igual consideran que aun sienten que este punto les afecta es decir aún existe un grado de inconformidad.

Los partícipes de la entrevista resaltan, además resaltan que se vienen realizando controles con el fin de que los productos comercializados en sus instalaciones sean de legal procedencia y cumplan con la calidad que el consumidor requiere debido a que esto también resulta la imagen de los mercados, en cuanto si los comercios aledaños afectan las ventas de los comerciantes formales del mercado piensan que no debido a que la mayoría venden productos distintos por lo que la idea no es generar controversia ni rivalidad más bien ser un complemento mutuo por ende siempre que se respeten las normas y precios no existiría problema ya que al final es el consumidor quien elige donde adquirir sus productos.

Por se ha mencionado algo muy importante como lo es la educación y conciencia del consumidor específicamente refiriéndonos a su preferencia debida que se dice que mientras estos sigan consumiendo productos que no son regulados por las autoridades pertinentes es imposible terminar con la informalidad. Se han tomado iniciativas en la pandemia que recientemente está llegando a etapas finales o controlables como los pedidos mediante la aplicación WhatsApp como nos comentaban, pero nadie menciona que se esté trabajando por potenciar o mejorar dicha iniciativa que para la mayoría de estos comerciantes fue importante en aquellos días donde se anunciaron muchas restricciones.

CAPÍTULO V

5 MARCO PROPOSITIVO

5.1 Título de la propuesta

Propuesta para un plan de acción destinado a fomentar el desarrollo de las actividades comerciales y lograr un desarrollo local para contribuir con iniciativas de mejora y progreso del mercado formal de la zona centro de Riobamba, provincia de Chimborazo.

5.2 Antecedentes del lugar

5.2.1 Datos del lugar

Tabla 1-5: Datos de la institución

Provincia:	Chimborazo
Cantón:	Riobamba
Teléfono:	(03) 296-9212
Alcalde:	Ing. Byron Napoleón Cadena Oleas
Vicealcalde:	Ing. Nathalia Urgiléz
Población:	269212 personas
Ubicación:	El cantón Riobamba está situado a 2.754 metros sobre el nivel del mar, a 1° 41' 46" latitud Sur; 0° 3' 36" longitud Occidental del meridiano de Quito, en la región Sierra Central
Demografía:	2812,59 hectáreas
Correo:	gadmriobamba.gob.ec

Fuente: (EP-EMAPAR, 2017)

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

5.2.2 Reseña histórica

La ciudad de Riobamba inicia su historia en 1923 con grandes relatos de hechos históricos e historias ancestrales donde relatan las vivencias de los indígenas de quienes habitaban la llamada Liribamba años antes de la conquista Inca y posterior conquista de los españoles, esta conquista significó un nuevo inicio para esta ciudad y consecuentemente el conquistador español Diego de Almagro fundó en 1534 la ciudad que actualmente conocemos como

Riobamba, de hecho es la primera ciudad fundada en lo que ya se conocía en aquel entonces como Ecuador y por muchos años fue la capital del país en donde se llevaron acontecimientos de suma importancia como el terremoto que destruyó la imagen colonial de la ciudad, además al superar en cierta manera ese acontecimiento catastrófico fue en esta ciudad donde se escribió lo que hoy en día se conoce como constitución de la república del Ecuador, de igual manera se dio la elección y nombramiento a quien se convertiría en el primer presidente del país que fue el Venezolano Juan José Flores. Posteriormente esta ciudad dejó de ser la capital nombrando a la ciudad de Quito en su lugar, pero a pesar de los años sigue siendo ciudad majestuosa ubicada más cercanamente al sol.

5.2.3 Filosofía organizacional

5.2.3.1 Misión

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba es una persona jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera que formula y ejecuta los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, cuya finalidad es promover el desarrollo económico y sustentable del territorio; aplicando políticas ambientales, fortaleciendo los consejos de seguridad y protección integral, patrocinando la cultura, artes, actividades deportivas y recreativas a través de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que permitan articular esfuerzos y optimizar recursos; bajo los principios de transparencia, respeto, solidaridad, equidad y trabajo en equipo. (Municipio de Riobamba, 2022)

5.2.3.2 Visión

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, fortalecido, líder, eficiente y eficaz que promueva el ordenamiento territorial y la seguridad ciudadana, desarrollo económico, ambiental y social, mejorando la calidad de vida de la población a través de la dotación de servicios básicos, infraestructura, vialidad, generación de empleo, respetando la cultura y el ambiente, con un sistema democrático de participación ciudadana que propicie la integración de la comunidad con su Gobierno Municipal. (Municipio de Riobamba, 2022)

5.2.3.3 Valores de la Institución

1. Responsabilidad
2. Iniciativa
3. Puntualidad
4. Eficiencia

5. Eficacia
6. Creatividad
7. Transparencia
8. Perseverancia
9. Objetividad
10. Trabajo en Equipo
11. Honradez
12. Tolerancia

(Municipio de Riobamba, 2022).

5.3 Análisis Situacional

Los datos estimados del censo de población y vivienda realizado en el año 2010 cuentan con una población de 225741 habitantes.



Ilustración 1-5: Mapa físico de Riobamba

Fuente: (Google Maps, 2022)

5.4 Productos Ofertados

- Artesanías (Barro, madera, etc.)
- Productos del campo (especies menores, papas, hierbas, etc.)
- Ropa/Ropa Indígena
- Calzado (deportivo, casual)
- Artículos tecnológicos

- Gastronomía
- Mariscos

5.5 Análisis FODA

Utilizando este método de análisis nos permitirá obtener un mejor diagnóstico de la realidad del mercado formal debido a que se puede observar un panorama conjunto en el cual se involucran las fortalezas, Oportunidades que ayudaran de vas para formular estrategias de igual manera las debilidades y amenazas las cuales se buscaran disminuir en medida de lo posible o resolverlas paulatinamente.

A continuación, mediante la matriz FODA se plasmarán los resultados obtenidos en el estudio de campo específicamente mediante las encuestas

Tabla 2-5: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Cuentan con una infraestructura ubicada estratégicamente en una zona de fácil acceso con gran concurrencia de público. 2. Productos que cuentan los estándares de calidad y variabilidad al gusto de los potenciales consumidores 3. Cooperación mutua con las autoridades 4. Controles continuos alrededor de los mercados 5. Conservación de los espacios destinados a la actividad comercial	1. Existen nuevos medios de publicidad gratuitas u otras por precios accesibles como son las redes sociales. 2. Tienen la posibilidad de aumentar sus ventas gracias a la progresiva recuperación de la economía nacional y local en el último año 3. Predisposición de los implicados tanto comerciantes como autoridades para generar mejoras de desarrollo 4. Posible crecimiento de la demanda a raíz del crecimiento poblacional y normalización de la economía de los hogares 5. Feriados locales impulsan el consumo
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Desinterés en el cumplimiento de las diferentes resoluciones planteadas por las autoridades competentes 2. Manejo del gran parte del comercio de	1. Demasiada oferta de productos de la misma categoría en un solo lugar 2. Espacio limitado para realizar las ventas 3. Lenta adecuación a las modernas

<p>manera empírica por parte de los comerciantes</p> <p>3. Dificultades para ampliar el público objetivo o acceder a otro tipo de clientes</p> <p>4. Discrepancia en cuanto a las opiniones planteadas entre comerciantes</p> <p>5. Poco interés en generar capacitaciones acordes a la realidad del mercado</p>	<p>tecnologías que apoyan el comercio</p> <p>4. Poco interés de nuevas generaciones en desarrollar su actividad económica</p> <p>5. Estrategias de comercio obsoletas</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

5.5.1 Matriz estratégica

Tabla 3-5: Matriz estratégica

		FORTALEZAS					DEBILIDADES				
		F1 cuenta con una infraestructura ubicada en una buena ubicación geográfica	F2 productos de buena calidad y marca al gusto del consumidor	F3 cooperación mutua con las autoridades	F4 controles continuos alrededor de los mercados	F5 conservación de los espacios destinados a la actividad comercial	D1 desinterés en el cumplimiento de las diferentes resoluciones planteadas por las autoridades competentes	D2 manejo de gran parte del comercio de manera empírica por parte de los comerciantes	D3 dificultades para ampliar el público objetivo o acceder a otro tipo de clientes	D4 discrepancia en cuanto a las opiniones planteadas entre comerciantes	D5 poco interés en generar capacitaciones acordes a las realidades del mercado por parte de las autoridades
OPORTUNIDADES	O1 existen nuevos medios de publicidad gratuita un otras por precios accesibles como son las redes sociales	FO <ul style="list-style-type: none"> Realizar campañas de publicidad de los diferentes mercados para aumentar la demanda y ser reconocidos a nivel nacional Aprovechar el auge de las redes sociales para generar un vínculo permanente con los clientes que permitirá brindar información y distribución de contenido del producto para atraer clientes potenciales y mantener a las clientes actuales. 					DO <ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones a los comerciantes en materia de información, finanzas y asesoría para que puedan postular a fondos de emprendimientos y demás tipos de financiamiento Promover y divulgar las estrategias o planes que s llevaran a cabo a través de medios de comunicación con el fin de buscar la cooperación y participación de los involucrados 				
	O2 posibilidad de aumentar las ventas gracias a la progresiva recuperación de la economía nacional y local										
	O3 predisposición de las autoridades para emprender cambios conjuntos a favor del comercio justo										
	O4 posible crecimiento de la demanda a raíz del crecimiento poblacional										
	O5 feriado locales impulsan el consumo										
AMENAZAS	A1 sobreoferta de productos de la misma categoría en un solo lugar	FA <ul style="list-style-type: none"> Reuniones con grupos delegados durante el proceso, para informar sobre el avance de los procedimientos relacionados con la ejecución de las estrategias 					DA <ul style="list-style-type: none"> Proporcionar una atención de calidad para que los consumidores obtén por preferir acudir a realizar sus compras en establecimientos oficiales 				
	A2 espacio limitado para realizar las ventas										
	A3 lenta o nula adecuación de tecnologías modernas para apoyo del comercio										
	A4 poco interés de nuevas generaciones en continuar con la actividad económica										
	A5 estrategias de comercio obsoletas										

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

5.6 Estructura del plan acción comercial de los negocios y de desarrollo local

El siguiente plan que se dará a conocer se lo desarrollo teniendo en consideración las diferentes necesidades de los comerciantes, a su vez que busca un equilibrio entre sus implicados como son las autoridades y la ciudadanía en general, mismo que se basa en proponer acciones que minimicen y en el mejor de lo casos erradiquen la problemática que manifiestan los comerciantes formales de la zona centro de Riobamba.

Tabla 4-5: Fases del Plan de acción

Plan de acción comercial y desarrollo para contribuir con iniciativas de mejora y progreso del mercado formal de la zona centro de Riobamba, provincia de Chimborazo			
FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4
Programa de comunicación y respuestas de cuestionamientos	Programa de capacitación y fortalecimiento de la actividad económica	Programa de financiación y obtención de recursos humanos y económicos	Procesos documentales y ámbitos legales
Se requiere la participación comprometida y activa de los diferentes involucrados ya sea de manera directa con el fin de seguir un mismo horizonte.	Capacitación que genere fortalecimiento apoyado del control continuo de cada una de las actividades comerciales, en busca de brindar apoyo e incentivo al desarrollo de estos.	En este sentido la financiación de los diferentes estrategias o programas que se buscan implementar las asumirá el GAD Municipal apoyada con todas aquellas organizaciones privadas que deseen invertir.	Gestionar los requisitos y tramites que sean necesarios, propios de los procesos a implementarse.

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

5.6.1 Fase de información y consulta

Iniciando la implementación de los programas establecidos considerando el orden, se daría inicio a la primera fase la cual señala el programa de comunicación y respuesta a cuestionamientos que está diseñado para poner en marcha una estrategia de acercamiento y comunicación entre los principales actores como son las autoridades responsables del GAD Municipal de Riobamba, y los comerciantes formales logrando generar un espacio de conversación productivo en donde se planteen alternativas que puedan consignarse de manera unánime, al igual que se pueda responder interrogantes dejando claro y en conocimiento de todos como se procederá.

Estrategias:

- Establecer mecanismos de comunicación viables con el fin de generar un espacio de dialogo productivo
- Dar a conocer a los comerciantes formales el marco legal sobre el cual se apoyará las estrategias además de señalar y dar a conocer quienes formaran parte activa es decir los responsables de esta.
- Poner en conocimiento de la población en general el plan de acción de organización y fortalecimiento de la actividad comercial.

Alcance:

- Elaboración y propuesta de un plan enfocado en informar a los comerciantes formales y todos los agentes implicados en el desarrollo de este
- Programar reuniones continuas con delegados y responsables con el fin de conocer mutuamente aquellos avances y resultados que se van consiguiendo.
- Incentivar a los comerciantes en general que formen parte de los procesos mediante el apoyo al surgimiento de su actividad económica

Indicadores:

- Consolidación de acuerdos entre las partes involucradas
- Grado de crecimiento o desarrollo paulatino del comercio
- Grao de satisfacción de los beneficiarios

Meta:

- Consignar una unificación en cuanto al apoyo mutuo de cada iniciativa tomada.
- Generar acuerdos en pro de la mejora de la actividad económica.
- Fortalecer los espacios de dialogo sostenible y cooperación mutua.

5.6.2 Fase de capacitación y fortalecimiento de la actividad económica

En esta siguiente fase del presente plan de acción el enfoque se inclina a dos programas que son los siguientes: Capacitación con el fin de desarrollar capacidades y el fortalecimiento del sector comercial con el fin de que al complementarse se busca obtener mejores resultados los mismos que se esperan puedan ser sostenibles a lo largo del tiempo.

Estrategias:

- Realizar capacitaciones en temas de interés como administración financiera, ventas, atención al cliente, estrategias de marketing entre otras de interés, en donde se pretende además recibir apoyo de instituciones como el MIES, IEPS, entre otras.
- Mantener un control constante de la calidad de los productos ofertados y que estos mantengan cada uno de sus registros y documentos de ley necesarios para ser comercializados.
- Desarrollar campañas publicitarias mediante los diferentes medios digitales con el fin de dar a conocer las diferentes ofertas disponibles.

Alcance:

- Fortalecer el pensamiento crítico mediante capacitaciones que fortalezcan las aptitudes y actitudes de los comerciantes con el fin de que surja y se desarrolle su actividad económica poniendo en marcha los conocimientos adquiridos.
- Lograr que el 100% de los productos comercializados cumplan con las medidas legales y sanitarias pertinentes.
- Llegar mediante campañas publicitarias a todo el territorio ecuatoriano.

Indicadores:

- Porcentaje de comerciantes capacitados.
- Igualdad de posibilidades de desarrollo y progreso.

Meta:

- Lograr capacitar a más del 60 % de los comerciantes formales.
- Fortalecer la permanencia en el mercado de cada uno de los negocios ya existentes.
- Lograr un incremento del nivel de ingresos de los comercios del 12% en el primer año de ejecución del plan de acción.

5.6.3 Fase de manejo de recursos y financiación del plan de acción

En esta tercera fase se enfoca en la obtención de fuentes de financiación ya sean públicas o privadas que ayuden a la puesta en marcha del plan de acción y generar un beneficio mutuo que garantice la dinamización de la economía y el progreso de los involucrados directos y la población en general.

Estrategias:

- Solicitar cooperación de las diferentes instituciones ya sean públicas o privadas a formar parte de este proyecto y generar beneficios mutuos fortaleciendo el comercio formal de la ciudad.
- Formular acuerdos con instituciones del sistema financiero ecuatoriano con el fin de generar facilidades para el acceso a créditos diferenciales que ayuden a los comerciantes a fortalecer su actividad económica.
- Suscribir convenios para financiar actividades de crecimiento y progreso de los comerciantes registrados en el GAD Municipal de Riobamba con BAN ECUADOR, mismo que ofrece créditos con una tasa de interés del 1% hasta 30 años plazo para comerciantes, artesanos, entre otros.

Alcance:

- Lograr solventar económicamente mediante financiación las actividades comerciales ubicadas en la zona centro de Riobamba.
- Conseguir las tasas mínimas de interés disponibles en el mercado en la obtención de posibles créditos menores a 10.000,00 para los comerciantes registrados en el GAD Municipal de Riobamba.

Indicadores:

- Acuerdos y convenios suscritos destinados al financiamiento de los diferentes negocios activos de la zona centro de Riobamba.
- Créditos otorgados a los comerciantes gracias a los convenios generados con las diferentes instituciones del sector financiero ya sea pública o privada.
- Bonos otorgados a los comerciantes que han presentado a tiempo cada uno de los requisitos solicitados por parte del GAD de Riobamba.

Meta:

- Suscribir mínimo un convenio con una organización pública o privada destinados al financiamiento de los diferentes negocios activos de la zona centro de Riobamba.
- Lograr que por lo menos el 10 % de los comerciantes accedan a financiamiento mediante los convenios y acuerdos alcanzados.
- Conseguir el 10 % de los negocios desarrollen un crecimiento sostenido gracias a la obtención de créditos.

5.6.4 Fase de procesos legales necesarios

Por último, para que el plan de Acción pueda ser puesto en marcha de manera óptima se deben gestionar de manera oportuna la documentación necesaria que sustente la intervención y apoyo del GAD Municipal de Riobamba, en ámbitos económicos y logísticos a los comerciantes formales de la zona centro de Riobamba

Estrategias:

- Conformar un grupo de trabajadores quienes se centren en llevar a cabo los procesos necesarios requeridos para proceder legalmente a implementar cada una de las medidas tomadas.

Alcance:

- Facilitar y agilizar trámites necesarios con la finalidad de cubrir cada uno de los procesos según el marco de la ley y tiempos establecidos.

Indicadores:

- Numero de tramites solicitados.
- Numea de procesos terminados.

Meta:

- Agilizar los procesos legales en ámbitos que se consideren necesarios con el fin de que los comerciantes no encuentren dificultades mayores al momento de buscar oportunidades para el desarrollo de su actividad.

5.7 Cronograma de ejecución

Tabla 5-5: Estructura Plan de acción

PROGRAMA	PRESUPUESTO	FINANCIACIÓN	CRONOGRAMA						
			CUATRIMESTRES						
			AÑO I			AÑO II			
			I	II	III	I	II	III	
Programa de comunicación y respuestas de cuestionamientos	\$ 2.500,00	GADM Riobamba							
Programa de capacitación y fortalecimiento de la actividad económica	\$ 1.600.000,00	GADM Riobamba							
Programa de obtención de recursos humanos y económicos	\$ 1.000.000,00	Entidades públicas o privadas (BAN ECUADOR, IEPS)							
Procesos documentales y ámbitos legales		GADM Riobamba							
TOTAL	\$ 2.602.500,00								

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Padilla, Jonathan, 2023.

CAPÍTULO VI

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- En este trabajo se realizó un estudio económico de los mercados populares, en la zona centro de Riobamba, año 2022. Lo más importante de este estudio fue conocer que muchos de estos negocios son muy susceptibles a decaer en cuanto suceden acontecimientos imprevistos como lo fue la pandemia debido a que la mayor parte de personas que se encuentran manejando estos carecen de conocimientos técnicos para el manejo del mismo es por ello que la permanencia en el tiempo de estos es muy baja en una parte debido a su poca rentabilidad que lleva consigo a que futuras generaciones no lo vean como una opción de ingresos y decidan terminar la actividad económica.
- Los mercados ha ido teniendo mejoras a lo largo del tiempo en cuanto a infraestructura y en ciertos casos en la forma en que estos son distribuidos por productos además de las externalidades como la informalidad en cierta medida, aun así no se ha visto mayores desarrollos en este campo debido a que no se ha enfocado en ver algo más importante como es la forma de vivir, vender y consumir que es la que más ha evolucionado en los años por ende mantenerse realizando el comercio de la misma forma técnica que hace mucho tiempo atrás y no acoplarse a las actuales tendencias evita que estos puedan llegar a ser rentables.
- El desarrollo de los mercados tradicionales en los cuales interactúan gran parte de la población aún sigue teniendo dificultades en cuanto al nivel de ventas siendo estas muy bajas y en épocas casi nulas en parte debido a la crisis económica que atraviesa el país en general mismo que merma el poder adquisitivo de las personas además el avance tecnológico y las maneras de llegar a los potenciales clientes que se ha digitalizado, esto sumado al desconocimiento de los comerciantes en áreas básicas y esenciales como la atención al cliente, marketing entre otras ocasiona que las tiendas físicas reciban cada vez menos compradores.
- Para poder lograr que los mercados formales puedan desarrollarse en el tiempo es necesario atender las necesidades básicas de quienes forman parte de estas, las peticiones de estos siguen siendo las mismas desde hace tiempo atrás como es una adecuada capacitación entorno a la realidad tanto económica como tecnológica actual, de tal manera que genere mayor oportunidad de progreso mediante el desarrollo de la actividad comercial con la finalidad que estos no terminen estancados.

Recomendaciones

- Se recomienda mantener un espacio de dialogo antes, durante y después de cada uno de los proyectos o acciones realizadas a favor del progreso y desarrollo de los comerciantes formales.
- Se sugiere poner más énfasis en apoyar el desarrollo económico de los comerciantes formales debido a que el crecimiento de estos genera desarrollo y productividad del sector de igual manera beneficio al fisco por los montos recaudados.
- Se recomienda reforzar la confianza entre autoridades y comerciantes debido a que se ha evidenciado desconformidad lo cual a futuro se transformaría en un impedimento para futuros proyecto debido a la falta de compromiso e interés.

BIBLIOGRAFÍA

- Amador, M. (2009). *La entrevista en investigación*. Recuperado de: <https://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
- Arias, E. (2020). *Investigación explicativa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
- Arias, E. (2020). *Investigación exploratoria*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Arroyo, J. (2016). *Método y diseño de investigación*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/VenArroyo/metodo-y-diseo-de-investigacin-58175162>
- Banco Mundial. (2020). *El impacto de la COVID-19 sobre los mercados de productos básicos se hace notar principalmente en los precios de la energía; es probable que la demanda de petróleo se siga contrayendo después de 2021*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/10/22/impact-of-covid-19-on-commodity-markets-heaviest-on-energy-prices-lower-oil-demand-likely-to-persist-beyond-2021>
- Barrios, L. (2022). *¿Qué es la microeconomía?*. Recuperado de: <https://www.arkangeles.com/blog/microeconomia>
- Castillo, B. (2020). *6 tipos de métodos de investigación*. Recuperado de: <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Coll, F. (2020). *Estudio transversal*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48077/S2200607_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado de: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- COOTAD. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial*. Recuperado de: <https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- EP-EMAPAR. (2017). *Plan de desarrollo cantonal*. Recuperado de: <https://www.epemapar.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/plandesarrollocantonal.pdf>
- ESNECA . (2021). *5 acciones para apoyar la economía local*. Recuperado de: <https://www.esneca.lat/blog/acciones-apoyar-economia->

- Montoya, A. A., Azuara, O., Bosch, M., & Rubio, S. G. (2020). *¿Cómo está impactando la pandemia en los mercados laborales de América Latina y el Caribe?* Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/como-esta-impactando-la-pandemia-en-los-mercados-laborales-de-america-latina-y-el-caribe/>
- Morales, F. (2020). *Teoría Económica*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-economica.html>
- Moranchel, J., & Carbajal, Y. (2019). *Factores que determinan el desarrollo de un territorio*. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222019000100005
- Morín, D. (2019). *Importancia de la dimensión sociocultural en procesos de desarrollo territorial*. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322019000300012
- Municipio de Riobamba. (2022). *Misión-Visión*. Recuperado de: <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/alcaldia/mision-y-vision>
- Observatorio Regional de planificación para el desarrollo. (2019). *Gobiernos Autónomos Descentralizados de Ecuador*. Recuperado de: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/instituciones/gobiernos-autonomos-descentralizados-de-ecuador>
- OIDLES. (2010). *Elementos sustanciales del desarrollo local*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oidles/08/ymp.htm#:~:text=Para%20lograr%20un%20desarrollo%20local,y%20q>
- Orellana, P. (2020). *Método analítico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Pérez, I. (2014). *10 maneras sencillas de promover la sostenibilidad*. Recuperado de: <https://diarioresponsable.com/opinion/17514-10-maneras-sencillas-de-promover-la-sostenibilidad-P>
- Pérez, M. (2021). *Conceptos Definición*. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/observacion/>
- Pérez, M. (2021). *Definición de muestra*. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/muestra/>
- PRIMICIAS. (07 de abril de 2022). La economía de Ecuador crecerá 4,3% en 2022, proyecta el Banco Mundial. *Primicias*. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/economia-ecuador-crecimiento-banco-mundial/>
- Pursell, S. (2023). *Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se hace y ejemplos*. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>

- Raeburn, A. (2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo*. Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Revista Multi-Ensayos. (2018). *Herramientas económicas para la toma de decisiones empresariales desde la asignatura de Economía Empresarial*. Recuperado de: <https://lamjol.info/index.php/multiensayos/article/download/9488/10855?inline=1#:~:text=La%20econ>
- Sánchez, P., Zurita, E., Gonzáles, G., Borja, M. E., Erazo, F., Pinilla, D., Wilman Carrillo, K. À., & Costales, L. (2022). *Boletín económico # 07 febrero 2022*. Recuperado de: https://www.unach.edu.ec/wp-content/Facultades/Ciencias_Pol%C3%ADticas/Econom%C3%ADa/boletin_economico/BOLETI%CC%81N%20No.07.pdf
- Sánchez, J. (2020). *Análisis económico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-economico.html#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20econ%C3%B3mico%20es%20la%20base%20del%20estudio,e%20interactuar%20con%20el%20resto%20de%20los%20agentes>.
- Selva, V. (2021). *Desarrollo local: concepto y modelos*. Recuperado de: <https://culturapedia.com/2021/07/25/desarrollo-local/>
- Significados. (2022). *Qué es un cuestionario*. Recuperado de: <https://www.significados.com/cuestionario/>
- significados.com. (2020). *¿Qué es población?*. Recuperado de: <https://www.significados.com/poblacion/>
- Tancara, C. (1993). *La investigación documental*. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29151993000100008
- Tomala, O. (2016). *Tipos de Investigación*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>
- UNAM. (2017). *¿Qué es la economía heterodoxa?* Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/smh/economia-heterodoxa.html>
- uniR. (2022). *¿Qué estudia la macroeconomía?* Recuperado de: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/que-estudia-macroeconomia/>
- Uriarte, J. M. (2020). *Resumen y características Economía*. Recuperado de: <https://humanidades.com/economia/>
- Vásquez, I. (2005). *Tipos de estudio y métodos de investigación*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>
- Vélez, J. M., Ortiz, j. M., Pineda, B. S., & Acevedo, J. (2022). *Medición del desarrollo económico local de dos municipios de Antioquia: categorías capacidad institucional y capital humano*. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/100659/83995>

Vinueza, A., Vinueza, G., & Méndez. (2019). *Comercio formal e informal en el sector la media luna y su influencia en el desarrollo socioeconómico*. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6286>

Westreicher, G. (2020). *Conocimiento empírico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/empirico.html>

Westreicher, G. (2020). *Encuesta*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>



ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE CUESTIONARIO APLICADO A LA MUESTRA

Objetivo: El presente cuestionario tiene fines académicos, se realizará con la final de obtener información acerca de los comerciantes formales para determinar el nivel de desarrollo económico de la zona centro de Riobamba.

Indicaciones: Selecciones la opción que considere correcta de forma honesta

Género: Masculino () Femenino () otro

Edad: 18-25 () 26-35 () 36-45 () 46 o más ()

Nivel de Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior () Ninguna ()

1. ¿Cuáles son sus motivos por los que inicio este negocio?

- a. No encontró trabajo asalariado
- b. Quiso ser independiente
- c. Por necesidad
- d. Obtener mayores ingresos económicos

2. ¿Porque cree usted que se ha visto afectada la actividad económica de los mercados?

- a) Informalidad
- b) Infraestructura
- c) Impuestos
- d) Gestión de las autoridades

3. ¿Está de acuerdo con invertir en el crecimiento de su actividad económica en el mercado?

- a) Si
- b) Indeciso
- c) ¿No, por qué?

4. ¿Los montos que se pagan por puestos considera usted que son justos?

- a. Si
- b. ¿No, por qué?

5. ¿Cree usted que los precios de los diferentes productos establecidos por el gobierno centrar son los adecuados?

- a. Si
- b. ¿No, por qué?

6. ¿Qué recursos considera que puede mejorar las condiciones del mercado?

- a. Mejorar la Infraestructura
- b. Vallas publicitarias
- c. Uniformes
- d. Parqueaderos

7. ¿Considera usted que las políticas adoptadas por el gobierno de turno son un factor importante para el aumento de la informalidad?

- a. Si
- b. ¿No, por qué?

8. ¿Han recibido capacitaciones que les ayuden a interactuar con los clientes?

- a. Si
- b. No

9. ¿Le gustaría recibir capacitaciones con el fin de mejorar su actividad económica?

- 10. Si
- 11. No

12. ¿Ha pensado en cerrar su actividad económica?

- a. Si
- b. Indeciso
- c. ¿No, por qué?

ANEXO B: GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS DIFERENTES AUTORIDADES

Objetivo: Conocer a través de las preguntas planteadas la opinión de diversos actores acerca del mercado formal y como este ha venido desarrollándose en el entorno económico

1. ¿Cuál es el principal problema económico que afecta el mercado formal?

2. ¿Como ha evolucionado la economía del mercado en los últimos años?

3. ¿Cuál es la contribución de los negocios del mercado al desarrollo económico de la ciudad?

4. ¿Como afectan los negocios cercanos al mercado, las actividades económicas?

5. ¿Existen proyectos para mejorar la actividad comercial del mercado?

6. ¿Qué se necesita para pasar de la informalidad a la formalidad?

ANEXO C: FOTOGRÁFICO



ENTREVISTAS



RECORRIDO Y ENCUESTAS

Anticuario - TABULACION ENCUESTAS TERS

Formato de número: General

	NUMERO	GENERO	EDAD	ESTUDIO	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

DATOS GENERO EDAO ESTUDIO P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 F...

TABULACIÓN ENCUESTAS

ANEXO D: DOCUMENTAL



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CARRERA DE FINANZAS



Riobamba, 08 de diciembre del 2022

Ingeniero
Marcelo Chávez
GESTOR DE MERCADOS

Presente. -

De mi consideración:

Yo, JONATHAN FERNANDO PADILLA DE LA CRUZ con CI 050366184-5, estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la Facultad Administración de Empresas de la Carrera de Finanzas, de Octavo Semestre, solicito comedidamente autorizar a quien corresponda me pueda ayudar con información de los puestos vacantes; número total de comerciantes de este año 2022, de los mercados: Centro Comercial Popular La Condamine; La Merced; San Alfonso; Santa Rosa y San Francisco. Por motivo que me encuentro realizando mi Proyecto de Titulación con el tema: "ESTUDIO ECONÓMICO DEL MERCADO FORMAL EN LA ZONA CENTRO DE RIOBAMBA, AÑO 2022".

Me permito solicitar también se me conceda autorización para realizar una encuesta a los comerciantes y una entrevista a los administradores de los mercados antes señalados.

Por su gentil atención, mi agradecimiento.

Atentamente,

Jonathan Padilla

Sr. Jonathan Fernando Padilla de la Cruz
Ci:050366184-5

*Recibo
07-12-2022*



Municipio de
Riobamba

Dirección de Gestión
de Servicios Municipales

Riobamba, 29 de noviembre del 2022

Reciba un cordial saludo a la vez que me permito informar sobre lo solicitado del total de Canceles disponibles, numero de comerciantes de este año 2022 del Centro Comercial Popular "La Condamine".

El Centro Comercial Popular "La Condamine" funciona con cancelos, locales e Islas dentro de las actividades de comercio con diferentes giros de negocio, siendo un total de usuarios activos de 750, teniendo la particularidad de por tema pandemia existió un número representativo de abandonos de locales, que poco a poco se han ido normalizando en este año con la tan anhelada reactivación económica, al momento contamos con 14 vacantes en las diferentes secciones de nuestro entro de Comercio.

Es todo cuanto puedo informar para los fines que asi lo requiera

Atentamente,

Ing. Cecilia Tuzunango F.

ADMINISTRADORA CENTRO COMERCIAL POPULAR "LA CONDAMINE"



032967896

CENTRO COMERCIAL POPULAR "LA CONDAMINE"

**GESTORÍA DE MERCADOS
MERCADOS, PLAZAS Y CENTRO COMERCIAL POPULAR
NÚMERO DE COMERCIANTES POR MERCADO**

MERCADO	DATOS	
	USUARIOS	PRODUCTO
MARIANO BORJA LA MERCED	83	HORANDO / LLAPINGACHOS / JUGO DE SAL / YAGUARLOCRO
SIMÓN BOLÍVAR SAN ALFONSO	376	CORVINA FRITA-DOÑA NELLY / HUEVOS CHILENOS / ARTESANÍAS DE BARRO
GENERAL DÁVALOS	210	ARTESANÍAS Y PRODUCTORES DE PAPAS
BOLÍVAR CHIRIBOGA EL PRADO	1588	ROPA / CALZADO /CELULARES
VÍCTOR PROAÑO SANTA ROSA	287	ARTESANÍAS / ROPA /LEGUMBRES
PEDRO DE LIZARZABURU SAN FRANCISCO	165	GASTRONOMÍA / ROPA ÍNDIGENA
CENTRO COMERCIAL POPULAR LA CONDOMINE	808	ROPA / MARISCOS /
PLAZA DE LAS HIERBAS	65	HIERBAS
JUAN BERNARDO DE LEÓN LA CONCEPCIÓN	175	ARTESANÍAS / SOMBREROS / PONCHOS / BAYETAS
LA ESPERANZA 1	190	ROPA USADA -ARTÍCULOS USADOS-COCINAS INDUSTRIALES
LA ESPERANZA 2	406	ESPECIES MENORES
TOTAL COMERCIANTES	4353	

6 MERCADOS

4 PLAZAS

1 CENTRO COMERCIAL

Requisitos para ser arrendatario o adjudicatarios:

- 1,- Solicitud en especie valorada dirigida al señor director de servicios municipales
- 2,- copia de la cédula de identidad y papeleta de votación.
- 3,- certificado de no adudar al municipio.
- 4,- certificado de no poseer puesto en otro mercado.
- 5,- informe del administrador.

En la Página de **Municipio de Riobamba**.- podemos conocer los puestos vacantes que se encuentran disponibles en los mercados, plazas y centro comercial popular.



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 07 / 07 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JONATHAN FERNANDO PADILLA DE LA CRUZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



1420-DBRA-UPT-2023