



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

**“ANÁLISIS DEL COMERCIO INFORMAL Y SU IMPACTO EN LOS
INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DEL MERCADO
CERRADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI,
AÑO 2023.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTOR(A): GLADYS ALEXANDRA CATOTA SANGO

DIRECTORA: ECON. ADRIANA MARGARITA MORALES NORIEGA

Riobamba – Ecuador

2024

© 2024, Gladys Alexandra Catota Sango

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, Gladys Alexandra Catota Sango, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora 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, 22 de mayo del 2024



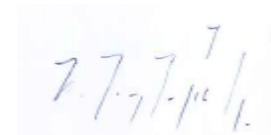


Gladys Alexandra Catota Sango

055063122-0

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, **“ANÁLISIS DEL COMERCIO INFORMAL Y SU IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DEL MERCADO CERRADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2023.”**, realizado por la señorita: **GLADYS ALEXANDRA CATOTA SANGO**, 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
Ing. Mauro Patricio Andrade Romero PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 _____	22-05-2024
Econ. Adriana Margarita Morales Noriega DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	22-05-2024
Dr. Rodney Eduardo Mejía Garcés ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	22-05-2024

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis amados padres, mi principal fuente de amor, apoyo y guía durante mi vida y de manera especial a todas aquellas personas que plasmaron una huella imborrable en mi vida, con palabras de aliento, apoyo incondicional y enseñanzas maravillosas que me permitieron inspirarme y culminar mi carrera.

Alexandra

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de manera muy especial a mi adorada madre por ser el pilar fundamental en toda mi etapa académica, por apoyarme, confiar y acompañarme en cada paso que di día a día, mi agradecimiento más sincero también a todo el cuerpo docente que me acompañó a lo largo de toda mi carrera y me han permitido aprender de sus experiencias y capacidades profesionales.

Alexandra

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN	xv
SUMMARY / ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 JUSTIFICACION	3
1.3.1 Justificación teórica	3
1.3.2 Justificación metodológica	4
1.3.3 Justificación practica.....	4
1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	5

CAPÍTULO II

2.Marco teórico	6
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.2 Referencias teóricas	7
2.2.1 Análisis.	7

2.2.2	Comercio.....	8
2.2.3	Comercio formal.....	8
2.2.4	Comercio informal.....	9
2.2.5	Comerciante.....	10
2.2.6	Competitividad.....	11
2.2.7	Competencia desleal.....	11
2.2.8	Estrategia.....	12
2.2.9	Informalidad.....	12
2.2.10	Mercado.....	12
2.2.11	Plan de acción.....	13
2.2.12	Plan operativo.....	13
2.2.13	Población económicamente activa.....	14

CAPÍTULO III

3.	Marco metodológico.....	15
3.1	Descripción del enfoque.....	15
3.2	Diseño de investigación.....	15
3.3	Tipo de investigación.....	16
3.4	Método de investigación.....	16
3.4.1	Método analítico.....	16
3.5	Técnicas de investigación.....	16
3.5.1	Encuestas.....	16
3.5.2	Entrevista.....	17
3.6	Población y muestra.....	17
3.6.1	Población.....	17
3.6.2	Muestra.....	17

CAPÍTULO IV

4.MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	19
4.1 Resultado de la encuesta dirigida a los Comerciantes formales	19
4.1.1 Discusión de resultados de la encuesta aplicada a comerciantes formales.....	32
4.2 Resultado de la encuesta dirigida a los Comerciantes informales.	32
4.2.1 Discusión de resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes informales	44
4.3 Resultado de la encuesta dirigida a los Consumidores	46
4.3.1 Discusión de resultados de la encuesta aplicada a los consumidores.	55
4.4 Resultados a la entrevista realizada al administrador del Mercado	56
4.5 Respuesta a la pregunta de investigación.....	61

CAPÍTULO V

5.MARCO PROPOSITIVO.....	63
5.1 Estrategias.....	63
5.1.1 Plan de acción.....	64
5.1.2 PLAN OPERATIVO DE IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	84

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2- 1 Ventajas del comercio formal.	9
Tabla 2- 2 Tipos de comercio informal.....	10
Tabla 4-3 Nivel de instrucción.....	19
Tabla 4- 4 Edad.....	21
Tabla 4- 5 Tiempo de comercialización	22
Tabla 4- 6 Requisitos	23
Tabla 4- 7 Productos	24
Tabla 4- 8 Aumento de comerciantes informales	25
Tabla 4- 9 Ingresos mensuales.....	26
Tabla 4- 10 Costo de Arriendo	27
Tabla 4- 11 Beneficios de ser comerciante formal	28
Tabla 4- 12 Impacto del comercio informa	29
Tabla 4- 13 Porcentaje de impacto	30
Tabla 4- 14 Regulación del comercio informal	31
Tabla 4- 15 Nivel de instrucción.....	33
Tabla 4- 16 Genero	34
Tabla 4- 17 Edad.....	35
Tabla 4- 18 Tiempo de comercialización	36
Tabla 4- 19 Motivo para ser comerciante informal	37
Tabla 4- 20 Productos que oferta.....	38
Tabla 4- 21 Incremento de ingresos.....	39
Tabla 4- 22 Ingresos mensuales.....	40
Tabla 4- 23 Problemas por ser comerciante informal.....	41
Tabla 4- 24 ¿Beneficios del sector formal?	42
Tabla 4- 25 Conocimiento de la normativa.....	43
Tabla 4- 26 Disponibilidad para ingresar al sector formal	44

Tabla 4- 27 Frecuencia con la que compra	46
Tabla 4- 28 Presupuesto de compras	47
Tabla 4- 29 Preferencias	48
Tabla 4- 30 Decisión de compra	49
Tabla 4- 31 Comportamiento del comercio	50
Tabla 4- 32 Impacto en los ingresos de los comerciantes formales.....	51
Tabla 4- 33 ¿El comercio informal es fuente de empleo?	52
Tabla 4- 34 ¿El comercio informal aumenta el índice de delincuencia?	53
Tabla 4- 35 ¿El comercio informal debería ser regulado?.....	54
Tabla 4- 36 Entrevista al Administrador del mercado cerrado Latacunga	56
Tabla 5- 37 Objetivos y estrategias.....	61
Tabla 5- 38 Presupuesto estrategia 1	65
Tabla 5- 39 Plan de acción estrategia 1	66
Tabla 5- 40 Presupuesto estrategia 2	68
Tabla 5- 41 Plan de acción de la estrategia 2.....	69
Tabla 5- 42 Presupuesto estrategia 3	71
Tabla 5- 43 Plan de acción estrategia 3	72
Tabla 5- 44 Plan de acción estrategia 4	74
Tabla 5- 45 Presupuesto estrategia 5	78
Tabla 5- 46 Plan de acción estrategia 5	79
Tabla 5- 47 Presupuesto estrategia 6	80
Tabla 5- 48 Plan de acción estrategia 6	81
Tabla 5- 49 Plan Operativo.....	82

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 4-1 Nivel de instrucción	19
Ilustración 4- 2 Genero	20
Ilustración 4-3 Genero	20
Ilustración 4-4 Edad	21
Ilustración 4-5 Tiempo de comercialización.....	22
Ilustración 4-6 Requisitos	23
Ilustración 4-7 Productos	24
Ilustración 4-8 Aumento de comerciantes informales.....	25
Ilustración 4-9 Ingresos mensuales	26
Ilustración 4-10 Costo de arriendos	27
Ilustración 4-11 Beneficios de ser comerciante formal.....	28
Ilustración 4-12 Impacto del comercio informal.....	29
Ilustración 4-13 Porcentaje de impacto.....	30
Ilustración 4-14 Regulación del comercio informal.....	31
Ilustración 4-16 Nivel de instrucción.....	33
Ilustración 4-17 Genero	34
Ilustración 4-18 Edad	35
Ilustración 4-19 Tiempo de comercialización.....	36
Ilustración 4-20 Motivo para ser comerciante informal.....	37
Ilustración 4-21 Productos que oferta	38
Ilustración 4-22 Incremento de ingresos	39
Ilustración 4-23 Ingresos mensuales	40
Ilustración 4-24 problemas por ser comerciante informal	41
Ilustración 4-25 ¿El sector formal genera beneficios?.....	42
Ilustración 4-26 Conocimiento de la normativa.....	43
Ilustración 4-27 Disponibilidad para ingresar al sector formal.....	44

Ilustración 4-28 Frecuencia con la que compra	46
Ilustración 4-29 Presupuesto de compras.....	47
Ilustración 4-30 Preferencia	48
Ilustración 4-31 Decisión de compra	49
Ilustración 4-32 Comportamiento del comercio Informal.....	50
Ilustración 4-33 Impacto en los ingresos de los comerciantes formales	51
Ilustración 4-34 ¿El comercio informal es fuente de empleo?.....	52
Ilustración 4-35 ¿El comercio informal aumenta el índice de delincuencia?.....	53
Ilustración 4-36 ¿El comercio informal debería ser regulado?	54

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES FORMALES.

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES INFORMALES

ANEXO C: ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

ANEXO D: ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL MERCADO

RESUMEN

En los exteriores del mercado cerrado Latacunga se evidencia un gran número de comerciantes informales; en los últimos años este número ha ido aumentando, generando una competencia desleal debido a la falta de competitividad que tienen los formales frente a los informales, por ello el objetivo de esta investigación es analizar el comercio informal y su impacto en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, año 2023. La metodología empleada adoptó un enfoque cualitativo y cuantitativo, en cuanto al diseño, se implementó uno mixto entre exploratorio y descriptivo. Se analizaron variables y se desarrolló en un periodo determinado; la población que se utilizó se dividió en tres enfoques, primero tenemos la población de comerciantes formales, la de informales y por último se tomó en cuenta a la población económicamente activa de Latacunga, se realizó una investigación de campo donde se utilizaron técnicas e instrumentos como encuestas y entrevistas, las entrevistas fueron aplicadas al Administrador del mercado y las encuestas estuvieron dirigidas a comerciantes y consumidores. Mediante esta metodología, se logró determinar que el mercado cerrado Latacunga no cuenta con un adecuado manejo administrativo, los comerciantes formales no están satisfechos debido al impacto significativo en sus ingresos, lo que lleva a muchos de ellos a trasladarse al sector informal. Además, no existe un control adecuado por parte de las autoridades de la ciudad, y los consumidores perciben que el comercio informal ha ocasionado un aumento significativo de la delincuencia en la zona. Al evaluar todos los puntos de vista se concluye que el impacto del comercio informal es significativo, la competencia desleal que existe reduce el número de ingresos de los comerciantes formales causando que estos no puedan cumplir con sus obligaciones ni satisfacer sus necesidades.

Palabras clave: <ANÁLISIS>, <COMERCIO INFORMAL>, <COMPETENCIA DESLEAL >, < MERCADO >, <DISEÑO DE ESTRATEGIAS >.



ABSTRACT

Outside the closed Latacunga market, a large number of informal traders are evident. In recent years this number has increased, generating unfair competition due to the lack of competitiveness that the formal traders have compared to informal ones. Therefore the objective of this research is to analyze informal trade and its impact on the income of merchants formalities of the closed market in Latacunga city, province of Cotopaxi, year 2023. The methodology used adopted a qualitative and quantitative approach, with a mixed, exploratory and descriptive design. Variables were analyzed and developed in a specific period; The population that was used was divided into three approaches, first we have the population of formal merchants, that of informal merchants and finally the economically active population of Latacunga city was taken into account, a field investigation was carried out where techniques and instruments such as surveys and interviews, the interview was applied to the market administrator and a survey applied to merchants and consumers. Through this methodology, it was determined that the Latacunga closed market does not have adequate administrative management, formal merchants are not satisfied due to the significant impact on their income, which leads many of them to move to the informal sector. Furthermore, there is no adequate control by the city authorities, and consumers perceive that informal commerce has caused a significant increase in crime in the area. When evaluating all points of view, it is concluded that the impact of informal trade is significant; the unfair competition that exists reduces the amount of income of formal merchants, causing them to be unable to fulfill their obligations or satisfy their needs.

Keywords: <ANALYSIS>, <INFORMAL TRADE>, <UNFAIR COMPETITION>, <MARKET>, <STRATEGY DESIGN>.



Luis Fernando Barriga Fray
0603010612

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de investigación titulado “Análisis del comercio informal y su impacto en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, año 2023.” Aborda temas importantes que benefician a la gestión administrativa del mercado, la satisfacción de los comerciantes y nos presenta el punto de vista ciudadano sobre el impacto que tienen la presencia de comerciante informales en la localidad partiendo de los resultados se diseñaran estrategias que permitan corregir los problemas identificados, para elaborar esta investigación se tomó en cuenta investigaciones similares y relacionadas al tema planteado, en las cuales se siguieron esquemas similares, recopilación de información, análisis de resultados y diagnóstico que permitió la elaboración de estrategias que permitan minimizar debilidades y amenazas y se pueda fortalecer las oportunidades y fortalezas.

El primer capítulo muestra la problemática de la investigación, planteamiento de objetivo general y específicos, además de las justificaciones y la pregunta de investigación que se espera sea respondida en los capítulos siguientes.

El segundo capítulo es el marco metodológico en donde se abordó cada termino que nos permitirá mejor entender el contenido de esta investigación, le sigue el capítulo tres donde se muestra el marco metodológico, se detalla y da a conocer la población y muestra que se utilizará.

El capítulo cuatro titulado marcos de análisis e interpretación de resultados muestra los puntos de vista de toda la muestra encuestada y permite generar un diagnóstico sobre el impacto que el comercio informal tiene sobre los comerciantes formales a la vez que permite conocer mediante el análisis de la entrevista como la parte administrativa y las autoridades han manejado esta problemática, por otro lado le sigue el quinto capítulo donde encontramos el marco por positivo, se desarrolló y planteo estrategias que se alineen a cumplir los objetivos que fueron planteados a fin de reducir los halagos negativos que se identificó durante el capítulo tres, se planteó un plan de acción donde se detalla la manera en la que se realizara cada estrategia y cuenta con su plan operativo que tienen la finalidad e mostrar el medio de verificación de cumplimiento de cada estrategia y el presupuesto de las mismas

Finalmente, se finalizó con las conclusiones alineadas a los objetivos de esta investigación y las recomendaciones planteadas según las amenazas y debilidades identificadas en la investigación.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

El comercio informal es un fenómeno complejo y recurrente que afecta a nivel global y local. Esta actividad no regulada involucra a vendedores que operan fuera de los canales formales y que a menudo evaden impuestos y otras responsabilidades laborales comerciales.

El comercio informal es un fenómeno complejo y recurrente que afecta a nivel global y local según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), más de 2 mil millones de personas en todo el mundo trabajan en la economía informal, lo que representa más del 60% de la población económicamente activa mundial (Departamento de Estadística de la OIT, s.f.)

Cinco de cada 10 empleados en el Ecuador permanecen en la informalidad en el primer trimestre del 2023, la información oficial señala que el 53,5% cuenta con un empleo en la informalidad. (Vásconez, 2023).

El mercado cerrado de la ciudad de Latacunga lleva funcionando desde el año 2013 abarca a varios comerciantes que buscan distribuir sus productos, sin embargo, el comercio informal en los exteriores del mercado representa una cantidad muy significativa esto influye en los ingresos de los comerciantes registrados, esta actividad ha aumentado en los últimos años debido a la falta de empleo formal y a la necesidad de generar ingresos, los comerciantes informales venden sus productos en las calles centrales de la ciudad.¹

La mayor aglomeración de comerciantes informales se encuentra en el sector “El Salto” donde está ubicado el mercado cerrado de la ciudad, esta actividad se realiza sin pagar impuestos ni cumplir con las normas sanitarias y de seguridad establecidas.

Los precios de los productos vendidos por los comerciantes informales son más bajos, esto ocasiona una ventaja para los clientes, pero también tiene un impacto negativo para los comerciantes formales esto sumado a la ola de inseguridad que se evidencia en el sector debido a que muchos delincuentes se ocultan entre los comerciantes generando perjuicios para la sociedad en general, el GAD municipal tiene la responsabilidad de regular el comercio informal y

¹ Según los datos poblacionales publicados en la plataforma INEC, Cotopaxi hasta el 2022 registro 198.720 personas que desarrollan trabajos pertenecientes al sector informal

garantizar que se cumplan las normas y regulaciones establecidas. Sin embargo, esto es un gran desafío debido a la falta de recursos, y cultura de la población, hay que tomar en cuenta la importancia de la regulación del comercio informal, esto requiere una planificación cuidadosa y una estrategia integral que involucre a todos los actores relevantes donde se pueda mediar la situación de todos los sectores y se beneficie no solo a un grupo, es importante que el GAD municipal trabaje en colaboración con los comerciantes informales, los comerciantes formales y consumidores para encontrar soluciones sostenibles al problema del comercio informal en los exteriores del mercado.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar el comercio informal y su impacto en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, año 2023.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar el volumen del comercio informal en los exteriores mercado cerrado Latacunga mediante un muestreo que identifique los diversos productos asociados a esta actividad.
- Realizar un diagnóstico del sector para identificar como el comercio informal afecta a los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga.
- Diseñar estrategias que fomenten la formalización de comerciantes informales y promuevan la plena satisfacción de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga.

1.3 JUSTIFICACION

1.3.1 Justificación teórica

La justificación teórica hace referencia a los conceptos, nociones o categorías que servirán como base para el desarrollo de la investigación, en otras palabras, implica establecer un marco desde el cual se adoptará un enfoque o perspectiva específica. (Eugenia, 2023)

Este proyecto abordaremos criterios que permitirán entender la amplitud del fenómeno del comercio informal.

Estas teorías proporcionan un marco conceptual para entender cómo la falta de regulación y el acceso limitado a recursos pueden fomentar la proliferación del comercio informal. Abordar esta problemática en el contexto del mercado cerrado de Latacunga permitirá aplicar estas teorías a un entorno específico y entender cómo se manifiestan en la localidad.

El fenómeno del comercio informal se encuentra en prácticamente todas las economías y ejerce una notable influencia en el aspecto económico. Su convivencia con el comercio formal plantea interrogantes fundamentales acerca de su aporte a la economía local y de qué manera afecta los ingresos de los comerciantes que operan de manera reglamentaria, sin dejar de lado el impacto social que tiene debido a la inconformidad que presenta una parte de la población de Latacunga en general debido a los problemas que trae la aglomeración de comerciantes informales en los exteriores del mercado, la comprensión de estas repercusiones resulta esencial para la mejora de la prosperidad económica y el bienestar social de la población.

1.3.2 Justificación metodológica

De acuerdo con (Moreno-Galindo, 2021) la justificación metodológica se define como aquella que se presenta cuando la investigación propone un método o estrategia innovador con el fin de generar conocimientos confiables y válidos.

La justificación metodológica de este estudio se basa en la necesidad de aplicar un enfoque mixto que incluye tanto la recopilación de datos cuantitativos como cualitativos, con el propósito de obtener una comprensión holística y detallada del impacto del comercio informal en los ingresos de los comerciantes formales en el mercado cerrado de Latacunga, la combinación de métodos cuantitativos, como encuestas y análisis de datos económicos proporcionado por los comerciantes desde su conocimiento, con métodos cualitativos, como entrevistas y observaciones, permitirá abordar la complejidad de este fenómeno en su contexto local.

1.3.3 Justificación practica

De acuerdo con (Risco A. , 2021) la justificación practica está relacionada con la forma en la que se busca describir de qué modo los resultados de la investigación serán de utilidad para cambiar la realidad del ámbito de estudio. (pág. 2)

Saber en qué grado y en de qué manera afecta el comercio informal a las ventas de los comerciantes formales es importante para entender la importancia de la regulación y

formalización de estas actividades, al conocer el problema se puede implementar opciones para buscar disminuir el índice de comerciantes informales que existen en las afueras del mercado cerrado de Latacunga, no se puede emitir soluciones si no se tiene claro la razón del problema y es indispensable satisfacer las necesidades de cada sector de manera imparcial para fomentar el bienestar económico y social de la localidad.

Se desea proporcionar a las autoridades y a los interesados información concreta y aplicable que les permita abordar los desafíos del comercio informal de manera efectiva, al comprender cómo el comercio informal incide en los ingresos de los comerciantes formales, se pueden diseñar estrategias y políticas municipales específicas que promuevan la equidad y la regulación en el mercado cerrado, mejorando así las condiciones tanto de los comerciantes como de la comunidad en general, de la misma manera al comprender las necesidades del sector informal se puede buscar soluciones para intentar incluirlos en el sector formal. Los resultados de este estudio tendrán un impacto práctico directo en la toma de decisiones a nivel municipal y de la sociedad contribuyendo al bienestar de todos los habitantes de Latacunga.

1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿El análisis del comercio informal del mercado cerrado de Latacunga permitirá conocer la realidad del mismo para poder generar estrategias a través de las cuales se mitigará la informalidad de los comerciantes y así podrán mejorar el nivel de ingresos de los comerciantes?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

El proyecto de investigación “Análisis del comercio informal y su impacto en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, año 2023.” se apoya en distintas fuentes bibliográficas. A continuación, se exponen varios trabajos relacionados con el tema de investigación propuesto, los cuales servirán como referencia para su desarrollo.

Según lo manifiesta (Granizo, 2022) en su trabajo de titulación: “El comercio informal y su incidencia en las ventas de los comerciantes formales del mercado bolívar Chiriboga “terminal oriental”, establecer estrategias para un mejor control”, tiene como objetivo identificar el impacto del comercio informal en las ventas de los comerciantes formales, con el fin de elaborar estrategias de regulación.

Concluye que los comerciantes informales en los alrededores del mercado generan varios problemas como el desorden en la ciudadanía, conflictos entre comerciantes y municipales, manifestaciones, robos y en consecuencia a todos esos inconvenientes el sector ha sido considerado uno de los que mayor inseguridad posee y además producto de esta actividad se observó la gran contaminación de desechos que se encuentran en las avenidas principales, generando así una mala imagen del mercado y de la ciudad.

Según lo manifiesta (Loja, 2018) en su artículo profesional: “Comercio informal, factores y políticas para su sostenibilidad caso de estudio, ropa mercado feria libre ciudad de Cuenca”, tiene como objetivo estudiar las principales causas, razones y efectos que llevan a las personas a participar en el comercio informal de prendas de vestir en la ciudad de Cuenca, con un enfoque especial en el mercado "El Arenal".

Concluye que aproximadamente el 29% de las personas que trabajan en este mercado tienen edades comprendidas entre los 36 y los 45 años, así también las personas que laboran en el mercado tienen un nivel de instrucción secundario en el 49,01%. Mientras que tan solo el 13,31% tiene instrucción de tercer nivel. Así también, se concluye que el tipo de empleo predominante en el mercado el Arenal es formal con el 87%, mientras que el informal es del 13%, y comprueba su

hipótesis que planteaba que las personas desempleadas, con un nivel de instrucción escaso, y de edades tempranas sin experiencia buscan como vía de desarrollo el negocio informal como medio de subsistencia y de generador de ingresos.

En la investigación: “Aplicación del modelo factorial para identificar las causas y efectos del comercio informal”, tiene como objetivo encontrar las causas y efectos del comercio informal tomando en consideración el caso de la Ciudad de Riobamba, (Quispe Fernández et al., 2019 págs.3-12) se usa como metodología el método inductivo, es de nivel causal-estadístico, la población objeto de estudio comprende 3.600 comerciantes, de los cuales se seleccionó una muestra de 310 para la encuesta. Se utiliza el análisis multivariante de factorización y regresión lineal como parte del análisis de datos.

Concluye que el comercio informal está vinculado con las características demográficas y comerciales generales de la población, lo que resulta en una disminución en la recaudación de impuestos. Además, se determina que las causas del comercio informal están ligadas a factores sociales, económicos y la disponibilidad de servicios.

2.2 Referencias teóricas

La base teórica que se presentan a continuación está formada por conceptos que ayudara a tener una visión particular de cada factor tratado dentro de la problemática que se ha planteado.

2.2.1 Análisis.

Según lo expresa (Ramirez, 2015) el análisis dentro de la investigación se define como el proceso que se concentra en la elaboración y seguimiento de los procedimientos mediante los cuales el investigador examinará la información recopilada, con el propósito de lograr los objetivos planteados en el estudio.

De acuerdo con lo que expresa (Tomas, 2022) el análisis es un tipo de estudio que tiene como propósito saber y conocer las cualidades de un tema, objeto, hecho, fenómeno o individuo en concreto, y partiendo de esto emitir conclusiones, se realizara un desglose de tema de estudio, se examinara y estudiar cada una de sus partes para su comprensión.

En base a las definiciones citadas determino que se puede entender el análisis como un proceso por el cual se indaga, comprende y valorar un tema, objeto, hecho, fenómeno o individuo,

empleando el pensamiento crítico y lógico de tal manera que nos permite evaluar situaciones y emitir soluciones en base al análisis y conocimiento que adquirimos.

2.2.2 Comercio

De acuerdo con (Azkue, 2019) el comercio es una práctica económica destinada a obtener beneficios, que implica el intercambio de bienes o servicios entre un proveedor y un cliente. Esta transacción ocurre en un mercado, ya sea físico o virtual.

De acuerdo con (Pérez, 2021) el comercio se define como la actividad de intercambio que implica la compra o venta de productos, además, el término comercio también se usa para hacer referencia al establecimiento donde se llevan a cabo estas transacciones, como tiendas, negocios o locales comerciales.

En base a la definición citada me permito definir que el comercio surge por la oportunidad de intercambiar bienes excedentes con otros productores y de esta forma satisfacer las necesidades de la población, tuvo sus inicios con el trueque, en la actualidad se utiliza la moneda como método de intercambio.

2.2.3 Comercio formal

El comercio Formal es el comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa, este tipo de comercio está regulado y se ampara en los estatutos legales vigentes. (Alvarado, 2023)

Según (Chuncho, 2018) El comercio formal es el que opera dentro del marco legal del país donde se realiza, cumpliendo con las leyes y regulaciones vigentes, sigue reglamentos claros para llevar a cabo sus actividades, asegurando la calidad y salubridad de los productos ofrecidos a los consumidores. (pág. 8)

En base a las definiciones citadas se puede definir al comercio formal como la actividad económica caracterizada por operar dentro del marco legal establecido, cumpliendo rigurosamente con las leyes y regulaciones vigentes.

2.2.3.1 Ventajas del comercio formal

El siguiente cuadro especifica los beneficios que trae el comercio formal:

Tabla 2- 1 Ventajas del comercio formal.

Ventajas del comercio formal	
Ventajas	Observación
Desarrollo del país	La contribución al desarrollo nacional por parte del comercio formal se materializa a través del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Permite al Estado financiar los servicios públicos, como salud, educación, seguridad, infraestructura, etc.
Garantía en los productos	Se ofrece productos que cumplen con los estándares de calidad y cuentan con un respaldo legal en caso de defectos o reclamos.
Instalaciones adecuadas e higiénicas	Las actividades formales operan en locales que cumplen con las normas sanitarias y ambientales, lo que garantiza la salud y el bienestar de los clientes.

Fuente: (Giannina, 2021)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

2.2.4 Comercio informal

Según (Sarmiento, 2018) El comercio informal surge como resultado de la presión provocada por un exceso de mano de obra, una demanda laboral restringida y la insuficiente creación de empleo. Frente a la imperiosa necesidad de subsistir, las personas se ven obligadas a buscar opciones laborales con ingresos modestos. (pág. 23)

El comercio informal es un fenómeno social que se relaciona con la falta de trabajo formal, lo que significa la carencia de oportunidades laborales proporcionadas por entidades debidamente reguladas, que cumplen con sus obligaciones tributarias y aseguran a sus empleados mediante la afiliación a un seguro social, llevando a cabo sus operaciones dentro del marco legal establecido por las leyes de cada estado. (García et al., 2019)

A mi criterio el comercio informal es una actividad económica que opera fuera de las normativas que rige el mercado. Esto implica que los negocios o trabajos informales no cumplen con los requisitos formales para su funcionamiento, como el registro, el pago de impuestos, la afiliación

a la seguridad social, entre otros. El comercio informal abarca desde la venta de productos en la calle, hasta la oferta de servicios profesionales sin factura.

2.2.4.1 Tipos de comercio informal

Tabla 2- 2 Tipos de comercio informal.

Tipo	Descripción
Comercio informal de subsistencia	La economía informal de subsistencia propicia una alternativa, para generar un empleo que es considerada un medio de sobrevivencia.
Comercio informal ambulante	El comercio informal es la compra y venta de productos de cualquier tipo realizado en las calles sin ningún tipo de regulación
Comercio informal de rentabilidad	El comercio informal de rentabilidad está dirigido a aquellas personas individuos que, al realizar sus actividades comerciales, tienen la capacidad de cubrir los costos necesarios para integrarse al sector formal.

Fuente: (Hidalgo J. , 2022)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

2.2.5 Comerciante

De acuerdo con (Roldan, 2022) los comerciantes obtienen una ganancia de sus actividades a través de cobrar un margen por intermediación, es decir agregan un valor adicional al costo de los productos o servicios que venden.

Para (Rossis, 2022) el comerciante comprende es una persona que se dedica a negociar comprando y vendiendo distintas mercaderías, esta actividad puede ser considerada como un negocio, oficio o profesión. Los comerciantes adquieren productos a un precio específico para luego venderlos a un precio más elevado, obteniendo así una ganancia que se basa en la diferencia entre ambos precios.

En base a los criterios citados puedo definir que un comerciante es una persona participa en transacciones comerciales con el propósito de generar ingresos mediante la intermediación entre la oferta y la demanda de productos o servicios en el mercado.

2.2.6 Competitividad

La competitividad se puede describir como la habilidad de una empresa para desarrollar y aplicar estrategias competitivas, con el fin de preservar o incrementar su participación en el mercado de forma sostenible. Estas habilidades están influenciadas por una variedad de factores, algunos controlados por la empresa y otros no, que abarcan desde la formación técnica del personal y los procesos de gestión hasta políticas gubernamentales, disponibilidad de infraestructura y características específicas de la demanda y oferta (Ferraz, Kupfer y Haguenaer, 1996; citados en Medeiros et al., 2019).

Para (Díaz et al., 2020 págs.147) la competitividad surge de la continua rivalidad entre las empresas dentro de un entorno y se alcanza a través de un proceso de gestión dinámica que involucra a la industria y sus diversos grupos de interés, como clientes, proveedores, directivos, acreedores y competidores del mercado a fin de mostrarse ante la sociedad como un ente capaz de satisfacer las necesidades de sus consumidores mejor que la competencia.

Finalmente se puede definir que la competitividad es la capacidad que tienen los oferentes para desenvolverse frente a la competencia es decir se refiere a la capacidad de una empresa, industria o país para mantener y mejorar su posición en el mercado en relación con otras entidades similares.

2.2.7 Competencia desleal

Para (Griselda, 2021) la competencia desleal abarca cualquier conducta que perjudique la libre toma de decisiones y elección por parte del comprador, se trata de acciones con intenciones perjudiciales dentro del mercado, con el propósito de influir en la decisión de compra.

De acuerdo con lo definido por (Azkue, 2023) la competencia desleal ocurre cuando individuos o empresas en un mismo mercado se ven incapaces de competir en igualdad de condiciones debido a prácticas ilícitas por parte de uno de los involucrados, suelen incluir acciones comerciales engañosas o desleales, con el objetivo de inducir un error a los consumidores sobre el origen o la calidad del producto.

Según mi criterio la competencia desleal se presenta cuando los oferentes no se encuentran en igualdad de condiciones para poder hacerse presentes con los demandantes, es decir cuando se presentan prácticas comerciales injustas, poco éticas o engañosas realizadas con el objetivo de obtener una ventaja competitiva.

2.2.8 Estrategia

Para (Brown et al., 2015) la estrategia básicamente se entiende la adaptación de los recursos y habilidades de la organización a un entorno en constante cambio, aprovechando las oportunidades y gestionando los riesgos en función de sus objetivos y metas.

Según (Antezana, 2020) la estrategia no es un ejercicio realizado solo desde la mirada de quien busca comunicarse para alcanzar un objetivo, sino que también debe tener en cuenta al público al que se pretende impactar.

Tomando en cuenta las apreciaciones de cada autor se puede decir que la estrategia ofrece una orientación completa para la toma de decisiones y la implementación de acciones, y se suele medir por la consecución de los objetivos predefinidos.

2.2.9 Informalidad

De acuerdo con (Carretero Ares et al., 2017 pág. 20) la informalidad es la actividad laboral de aquellos que trabajan y reciben ingresos sin tomar en cuenta el control fiscal del Estado y las disposiciones legales en materia laboral. Esto incluye a trabajadores independientes, vendedores ambulantes, empleadas domésticas y todo trabajador que no cuente con beneficios ni obligaciones legales.

Para (Ovando et al., 2021) la informalidad es un fenómeno económico y social presente en las economías del mundo. Por un lado, permite absorber la mano de obra que no se incorpora a las actividades formales, es decir, minimiza el desempleo y permite que los trabajadores accedan a una fuente de ingreso, sin embargo, se conforman principalmente por actividades de baja productividad, afectando el crecimiento de largo plazo y, en el caso de quienes viven la informalidad.

En este contexto podemos clasificar a la informalidad como toda actividad por las cuales se obtenga un beneficio económico sin tener un contrato o norma, es decir se generan ingresos para las personas o las empresas, pero que no están sujetas a ningún tipo de regulación legal, fiscal o laboral, en consecuencia, no se cumple con las obligaciones tributarias, los derechos de los trabajadores ni las normas de calidad.

2.2.10 Mercado

Para (Pérez y Merino, 2023) el mercado es el lugar en el que se producen las condiciones necesarias para intercambiar bienes o servicios, también puede definirse como la organización o

entidad que les permite a los oferentes y a los demandantes relacionarse mediante un vínculo comercial con el objetivo de realizar operaciones como acuerdos o intercambios en las que se espera obtener un beneficio a cambio.

De acuerdo con el autor (Azkue, 2023) el mercado es un espacio físico o virtual donde tienen lugar transacciones de bienes, servicios y activos líquidos. En este contexto, el dinero actúa como medio de intercambio, las transacciones se llevan a cabo entre compradores y vendedores, quienes pueden interactuar directamente o través de instituciones o plataformas. Este proceso beneficia tanto al vendedor como al comprador, ya que ambos obtienen ganancias.

De acuerdo con mi criterio cuando hablamos de un mercado podemos identificarlo como una plaza, un edificio específico o cualquier área designada para el intercambio comercial, la interacción se basa en que cuando los vendedores colocan sus productos o servicios en stands, tiendas o puestos, los consumidores pueden recorrer el lugar, examinar los productos y realizar sus compras.

2.2.11 Plan de acción

De acuerdo con (Raeburn, 2022) un plan de acción se convierte en una guía estratégica que facilita el cumplimiento de metas y objetivos definidos. Al igual que en un viaje, donde existen múltiples rutas para llegar a un destino, un programa puede trazar diversos caminos para alcanzar metas específicas, cumplir objetivos preestablecidos y obtener resultados exitosos.

Según (Contrera, 2022) un Plan de acción es una herramienta de gestión que posibilita la organización de acciones, priorizando aquellas de mayor importancia, fundamentales para alcanzar los objetivos, facilita la determinación de recursos, plazos de entrega y la ejecución de actividades en cada fase.

Tomando en cuenta los criterios abordados podemos definir al plan de acción como un documento guía que permite gestionar todas las actividades, recursos, responsables y los plazos de este, de tal manera que se direccionen a cumplir el objetivo propuesto.

2.2.12 Plan operativo

De acuerdo con lo manifestado por (Melara, 2023) El plan de operaciones constituye un elemento fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa, su función principal radica en convertir los objetivos estratégicos en tácticas y procesos concretos, los cuales se implementan para llevar

a cabo las actividades necesarias para ejecutar la propuesta de valor de la empresa en un período de tiempo específico.

Según (Cimec, 2023) El plan de operaciones es vital para el funcionamiento de toda empresa, ya que transforma los objetivos estratégicos en tácticas y generalmente tienen la responsabilidad de especificar las actividades requeridas para garantizar el funcionamiento adecuado de una empresa

Según lo detallado en las dos definiciones analizadas se puede definir el plan operativo como un elemento que ayuda al correcto funcionamiento de una empresa para que este detalle los requerimientos y forma en la que cumpliremos los objetivos establecidos.

2.2.13 Población económicamente activa.

Según (Elizaga y Mellon, 1971; citados en Solorio, 2016) la PEA comprende a todos los individuos, tanto hombres como mujeres, que están disponibles para trabajar y contribuir con su mano de obra en la producción de bienes y servicios.

Para (Solorio, 2016) comprenden tanto a los trabajadores asalariados, que dependen de un empleador, como a aquellos que son trabajadores por cuenta propia, como los del sector informal.

Partiendo de estos conceptos se puede decir que la PEA es un elemento esencial para entender cómo se desenvuelve el mercado laboral y su papel en la formulación de políticas vinculadas al empleo y la fuerza laboral.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Descripción del enfoque

De acuerdo con (Montero, 2018) la investigación cuantitativa permite justificar la necesidad, descubre los problemas, los relaciona y los cuantifica, por otro lado, la investigación cualitativa, indaga en las razones subyacentes, describe el funcionamiento de los fenómenos examinados y enriquece las posibles soluciones teóricas. (pág. 15)

El enfoque de investigación elegido para este estudio se caracterizará por la combinación equilibrada de metodologías cualitativas y cuantitativas, esta metodología abarca tanto la interpretación de las percepciones personales de los actores involucrados como la recolección y análisis riguroso de datos objetivos, los datos cualitativos serán analizados mediante análisis temáticos para identificar percepciones compartidas entre los comerciantes formales, informales y los consumidores y los datos cuantitativos se analizarán estadísticamente para cuantificar el impacto económico del comercio informal en los exteriores del mercado.

3.2 Diseño de investigación

Se planea aplicar diseño descriptivo.

De acuerdo con (Shuttleworth, 2021) el diseño de investigación descriptiva es un enfoque científico que consiste en observar y describir el comportamiento de un sujeto sin ejercer influencia sobre él de ninguna manera.

Aplicar el método permitirá profundizar en los aspectos cualitativos de la realidad de comerciantes y consumidores, entender la percepción de cada uno de ellos, las actitudes, las motivaciones, las expectativas, los valores y la educación, es importante iniciar con esta fase para comprender en profundidad la dinámica del comercio informal en el mercado de Latacunga durante esta fase se utilizara entrevistas, observaciones y análisis cualitativos para identificar patrones emergentes y factores clave relacionados con el comercio informal y adentrarnos más a la realidad de los comerciantes

3.3 Tipo de investigación

De acuerdo con (Sánchez, 2014) el diseño de estudios transversales se caracteriza por ser una investigación observacional individual que mide una o más características o enfermedades (variables) en un momento específico. La recopilación de información en estos estudios se realiza en el presente, aunque en ocasiones también se consideran características pasadas o comportamientos y experiencias previas de los individuos.

Es de diseño transversal, porque los datos que sean obtenidos de los instrumentos a diseñar se lo realizan en un periodo de tiempo determinado, la información de este estudio se recolecta en el presente año a partir de características o conductas pasadas y de las experiencias de los comerciantes, lo que nos permite identificar factores asociados al comercio informal y formal, y sus efectos en la economía de cada uno de ellos.

3.4 Método de investigación

3.4.1 Método analítico

Según. (Vania,2014; citados en Hidalgo G. J., 2022) el método analítico de investigación implica descomponer un conjunto en sus partes o elementos para examinar las causas, la naturaleza y los efectos de cada uno, el análisis implica observar y examinar un hecho específico, requiriendo comprender la esencia del fenómeno u objeto estudiado. Este enfoque nos capacita para profundizar en el objeto de estudio, lo que a su vez nos permite explicarlo, establecer analogías, comprender su comportamiento con mayor claridad y desarrollar nuevas teorías.

Este método nos servirá para descomponer el fenómeno del comercio informal en sus diferentes dimensiones, como las características de los actores es decir comerciantes formales, informales y consumidores, las condiciones de producción y distribución, las consecuencias económicas y sociales, etc.

3.5 Técnicas de investigación

Dentro de la presente investigación se utilizarán encuestas y entrevistas para poder obtener información real sobre el comercio informal en el mercado cerrado de la ciudad de Latacunga.

3.5.1 Encuestas.

Para (Medina et al., 2023) la encuesta es una técnica de investigación que se utiliza para recopilar información de un gran número de personas, se presenta como una herramienta versátil y de fácil

acceso que posibilita a los investigadores obtener información variada acerca de los comportamientos, actitudes, opiniones y características demográficas de una población específica.

Esta técnica nos servirá mucho para recolectar datos sobre el comercio informal y formal en Latacunga y poder relacionarnos mejor con las necesidades de estos sectores.

3.5.2 Entrevista

Según (Medina et al., 2023) la entrevista es una técnica valiosa en la investigación, siempre y cuando se lleve a cabo de manera rigurosa y cuidadosa, y se consideran sus posibles limitaciones.

En este caso nos será muy útil para recopilar información directa de las autoridades del mercado que se pretende tomar en cuenta en esta investigación.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

La población que se tomara para el desarrollo de este proyecto de información son los comerciantes formales del mercado cerrado Latacunga, informales de los sectores aledaños y la población económicamente activa del Latacunga debido a que ellos son los consumidores.

Según la información dada por el Tecnólogo Luis Molina, director de servicios públicos del GAD municipal de Latacunga existen 200 comerciantes formales ubicados en los puestos del mercado cerrado de Latacunga.

De acuerdo con la técnica de observación directa que hemos aplicado se determinó que existen 132 comerciantes informales ubicados en los exteriores y calles aledañas del mercado

La ciudad de Latacunga cuenta con una población total de 217.261 ciudadanos de acuerdo con el censo poblacional 2021 y presenta una PEA de 83.303.

3.6.2 Muestra

Formula

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

P= éxito

Q= no concurrencia

E= termino de error (0.05)

Z= margen de confiabilidad (1.96)

3.6.2.1 Comerciantes formales

Para realizar el cálculo de la muestra de comerciantes formales se tomó en cuenta a todos los 232 registrados.

$$n = \frac{200 * 0,5 * 0,5 * 196^2}{0,05^2(200 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$= 132$$

3.6.2.2 Comerciantes informales

En el caso de comerciantes informales no se realizará el cálculo de la muestra debido a que la población que se utilizara para el estudio es pequeña, por lo tanto, se usara la totalidad de la población es decir 94 comerciantes.

3.6.2.3 PEA

Para el cálculo de la muestra del PEA de Latacunga se tomó en cuenta el PEA obtenido en el censo poblacional del 2021 publicado en el INEC

$$n = \frac{83.303 * 0,5 * 0,5 * 196^2}{0,05^2(93.185,41 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$= 382$$

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultado de la encuesta dirigida a los Comerciantes formales

- Nivel de instrucción

Tabla 4 -3 Nivel de instrucción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	56	42,4%
Secundaria	45	34,1%
Superior	6	4,1%
Ninguna	25	18,9%
Total	132	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

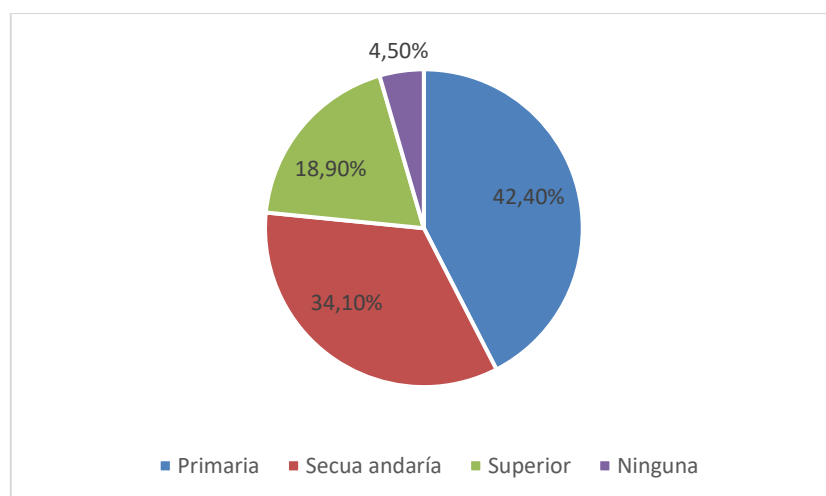


Ilustración 4-1 Nivel de instrucción

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: el 42,4% de los comerciantes formales han cursado la primaria, le sigue 45 personas que han cursado hasta la secundaria representando el 32,1%, 6 personas que tienen un título de nivel superior siendo este el 4,1% y 25 personas que no tienen ningún nivel de instrucción representando 18,9%.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga solo han cursado la primaria, en segundo lugar, se encuentra los que han cursado la secundaria y les sigue los que no tienen ningún tipo de instrucción educativa, lo que evidencia que las personas que se mantienen en la formalidad han cursado cierto nivel académico sin embargo se puede observar que el nivel educativo de la muestra es bajo.

Tabla 4- 3 Genero

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	108	81.8 %
Masculino	24	18.2%
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

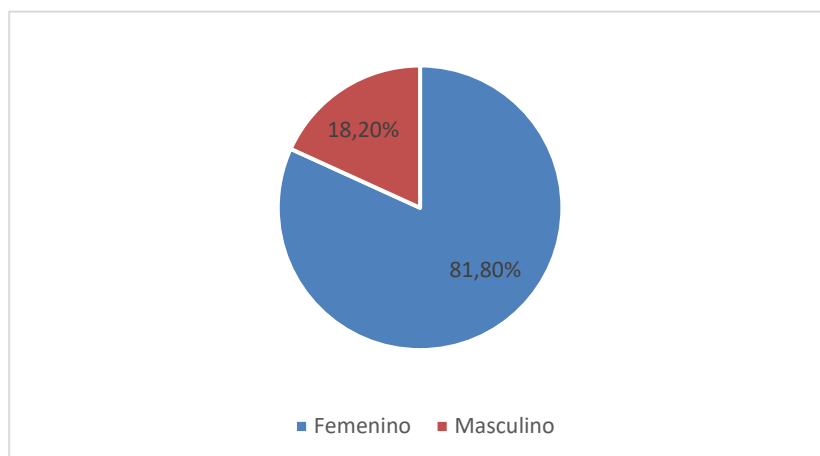


Ilustración 4-2 Genero

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 81,8% son mujeres y el 18,2% son hombres.

Interpretación: Se puede observar que el género femenino predomina ampliamente entre los comerciantes formales del mercado cerrado de Latacunga lo que nos muestra que en su mayoría son las personas del género femenino las que se dedican a la comercialización de productos, este resultado es una evidencia clara del rol social, que desempeñan las mujeres en esta actividad comercial.

- Edad

Tabla 4- 4 Edad.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20	-	-
20-30	11	8.3 %
31-40	61	46,2 %
Más de 40	60	45,5 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

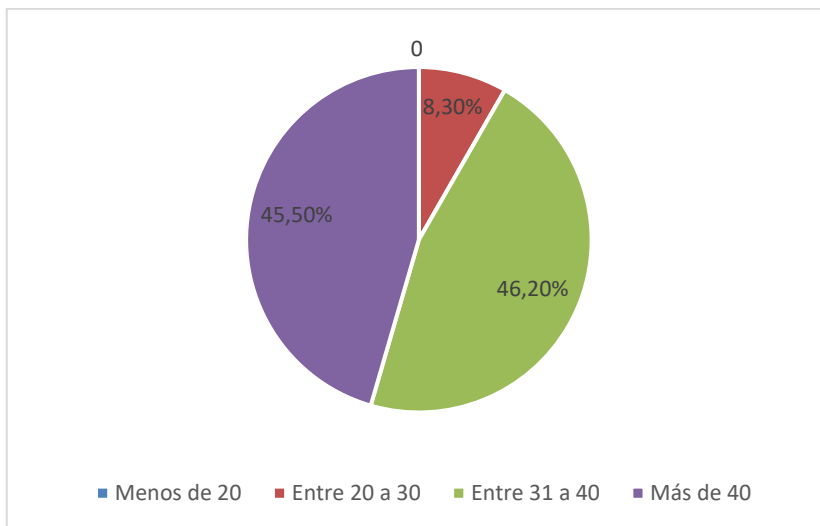


Ilustración 4-3 Edad

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” nadie tiene menos de 20, el 8,3% tiene entre 20-30 años, el 46,2% tienen entre 31-40 años y el 45,5% tienen más de 40 años.

Interpretación: De acuerdo con los resultados se puede observar que la edad de los comerciantes formales del mercado cerrado de Latacunga está concentrada en los rangos de 31- 40 y más de 40 años, mientras que hay una escasez de personas de 20-30 años y ninguna de menos de 20, estos resultados están relacionados con el nivel de experiencia y evidencia como los más jóvenes buscan opciones alternas a el comercio para percibir ingresos.

1. ¿Qué tiempo lleva comercializando en el mercado cerrado de Latacunga?

Tabla 4- 5 Tiempo de comercialización

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	2	1,5 %
De 1 a 5 años	7	5,3 %
De 6 a 10 años	55	41,7 %
Más de 10 años	68	51,5 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

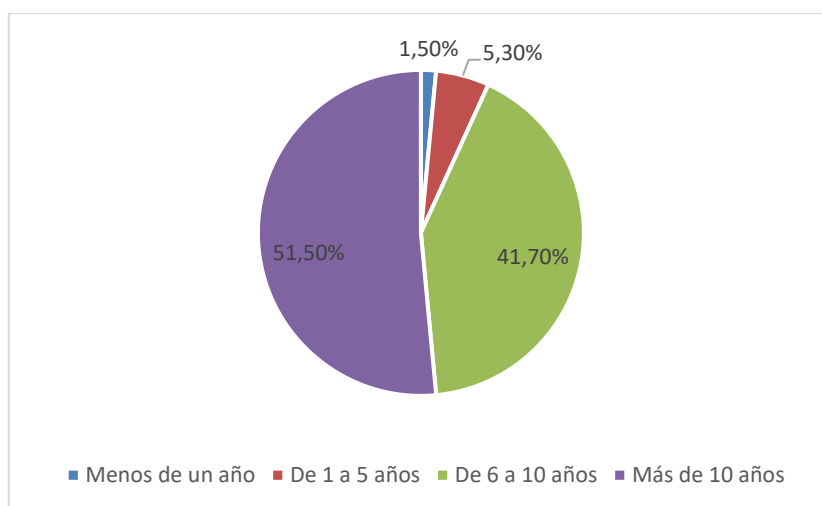


Ilustración 4-4 Tiempo de comercialización

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 1,50% lleva a menos de un año comercializando en el mercado, el 4,30% de 1 a 5 años, el 41,70 de 6 a 10 años y el 51,50% más de 10 años.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga llevan más de 10 años comercializando en el lugar lo que demuestra que están desde que el mercado se inauguró y no se ha logrado atraer nuevos comerciantes en los últimos años.

2. ¿Qué requisitos legales tuvo que cumplir para comercializar de manera formal en el mercado cerrado de Latacunga? (seleccione las que considere)

Tabla 4- 6 Requisitos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Apertura del Ruc, permiso municipal, patente	106	80,30 %
Apertura del Ruc, permiso municipal, patente, certificado de salud	26	19,70 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

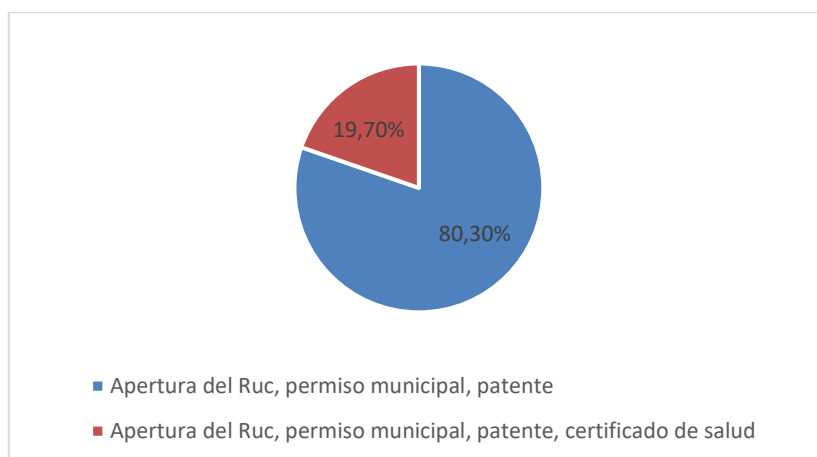


Ilustración 4-5 Requisitos

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 80,30% afirmó que tuvo que presentar permiso municipal, pago de patente y apertura de Ruc para comercializar de manera formal mientras que el 19,70% añadió que también presentaron certificados de salud.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga tienen que presentar requisitos como apertura del Ruc, permiso municipal, patentes, en algunos casos también se presentan certificados de salud esto en el caso de comerciantes de alimentos y bebidas debido a que necesitan precautelar la salud de los consumidores.

3. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece en su puesto de venta?

Tabla 4- 7 Productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frutas y verduras	55	41,7 %
Alimentos	25	18,9 %
Abarrotes	18	13,6 %
Carnes y embutidos	19	14,4 %
Flores	8	6,10 %
Otra	7	5 %
Total	132	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

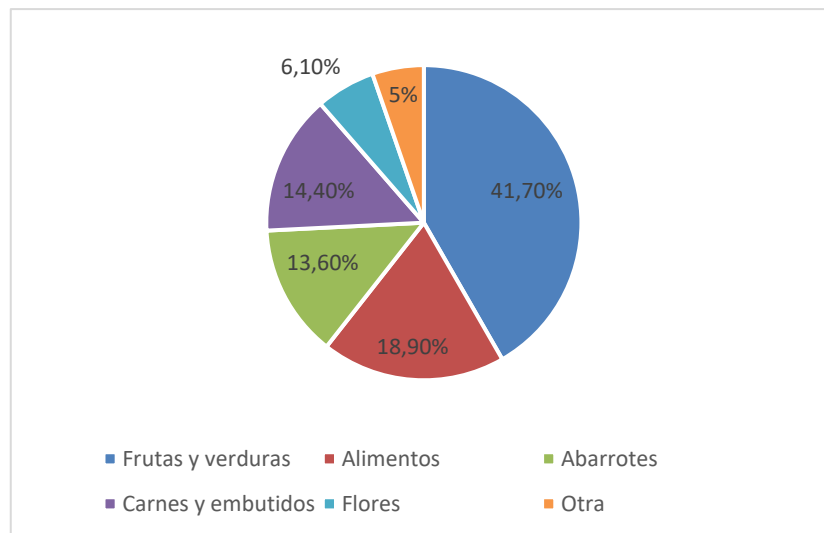


Ilustración 4-6 Productos

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 47,7% de comerciantes se dedica a la venta de frutas y verduras, el 18,9% a la venta de alimentos, el 13,6% comercializa abarrotes, el 14,4 comercializa carnes y embutidos, las 6,1 flores y el 5% se dedica a la venta de Lácteos.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga comercializa frutas y verduras, en segundo lugar, se encuentran las que se dedican a la venta de alimentos preparados y el resto se distribuye en venta de flores, carnes y lácteos, podemos darnos cuenta de

que la mayor población de comerciantes es la que vende frutas y verduras por ende son los más afectados en la reducción de ingresos por la presencia del comercio informal.

4. ¿Considera que en el último año los comerciantes informales han aumentado?

Tabla 4- 8 Aumento de comerciantes informales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	131	99,2 %
No	1	0,8 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

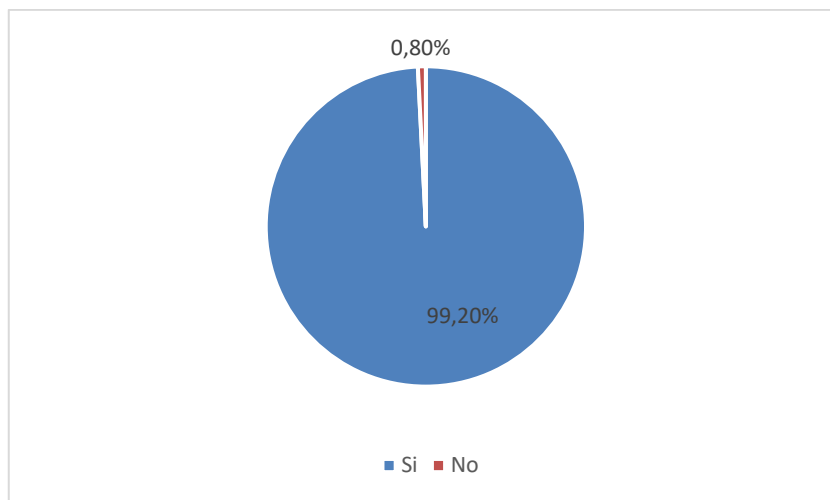


Ilustración 4-7 Aumento de comerciantes informales

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 99,2% considera que el comercio informal aumento en el 2023 y el 0,8% considera que no aumento.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga consideran que el comercio informal aumento durante el 2023, lo que demuestra que es una realidad el impacto que los comerciantes formales viven día a día en la reducción de sus ventas y es importante emitir políticas y tomar acciones para controlar este problema.

5. ¿Cuál es el promedio de ingresos mensuales que percibe por su actividad?

Tabla 4- 9 Ingresos mensuales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$1 USD A \$500 USD	25	18,9 %
De \$501 USD A \$1000 USD.	99	75 %
De \$1001 USD A \$ 5000 USD.	8	6,1 %
Mas de \$5000 USD	-	-
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

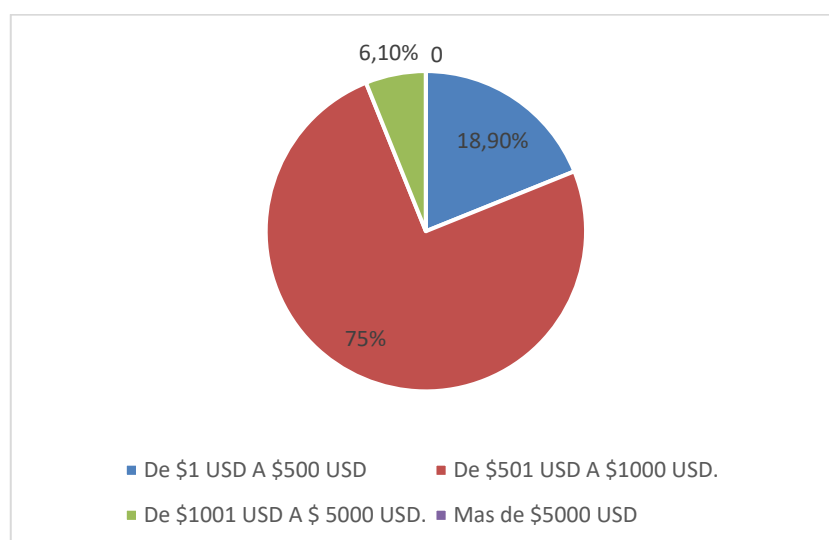


Ilustración 4-8 Ingresos mensuales

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 18,9% gana ente 0 a 500 dólares, el 75% entre 501 a 1000, el 6,1% percibe ingresos entre 1001 a 5000 dólares.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga comercializa percibe ingresos mensuales ente 501 a 1000 dólares, en segundo lugar, están las personas que

ganan entre 0 a 500 dólares son muy pocos los que ganan más de 1000 dólares quedando en evidencia que una parte no genera ni un salario básico por su actividad comercial lo que directamente afecta en el cumplimiento de sus obligaciones como pagar arriendos y trae descontento en los comerciantes, este estado puede provocar que muchos opten por ser comerciantes informales también.

6. ¿Cuánto paga de arriendo por su puesto en el mercado?

Tabla 4- 10 Costo de Arriendo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10 USD A 20 USD	24	18,2 %
21 USD A 30 USD	84	63,6 %
31 USD A 40 USD	22	16,7 %
Mas de 40 USD.	2	1,5 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

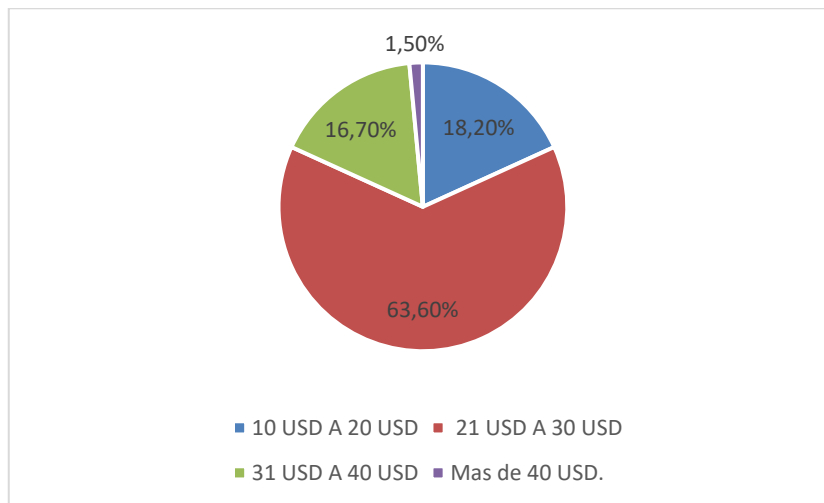


Ilustración 4-9 Costo de arriendos

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 18,2% considera que paga de arriendo entre 10 a 20, el 63,6% entre 21 a 30 dólares, el 16,7% entre 31 a 40 dólares y el 1,5% paga más de 40 dólares.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga pagan de arriendo entre 21 a 30 dólares, existen diferentes tarifas de arriendo, estas tarifas son definidas por la cantidad de metros que se ocupe en los locales y puestos del mercado por lo general los locales con puerta enrollable cuestan más y los puestos se establecen por los metros ocupados, además los servicios básicos son un monto adicional que no se incluye en el arriendo.

7. ¿Qué beneficios sociales recibe por ser comerciante formal en el mercado cerrado de Latacunga?

Tabla 4- 11 Beneficios de ser comerciante formal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Seguro Social	-	-
Capacitaciones	74	56 %
Asociación o gremio	-	-
Ninguno	58	44%
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

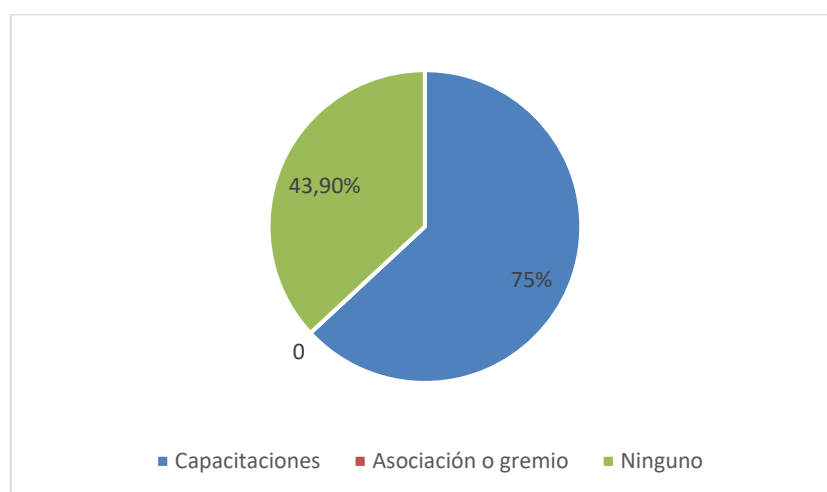


Ilustración 4-10 Beneficios de ser comerciante formal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 75% de encuestados señalan que el beneficio que reciben por ser comerciales formales son las capacitaciones que reciben y el 43,9% responde que no tienen ningún beneficio.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga han recibido capacitaciones sin embargo se evidencia un gran número de comerciantes inconformes lo que demuestra que no todos los comerciantes tienen acceso a beneficios en el mercado, es importante que se tomen acciones para que exista una mejor comunicación entre las autoridades del mercado y los comerciantes debido a que muchos de ellos no conocen quienes son los encargados y tampoco saben a quién pueden dirigir sus quejas.

8. ¿La presencia de comerciantes informales impacta en sus ingresos económicos?

Tabla 4- 12 Impacto del comercio informal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	132	100 %
No	-	-
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

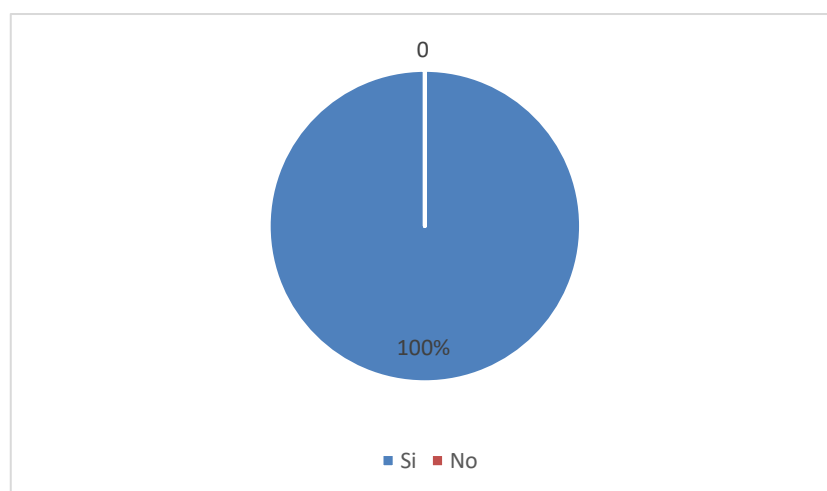


Ilustración 4-11 Impacto del comercio informal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 100 % considera que el comercio informal impacta en sus ingresos económicos.

Interpretación: Todos los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga concuerdan en que el comercio informal impacta en sus ingresos comprobando que la presencia de informales afecta

directamente los ingresos que perciben, esto ha incrementado a raíz de la Pandemia del Covid-19 y hasta la actualidad no se puede controlar por el contrario cada vez es más la presencia de informales entre ellos también se encuentran comerciantes de otras plazas de la ciudad que no respetan la normativas de las plazas y mercados.

9. ¿En qué porcentaje considera que afecta a sus ingresos la presencia de comerciantes informales en los exteriores del mercado?

Tabla 4- 13 Porcentaje de impacto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10 %	1	0,8 %
20 %	50	37,9 %
30 %	65	49,2 %
40 %	16	12,1 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

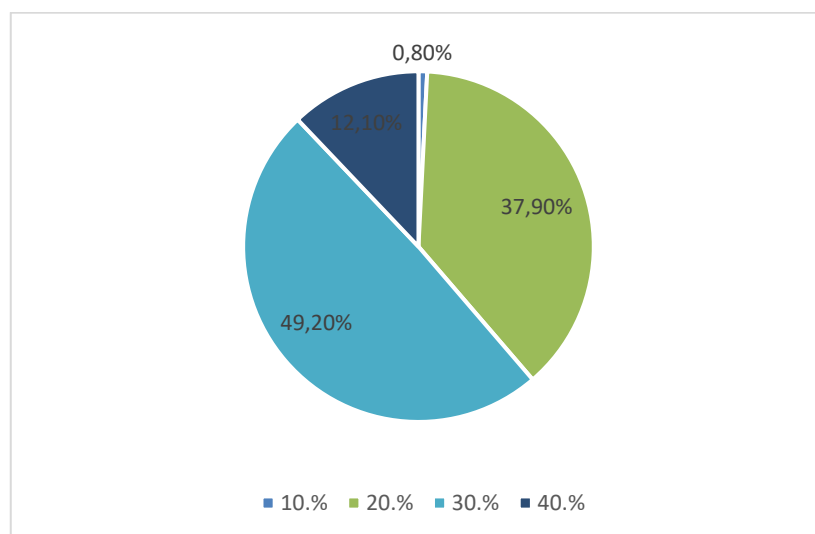


Ilustración 4-12 Porcentaje de impacto

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 0,8% considera que les afecta en un 10%, el 37,9% considera que afecta en un 20%, el 49,2% considera que la presencia del comercio informal afecta en un 30% y el 12,1% considera que afecta en un 40%.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga coincide en que el grado en el que impacta la presencia de comerciantes informales es muy alta es evidente que el porcentaje en el que se ven afectados sus ingresos generan conmoción, las pocas ventas ocasionan que no puedan abastecerse regularmente de productos frescos y este factor también hace que los consumidores tengan una mala perspectiva de los productos de los comerciantes formales, el sector al que más afecta es a las vendedoras de frutas y verduras.

10. ¿Se ha realizado acciones para regular el comercio informal?

Tabla 4- 14 Regulación del comercio informal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	113	85 %
No	20	15 %
Total	132	100 %

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

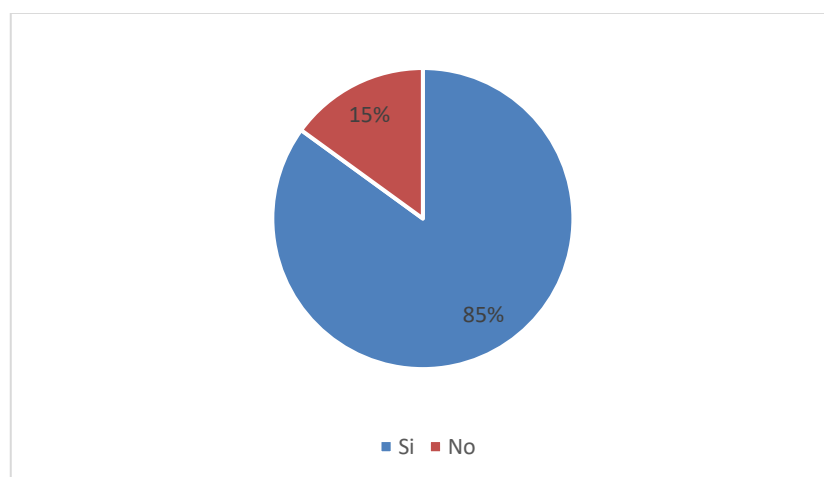


Ilustración 4-13 Regulación del comercio informal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 85% afirma que si se han realizado acciones para regular el comercio informal mientras que el 15% considera que no se ha tomado ninguna medida.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga considera que si se han tomado medidas para regular el comercio informal lo que evidencia que las autoridades no han abandonado este tema ni lo han aceptado como una realidad inevitable.

4.1.1 Discusión de resultados de la encuesta aplicada a comerciantes formales

La mayoría de los comerciantes encuestados han cursado la primaria, además se encuentra en un rango de edad de entre 31 a 40 años de los cuales en su mayoría son mujeres y llevan siendo parte del mercado por más de 10 años, en su mayoría están desde que se inauguró el mercado anteriormente comercializaban en la Plaza el Salto, pero una vez que se construyó el mercado fueron reubicadas en este lugar.

Gran parte de los comerciantes afirma que el comercio informal en la zona se ha incrementado, con esta afirmación es evidente que una de las causas es la ola de desempleo que dejó como consecuencia la pandemia del COVID 19 que enfrentamos en el 2021, sin embargo en la interacción que se pudo tener con muchos de ellos manifiestan que muchos de los comerciantes que eran formales decidieron salir y dedicarse a la informalidad debido a los pocos ingresos que percibían, sin embargo otro aspecto a tomar en cuenta es que una parte de comerciantes informales son comerciantes de las otras plazas y mercados que tiene la ciudad de Latacunga como El mayorista y la Plaza de San Agustín, afirman que el comercio informal aumentó porque no existe un correcto control por parte de las autoridades de la ciudad.

Con respecto a sus ingresos la mayoría percibe entre \$501 a \$ 1000 dólares de manera mensual, sin embargo esta cifra representa a los vendedores mayoristas que se encuentran en el mercado, como los que comercializan flores debido a sus contratos con distintas funerarias y la mayor parte de iglesias de la ciudad, los puestos de abarrotes que venden sus productos al por mayor y en gran escala y algunos comerciantes de frutas y verduras que han podido obtener clientes fijos y distribuyen al por mayor en la parte de cargas del mercado, tomando en cuenta ello el otro grupo que le sigue que son los minoristas del mercado no llegan a obtener ni el valor de un sueldo Básico, afirman que a inicios del funcionamiento del mercado las ventas y sus ingresos eran más alto pero con la ola de informales que tiene el sector en la actualidad se les hace imposible competir de manera justa.

Todos los encuestados representados están de acuerdo con que la presencia de comerciantes informales impacta en sus ingresos y manifiestan que sus ingresos se ven afectados en un 30% debido a que la mayor parte de informales se dedican a vender frutas y verduras sin embargo cuando no existía tanta informalidad las personas ingresaban al mercado y realizaban todas sus compras ahí incluso almorzaban en el lugar pero con la presencia de informales muchos optan por comprar afuera y el resto de compras las realizan en los locales aledaños debido a que ya no tienen necesidad de entrar al mercado.

4.2 Resultado de la encuesta dirigida a los Comerciantes informales.

- Nivel de instrucción

Tabla 4- 15 Nivel de instrucción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	29	30,9%
Secundaria	42	44,7%
Superior	-	-
Ninguna	23	24,5%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

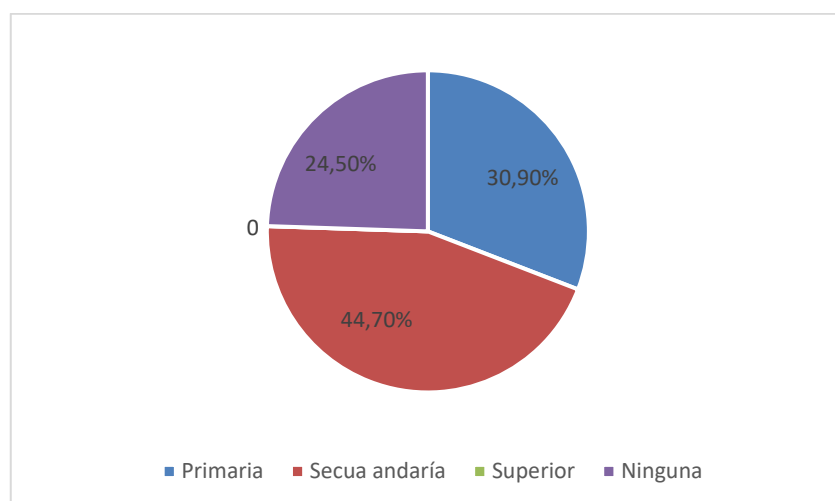


Ilustración 4-14 Nivel de instrucción

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: De los comerciantes informales que se encuentran en los exteriores y calles aledañas al “Mercado cerrado de Latacunga”, el 30,9% a cursado la primaria, el 44,7% a cursado la secundaria y el 24,5% no tiene ningún tipo de instrucción académica.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga solo han cursado la primaria, en segundo lugar, se encuentra los que han cursado la secundaria y les sigue los que no tienen ningún tipo de instrucción educativa, esto evidencia la poca formación académica que tienen los comerciantes informales y esto repercute directamente en que sean

informales debido a que muchos no tienen conocimientos sobre normativas de regulación y al no contar con educación no tienen oportunidades laborales.

- Genero

Tabla 4- 16 Genero

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	76	80,9%
Masculino	18	19,1%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

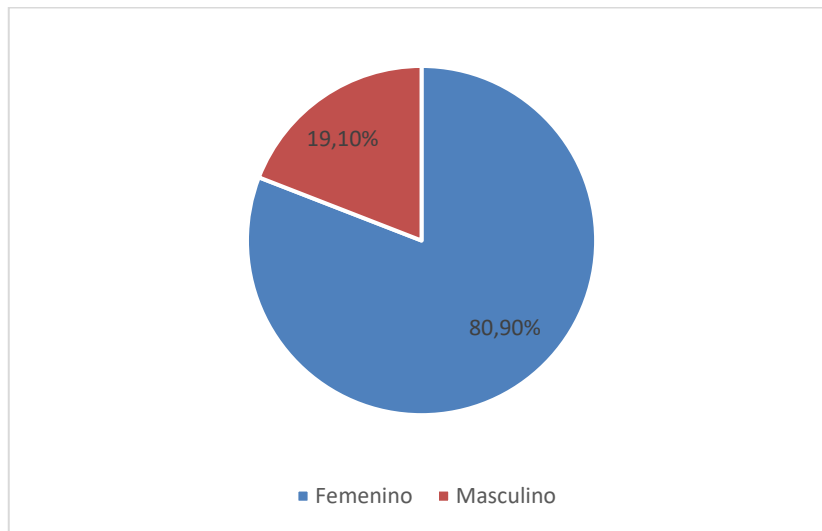


Ilustración 4-15 Genero

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales que se encuentran en los exteriores del “Mercado cerrado de Latacunga” el 80,9% son mujeres y el 19,1% son hombres.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales que se encuentra en los exteriores del mercado cerrado de Latacunga son mujeres lo que nos muestra que en su mayoría son las personas del género femenino las que se dedican al comercio informal demostrando que gran parte de las personas que carecen de oportunidades laborales formales son mujeres.

- Edad

Tabla 4- 17 Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20	-	-
20 – 30	6	6,4%
31 – 40	57	60,6%
Más de 40	31	33%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

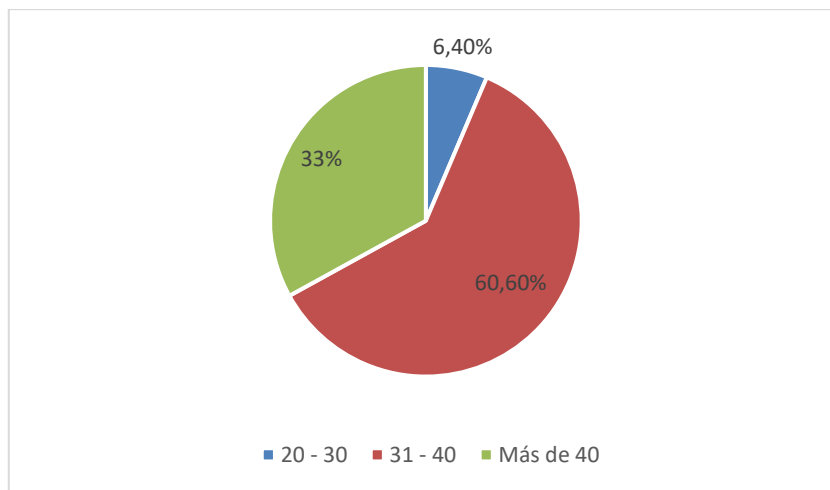


Ilustración 4-16 Edad

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga”, el 6,4% tiene entre 20 y 30 años, el 60,6% está en un rango de edad de entre 31 y 40 años y el 33% tiene más de 40 años.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga tienen entre 31 y 40 años, en segundo lugar, les sigue los mayores de 40 lo que demuestra que es la población adulta la que mayormente se dedica al comercio informal demostrando que son las personas adultas las más carentes de educación y oportunidades laborales formales.

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando como comerciante informal en las calles aledañas al mercado cerrado de Latacunga?

Tabla 4- 18 Tiempo de comercialización

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	-	-
Entre uno y cinco años	44	46,80%
Entre seis y diez años	29	30,90%
Más de diez años	21	22,30%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

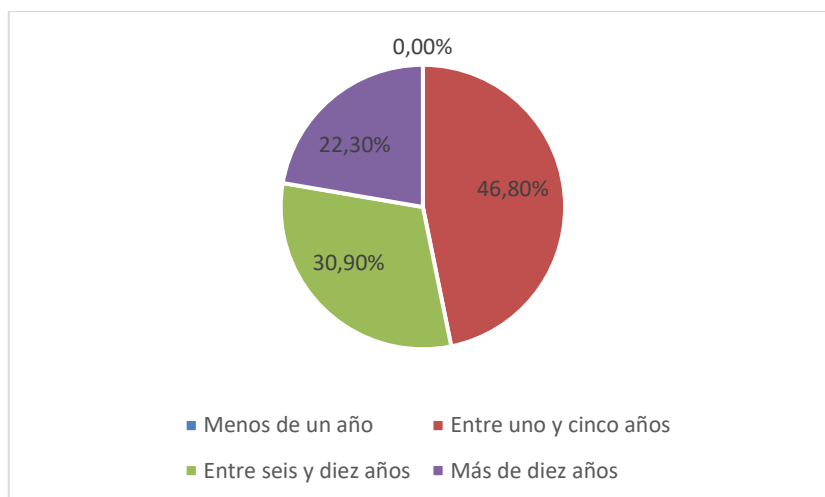


Ilustración 4-17 Tiempo de comercialización

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 46,8% lleva comercializando entre uno y cinco años, el 30,9% lleva entre seis y diez años y el 22,3% más de 10 años.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga llevan comercializando en los exteriores del mercado entre uno y cinco años lo que evidencia que la actividad informal ha aumentado en gran escala durante los últimos años.

2. ¿Qué factor o situación fue el que más influyó en su decisión de iniciar o continuar su actividad comercial en el sector informal?

Tabla 4- 19 Motivo para ser comerciante informal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Falta de información para acceder al sector formal	35	37,2%
Bajos ingresos o pobreza	20	21,3%
Elevados costos de arriendo en los locales del mercado	24	25,5%
Preferencia personal	15	16%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

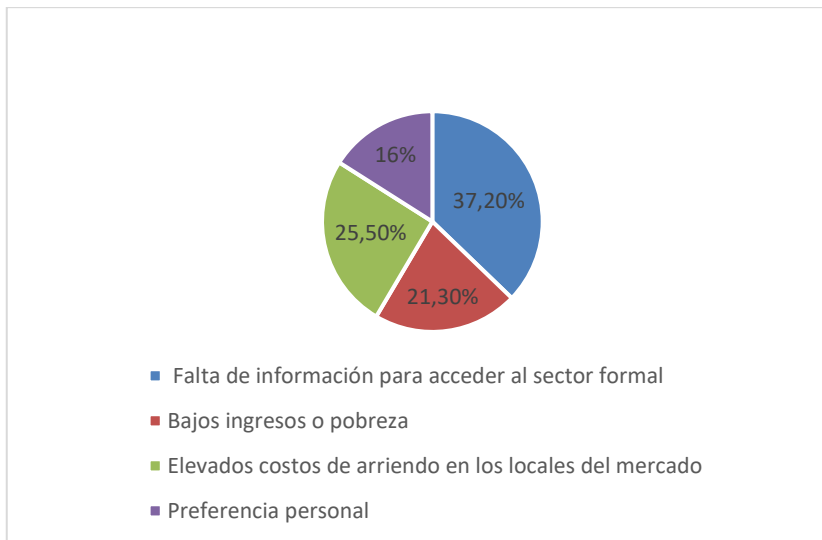


Ilustración 4-18 Motivo para ser comerciante informal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 37, 2% se dedica al comercio informal debido a la falta de información para acceder al sector formal, el 21,3% por bajos ingresos o pobreza, el 25,5% por los elevados costos de arriendo en los locales del mercado, y el 16% por preferencia personal.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga se dedican al comercio informal por la falta de información para acceder al sector formal se evidencia que existe un gran grado de desconocimiento sobre los tramites que necesitan para acceder al mercado como comerciantes formales debido a la falta de comunicación por parte de las autoridades, le sigue los que no acceden por el elevado costo de arriendos lo que demuestra el descontento que tienen con respecto a las tarifas de arriendo y el motivo por el que muchos formales tomaron la decisión de ser parte del comercio informal.

3. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece en su puesto de venta?

Tabla 4- 20 Productos que oferta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frutas y verduras	56	59,6%
Alimentos	16	17%
Abarrotes	9	9,6%
Carnes y embutidos	10	10,6%
Otros	3	3,2%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

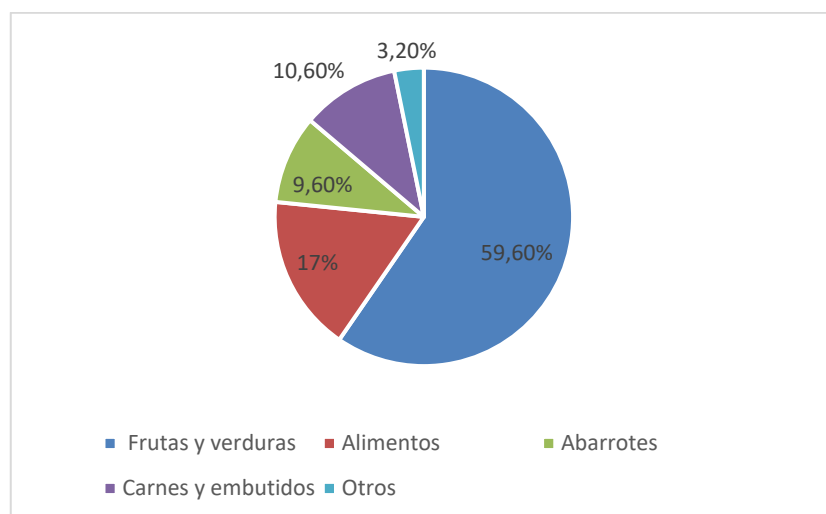


Ilustración 4-19 Productos que oferta

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 59,6% se dedica a la venta de

frutas y verduras, el 17% a la venta de alimentos, el 10,6% comercializa carnes y embutidos y el 3,2% vende otros productos los cuales se dividen entre flores y lácteos.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga se dedican a vender frutas y verduras lo que demuestra que es este el producto que más compete con los comerciantes formales del mercado.

4. ¿Considera que sus ingresos han incrementado en el último año?

Tabla 4- 21 Incremento de ingresos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	27,7%
No	68	72,3%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

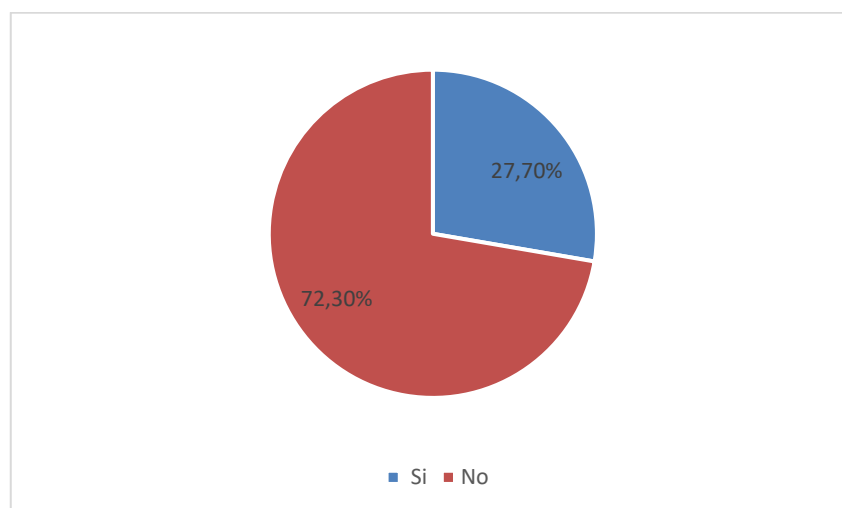


Ilustración 4-20 Incremento de ingresos

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 27,7% considera que, si incremento sus ingresos, mientras que el 72,3% no considera que sus ingresos hayan aumentado el último año.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga no han notado un incremento en sus ingresos, esto directamente se debe al incremento de

informales en el último año, al incrementarse crean competencia entre ellos por lo que perciben menos ganancias sobre todo los comerciantes de frutas y verduras.

5. ¿Cuánto considera que obtienen de ingresos mensuales por su actividad

Tabla 4- 22 Ingresos mensuales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$1 UDS A \$300 USD	42	44,7%
De \$301 USD A \$600 USD	49	52,1%
De \$601 USD \$ 900 USD	3	3,2%
Mas de \$900 USD	-	-
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

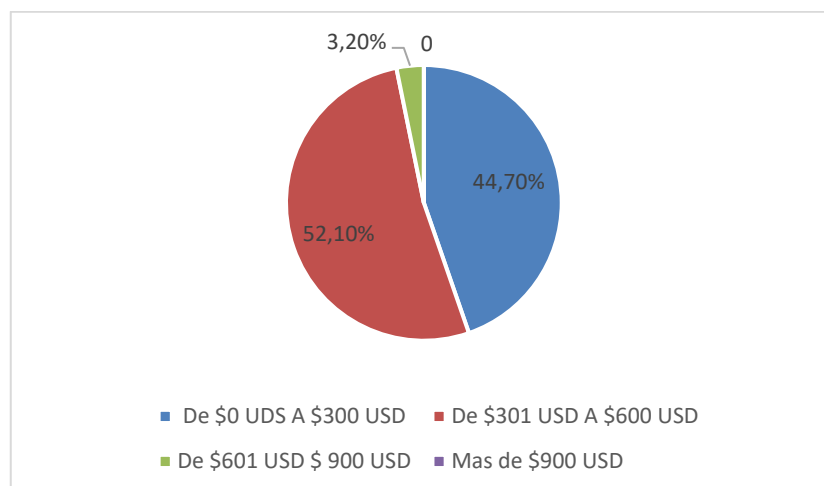


Ilustración 4-21 Ingresos mensuales

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga”, el 44,7% percibe de ingresos mensuales por esta actividad entre de 1 a 300 dólares, el 52,1% entre 301 a 600 dólares y el 3,2% tiene ingresos de entre 601 a 900 dólares.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga ganan entre 301 a 600 dólares, seguidos por los que ganan entre 1 a 300 dólares, se demuestra que esta actividad a la gran mayoría solo les permite cubrir casi lo mismo que un sueldo básico,

esto es parecido a lo que muchos formales perciben mensualmente sin embargo los informales prefieren esto porque no se les obliga a pagar tasas municipales ni realizar trámites.

6. ¿Qué problemas ha enfrentado por ser comerciante informal en los alrededores del mercado cerrado de Latacunga?

Tabla 4- 23 Problemas por ser comerciante informal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Violencia en los operativos municipales	45	47,9%
Sanciones	1	1,1%
Discriminación	-	-
Vulneración del derecho al trabajo	-	-
No tengo problemas	48	51,1%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)



Ilustración 4-22 Problemas por ser comerciante informal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes formales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 47,9% ha sufrido de violencia durante operativos municipales, el 1,1% ha sufrido sanciones y el 51,1% no tiene problemas.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes del mercado cerrado de Latacunga han sufrido agresiones por parte de los municipales por lo que podemos evidenciar la violencia que se ejerce intentando controlar el comercio informal sin embargo también existe un grupo considerable que no tiene problemas y pertenece a los comerciantes que llevan menos de un año como comerciantes informales, debido a que en los últimos años se ha tratado de controlar desde un punto pacifico la actividad informal.

7. ¿Considera que estar en el sector formal genera algún tipo de beneficio?

Tabla 4- 24 ¿Beneficios del sector formal?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	45,7%
No	51	54,3%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

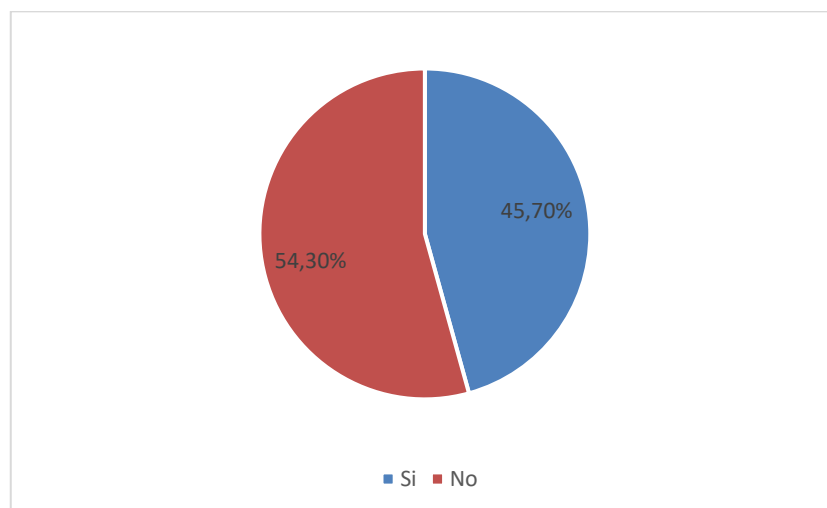


Ilustración 4-23 ¿El sector formal genera beneficios?

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 45,7% considera que ser comerciantes formales si genera beneficios y el 54,3% considera que no ser comerciante formal genera ningún beneficio.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga no creen que formalizarse les traiga un beneficio, muchos comerciantes que hoy se encuentran en la informalidad en un principio eran formales por lo que se demuestra que la falta de atención de las autoridades podría ser un papel importante en las creencias de los informales.

8. ¿Conoce sobre la normativa que regula a los comerciantes formales?

Tabla 4- 25 Conocimiento de la normativa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	7,4%
No	87	92,6%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

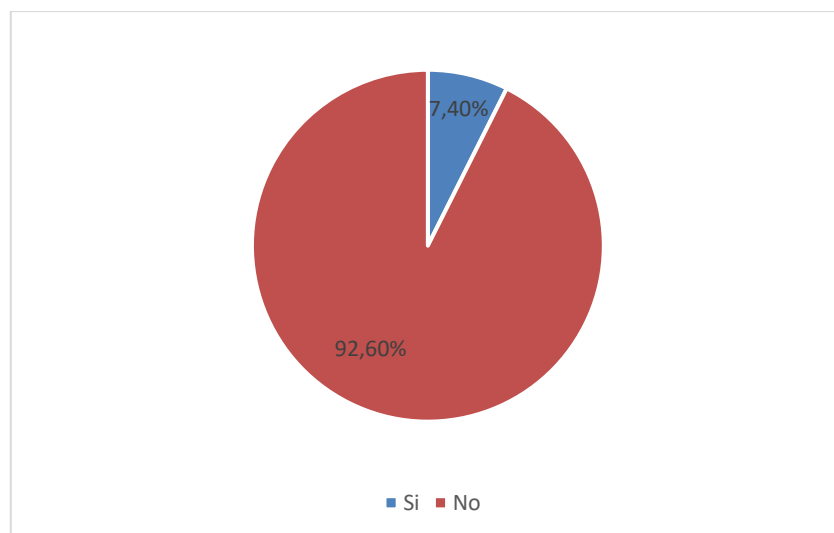


Ilustración 4-24 Conocimiento de la normativa

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 7,40% conoce sobre la normativa que rige a los comerciantes formales, mientras que el 92,60% no.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga no conocen sobre la normativa que rige el comercio formal, esto evidencia la falta de información que es ser un factor importante que impide la regulación del comercio.

9. ¿Estaría dispuesto a ser comerciante formal, dentro del Mercado Cerrado de Latacunga?

Tabla 4- 26 Disponibilidad para ingresar al sector formal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	41	43,6%
No	53	56,4%
Total	94	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

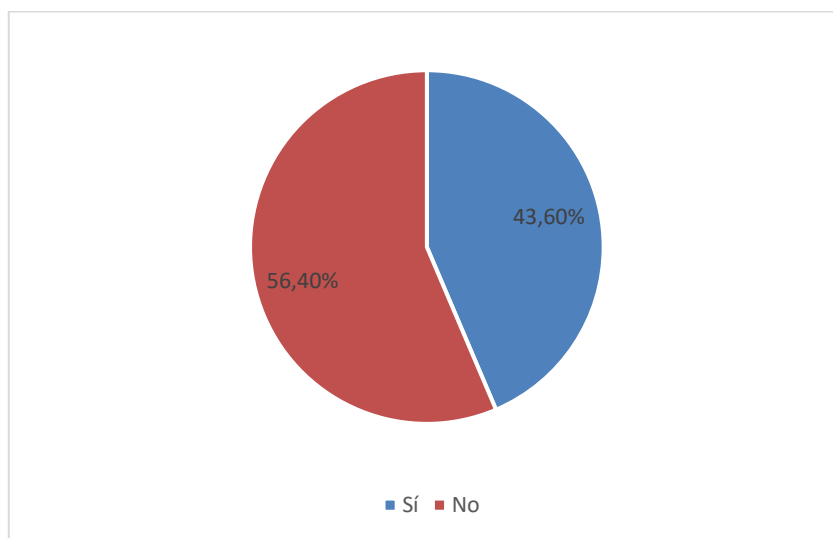


Ilustración 4-25 Disponibilidad para ingresar al sector formal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a los comerciantes informales del “Mercado cerrado de Latacunga” el 43,6% está de acuerdo en acceder al mercado como comerciante formal mientras que el 56,4% no está de acuerdo.

Interpretación: La mayoría de los comerciantes informales del mercado cerrado de Latacunga no quieren formalizarse, esto representa un reto importante debido a que se necesita cambiar la perspectiva de este grupo para incentivarlos a la formalización.

4.2.1 *Discusión de resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes informales*

La mayoría de comerciantes informales han cursado hasta la secundaria, una gran parte son mujeres y se encuentran en un rango de edad entre 31- 40 años, la mayoría de ellos llevan

comercializando entre uno y cinco años, es muy claro y se confirma la afirmación de los comerciantes formales de que el comercio informal aumento en gran escala durante los últimos años, partiendo de este dato podemos establecer que el aumento de comerciantes informales se debe a la recesión económica que sufrimos en la Pandemia del COVID- 19 y que aun en el 2023 no se ha podido tener un control de esta problemática.

Por otro lado la mayoría de los comerciantes informales han iniciado con esta actividad debido a la falta de información para acceder al sector formal, con esta apreciación podemos darnos cuenta de la falta de comunicación que existe entre las autoridades y este grupo, sin embargo un punto importante es que el 25,50% decide estar en el sector informal debido a los costó de arriendo al tener una breve intervención con ellos se pudo definir que este grupo fue anteriormente comerciante formal sin embargo no se encontraban de acuerdo con los pagos mensuales así como con los costos adicionales que tenían que pagar, como luz, agua y contratos anuales, fue por ello que decidieron salir del sector formal.

La mayoría de comerciante informales comercializan frutas y verduras, podemos darnos cuenta que los comerciantes formales más afectados son los que venden frutas y verduras en el mercado, un dato curioso es que la gran parte de encuestados no consideran que en el último año hayan aumentado sus ganancias, esto debido a que el número de comerciantes informales que han aumentado incluso es un problema entre ellos, sin embargo prefieren esta actividad a pagar costos de arriendo y servicios básicos.

Con respecto a los problemas a los que se enfrentan una gran parte afirma no tener problemas sin embargo la otra parte afirma haber sido víctima de violencia en los operativos municipales convirtiendo este problema en una problemática social entre comerciantes y autoridades.

Con respecto a su perspectiva más de la mitad no considera que se obtengan beneficios al ser comerciante formal y esto influye en gran parte en su decisión de continuar en el sector informal, desconocen de la normativa que maneja el comerciante formal esto nos indica una vez más la falta de acceso a información y la poca comunicación de las autoridades que manejan, por otro lado si bien es cierto la mayoría de ellos no están de acuerdo en formalizarse entre ellos tenemos a ex comerciantes formales que están completamente inconformes con las acciones de las autoridades y a otros que consideran que el formalizarse solo les generar gastos más no ganancias.

4.3 Resultado de la encuesta dirigida a los Consumidores del “Mercado cerrado de Latacunga”.

1. ¿Con qué frecuencia acude a realizar compras en el "Mercado cerrado de Latacunga"?

Tabla 4- 27 Frecuencia con la que compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	2,1%
Raramente	101	26,4%
A veces	177	46,3%
Siempre	96	25,1%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

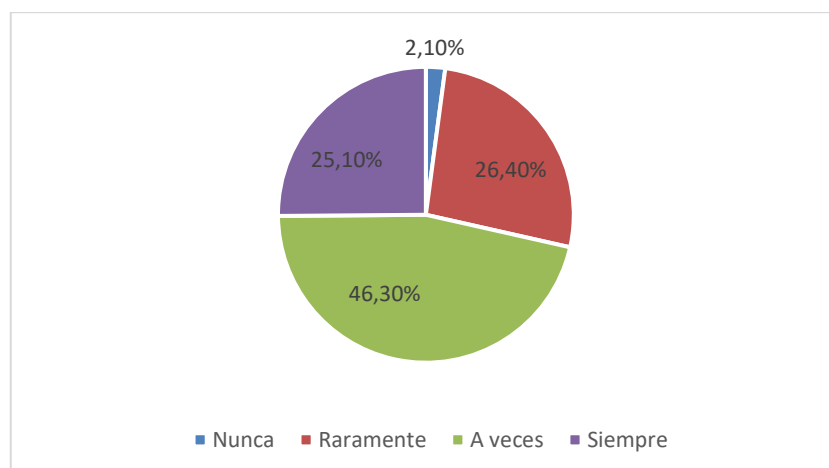


Ilustración 4-26 Frecuencia con la que compra

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 26,4% acude raramente al mercado para hacer sus compras, el 46,3% acude a veces, el 25,1% acude siempre y el 2,1% no acude al mercado.

Interpretación: La mayoría de los encuestados acuden al “Mercado cerrado de Latacunga” para hacer sus compras lo que demuestra que el mercado tiene una buena apreciación por parte de la

población Latacungeña, sin contar con que está ubicado en un lugar estratégico de la ciudad por lo que generalmente tiene mucha afluencia de personas.

2. ¿Cuánto dinero destina para las compras semanales?

Tabla 4- 28 Presupuesto de compras

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 USD y 10 USD	27	7%
11 USD y 20 USD	97	25,5%
21 USD y 30 USD	161	42,2%
31 USD y 40 USD	59	15,4%
Mas de 41 USD	38	9,9%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

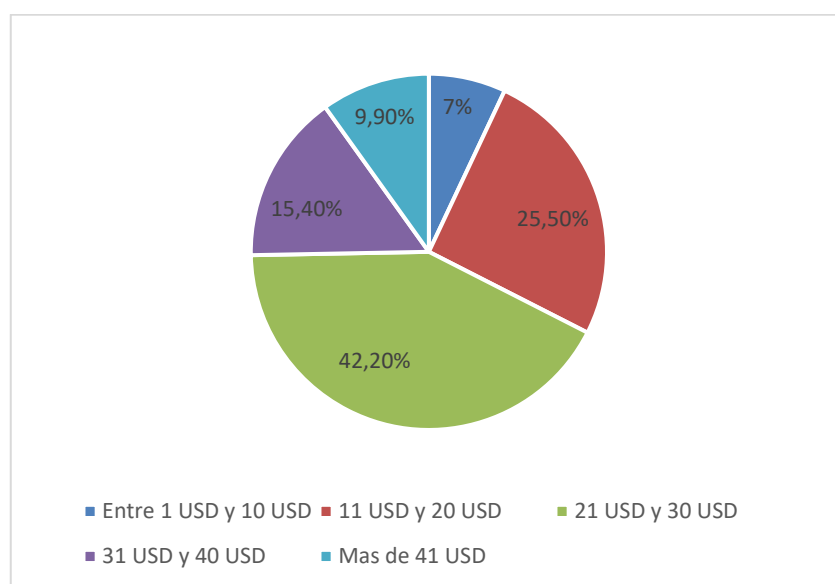


Ilustración 4-27 Presupuesto de compras

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga”, el 7% destina entre 1 y 10 dólares para realizar las compras semanales, el 25,5% destina entre 11 y 20 dólares, el 42,2% destina entre 21 y 30 dólares, el 15,4% destina entre 31 y 40 dólares y el 9,9% más de 41 dólares.

Interpretación: La mayoría de los encuestados destinada entre 21 y 30 dólares para realizar compras semanales, en segundo lugar, están los que destinan entre 11 y 20 dólares es importante darnos cuenta de que el monto de su presupuesto de compra en la mayoría de los casos supera los 10 dólares, sin embargo, por lo general muchos de los consumidores que tienen un presupuesto menor a 20 dólares compran al sector informal debido a que solo son consumidores de paso.

3. ¿Prefiere comprar productos a los comerciantes formales del mercado o a los informales?

Tabla 4- 29 Preferencias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comerciantes formales	170	44,4%
Comerciantes informales	135	35,5%
No tengo preferencia	77	20,1%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

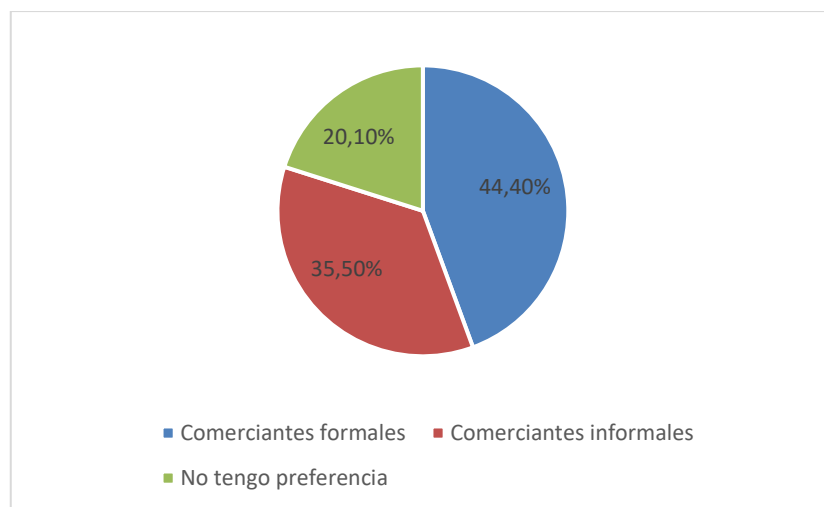


Ilustración 4-28 Preferencia

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 44,4% prefiere comprar a los comerciantes formales, el 35,5% prefiere a los informales y el 20,1% no tiene preferencia a la hora de comprar.

Interpretación: La mayoría de los encuestados prefieren comprar a los formales sin embargo gran parte prefiere a los informales y tomando en consideración que existe un grupo que no tiene preferencias y posiblemente se incline a la informalidad, estos datos nos muestran que existe una gran preferencia por los productos que ofrecen los comerciantes informales estos datos obedece a los factores que considera el consumidor antes de decidir que comprar.

4. ¿En base a que toma su decisión para comprar?

Tabla 4- 30 Decisión de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mejor calidad de los productos	140	36,6%
Precios más bajos	128	33,5%
Mayor variedad de productos	75	19,6%
Comodidad (ubicación, horario.)	39	10,2%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)



Ilustración 4-29 Decisión de compra

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 36,6% basa su decisión de compra en la

calidad de los productos, el 33,5% en el precio, el 19,6% en la variedad de productos, y el 10,2% en la comodidad.

Interpretación: La mayoría de los encuestados acuden al “Mercado cerrado de Latacunga” hacen sus compras basándose en la calidad del producto y les siguen los que compran fijándose en el precio más bajo, la mayoría de personas que prefieren comprar en el sector informal lo hace porque le ofrecen precios más bajos y productos más frescos, un factor favorable para los comerciantes formales es que ellos tienen mucha más variación en productos debido a que tienen el espacio necesario para tener en stock mucho más mercadería a diferencia de los comerciantes informales.

5. ¿Desde su punto de vista como cree que ha sido el comportamiento del comercio informal en los exteriores del mercado durante el último año?

Tabla 4- 31 Comportamiento del comercio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aumento	280	73,3%
Disminuyo	47	12,3%
No existe ningún cambio	55	14,4%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

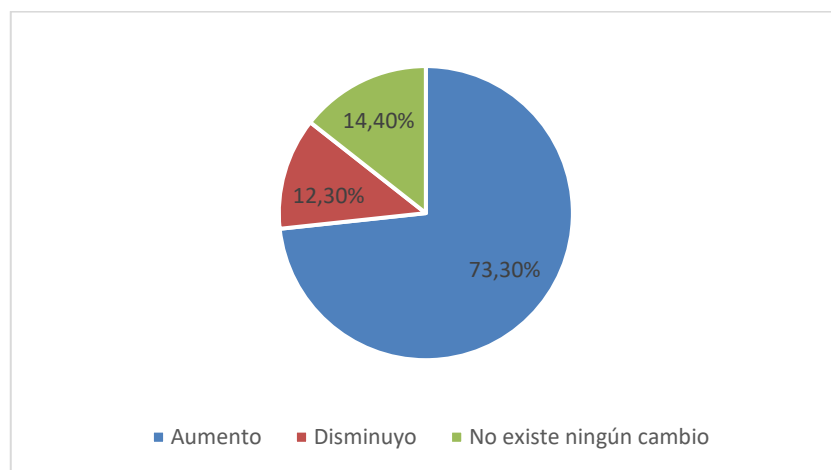


Ilustración 4-30 Comportamiento del comercio Informal

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 73,3% considera que el comercio informal aumento, el 14,4% considera que no existe ningún cambio y el 12,3% considera que el comercio informal en el exterior del mercado disminuyo.

Interpretación: La mayoría de los encuestados consideran que el comercio informal aumento en el último año, lo que evidencia el aumento descontrolado del comercio informal en el sector a tal punto que, aunque los consumidores se beneficien también ocasiona molestia debido a los problemas que ha ocasionado la gran concentración de comerciantes informales como accidentes y robos.

6. ¿Cree que el comercio informal afecta negativamente a los ingresos de los comerciantes formales?

Tabla 4- 32 Impacto en los ingresos de los comerciantes formales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	355	92,9%
No	27	7,1%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

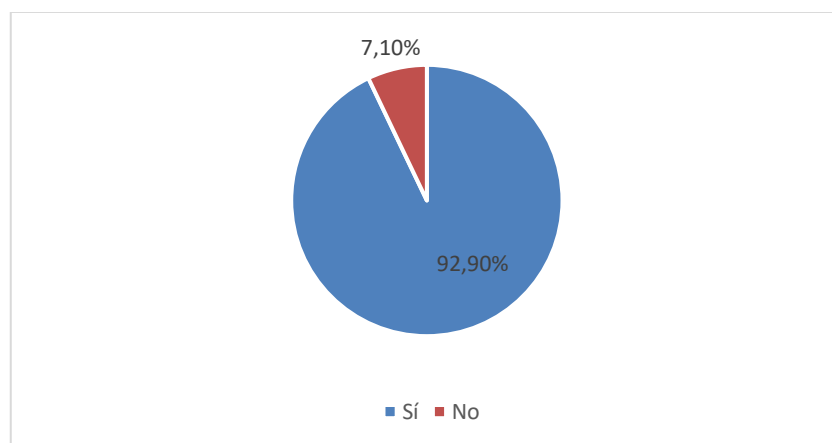


Ilustración 4-31 Impacto en los ingresos de los comerciantes formales

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 92,9% considera que la presencia de

comerciantes informales afecta negativamente a los ingresos de los comerciantes formales, mientras que tan solo el 7,1% considera que no afecta.

Interpretación: La mayoría de los encuestados acuden al “Mercado cerrado de Latacunga” está de acuerdo que el gran número de comerciantes informales afecta los ingresos de los comerciantes formales, podemos evidenciar que la mayoría de los ciudadanos están conscientes del problema que trae la informalidad para los comerciantes formales.

7. **¿Cree que el comercio informal es una fuente importante de empleo en la ciudad?**

Tabla 4- 33 ¿El comercio informal es fuente de empleo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	353	92,4%
No	29	7,6%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

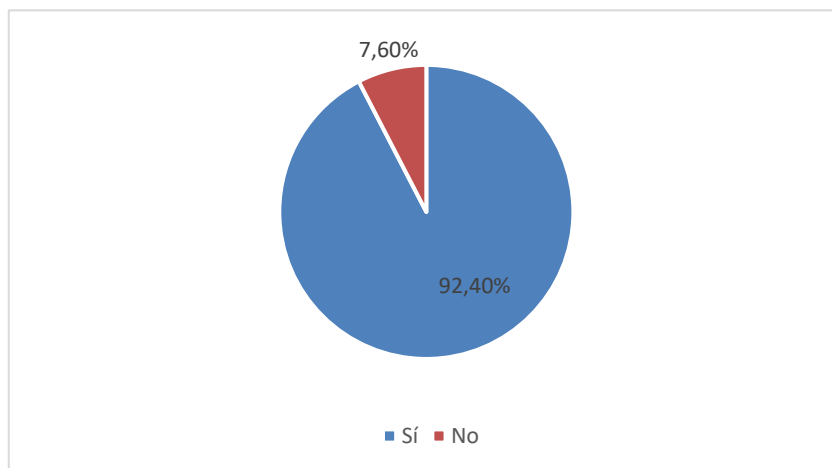


Ilustración 4-32 ¿El comercio informal es fuente de empleo?

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 92,4% está de acuerdo en que el comercio informal es una fuente importante de empleo en Latacunga, y el 7,6% considera que esta actividad no es una fuente de empleo considerable.

Interpretación: La mayoría de los encuestados están de acuerdo con que el comercio informal genera empleo en Latacunga esto evidencia la falta de oportunidades laborales dentro de la ciudad y también demuestra que Latacunga tiene una alta tasa de desempleo.

8. ¿Cree usted que el comercio informal aumenta el índice de delincuencia en los exteriores del mercado?

Tabla 4- 34 ¿El comercio informal aumenta el índice de delincuencia?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	348	90,9%
No	35	9,1%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

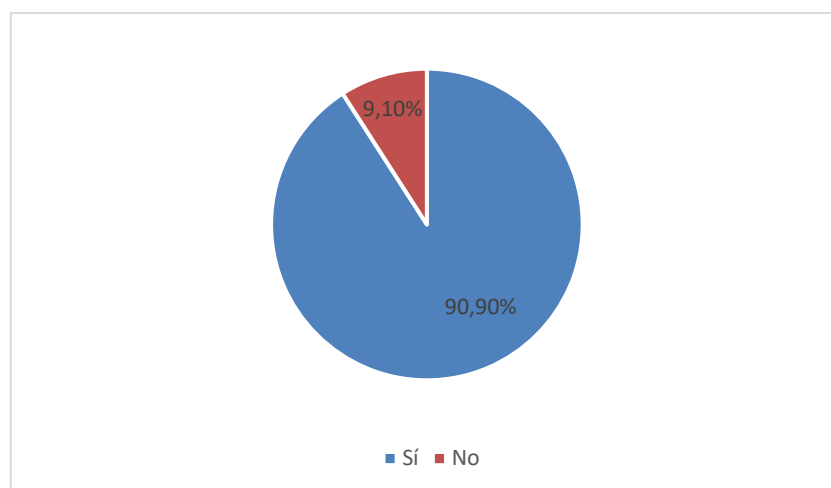


Ilustración 4-33 ¿El comercio informal aumenta el índice de delincuencia?

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 90,0% afirma que la presencia de comerciantes informales aumenta el nivel de delincuencia en los exteriores del mercado mientras que el 9,1% no está de acuerdo con ello.

Interpretación: La mayoría de los encuestados están de acuerdo con que el comercio informal aumenta el número de delincuentes, el mercado al estar ubicado en una zona céntrica de la ciudad tiene gran aglomeración de personas, sumándole la presencia de un gran grupo de comerciantes

informales y el poco control policial varios encuestados afirmaron haber sido víctimas de robos en este sector.

9. ¿Cree que el comercio informal debería ser regulado?

Tabla 4- 35 ¿El comercio informal debería ser regulado?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	355	92,9%
No	27	7,1%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta aplicada a comerciantes formales,2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

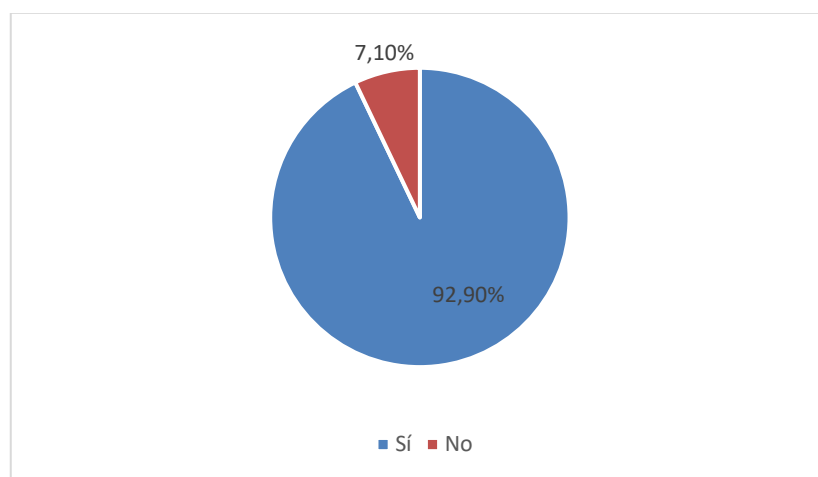


Ilustración 4-34 ¿El comercio informal debería ser regulado?

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Análisis: Tomando en consideración los datos arrojados en la aplicación de la encuesta a la población aledaña al “Mercado cerrado de Latacunga” el 92,9% considera que el comercio informal debe ser regulado mientras que el 7,1% no ve conveniente esta propuesta.

Interpretación: La mayoría de los encuestados están de acuerdo con que el comercio informal debería ser regulado, se demuestra que la mayoría de los ciudadanos están conscientes de la importancia que tiene tanto para los comerciantes formales como para la seguridad del sector y la ciudadanía el correcto control y mitigación del comercio informal.

4.3.1 *Discusión de resultados de la encuesta aplicada a los consumidores.*

La mayoría de encuestados acuden frecuentemente al Mercado cerrado de Latacunga para realizar sus compras semanales, asignan un presupuesto de entre 21 a 31 dólares para sus compras semanales, se evidencia que una gran parte de ellos afirma comprar al sector formal lo que demuestra la conciencia ciudadana que tiene este grupo, sin embargo el número que tienen preferencia por los informales también es muy amplio, existe un grupo que no tiene preferencia, en el momento de la encuesta se identificó que los motivos son porque no acuden con frecuencia al mercado y sus compras solo las hacen cuando pasan por el lugar es decir si disponen de tiempo las harán dentro del mercado y si no simplemente les comprarán a los informales, lo que resulte más cómodo para ellos.

Gran parte de los encuestados basan su decisión de compra en la calidad del producto y otro factor que toman en cuenta es el precio, siempre buscan la manera de economizar y compran lo más barato, algo interesante es que desde su perspectiva los comerciantes informales tienen productos mucho más frescos y por un precio más bajo por ello una gran parte decide comprar en los exteriores y no ingresar al mercado.

Los encuestados, que fueron en su mayoría habitantes cercanos al sector el Salto lugar donde se ubica el mercado no son ciegos a la realidad y afirman que el comercio informal aumento demasiado en el último año y consideran que esto afecta de manera negativa a los comerciantes formales, sin embargo es evidente que el comercio informal es una fuente de empleo importante en la ciudad, otra realidad que no descartan es que la presencia de comercio informal aumento el índice de delincuencia en la zona, el Mercado cerrado se encuentra en una zona céntrica, pasando directamente el puente 5 de junio el cual conecta la estación y el terminal de Latacunga con el centro de la ciudad, existe una gran afluencia de personas todos los días entre ellos estudiantes, esto sumado la ola de informales y el poco control policial en la zona lo que ha traído problemas de seguridad a la ciudadanía.

4.4 Resultados a la entrevista realizada al administrador del “Mercado cerrado de Latacunga”.

Entrevistador: Alexandra Catota

Entrevistado: Ing. Pablo Cajas

En calidad de: Administrador encargado del “Mercado cerrado de Latacunga”

Fecha: 28 de diciembre del 2023

Tabla 4- 36 Entrevista al Administrador del mercado cerrado Latacunga

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>¿Cuánto tiempo lleva funcionando el mercado?</p>	<p>El mercado lleva funcionando 13 años en los cuales se han hecho diferentes cambios en la infraestructura para tener un adecuado mantenimiento</p>	<p>Es importante que los comerciantes y compradores se desenvuelvan en un lugar agradable en justificación a ellos las autoridades mantienen un constante mantenimiento de asesores, gradas eléctricas, pinturas y conexiones eléctricas</p>
<p>¿Cuántos puestos dispone el mercado cerrado y cuantos comerciantes conforman el mismo?</p>	<p>El mercado tiene una capacidad de 350 comerciantes y en la actualidad se encuentran 200 puestos ocupados esto debido a que muchos comerciantes formales han decidido salir del sistema formal.</p>	<p>Podemos evidenciar que la cantidad de comerciantes es poca a comparación de la capacidad que tiene el mismo, existe una plaza libre de 150 puestos además es importante entender que esto representa una baja en los ingresos que el mercado percibe por arriendos y su vez esto limita el ingreso público que obtiene el GAD por el pago de tributos de los comerciantes.</p>

<p>¿Qué requisitos se debe cumplir para comercializar de manera formal en el mercado cerrado de Latacunga?</p>	<p>Los requisitos que se deben cumplir son tener un Ruc, Patente, presentar un certificado de pago municipal es decir que no adeude al municipio y en el caso de los comerciantes de Alimentos y bebidas presentan un certificado de salud el cual es otorgado por el centro de salud que funciona en el tercer piso del mismo mercado.</p>	<p>Es importante mencionar que a raíz de la gran ola de comerciantes informales se les ha dado facilidad para los tramites, no se les exigua el contrato anual el cual representaba un costo más para los comerciantes además en la última ordenanza se estableció la rebaja de arriendos y la posibilidad de que se arriende un local para dos comerciantes con el fin de que se les facilite el pago mensual.</p>
<p>¿Cuáles son las obligaciones de los comerciantes formales del mercado?</p>	<p>Las obligaciones que se deben cumplir de manera regular están contempladas en la ordenanza de plazas y mercados en la cual se establece las normas de convivencia en el mercado, estar al día en los pagos de arriendos y cumplir con las obligaciones de limpieza y cuidado de infraestructura</p>	<p>Una observación importante es tomar en cuenta es que es importante mantener en constante socialización sobre las actualizaciones de las ordenanzas debido a que en ella está la información esencial que deben conocer los comerciantes, tomando en cuenta que la mayoría está dentro de un nivel académico de primaria es necesario que ellos puedan entender aspectos que pueden ser poco claros con respecto al reglamento.</p>

<p>¿Qué opinión tiene sobre el comercio informal en el mercado cerrado de Latacunga? ¿Lo considera una amenaza, una oportunidad o una realidad inevitable?</p>	<p>El comercio informal es una oportunidad para ubicar nuevos centros de acopio mediante un análisis podemos ubicar centros de negocio concentrándonos en los mercados que tenemos esto ya se lo está realizando con el plan presentado por el alcalde</p>	<p>Considero que es necesario incentivar a las plazas que ya tenemos existentes dentro del mercado antes de generar nuevos espacios de comercio.</p>
<p>¿Qué impacto tiene el comercio informal en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de Latacunga?</p>	<p>El impacto que tiene es mi significativa yo diría que entre el 40 y 50 %, incluso nuestra cartera de arriendos ha caído tenemos mucho más por cobrar los comerciantes al no tener ventas continuas no pueden cumplir con sus obligaciones</p>	<p>El impacto en los ingresos de los comerciantes formales es evidente, desde esta perspectiva se debe tomar acción para tratar de controlar este problema a fin de que los comerciantes formales no se vean perjudicados, el mercado siga generando ingresos y que tomando en cuenta las necesidades de los informales.</p>
<p>¿Qué medidas o acciones se ha tomado o se planea tomar para regular o</p>	<p>Si, semanalmente se planifica operativos de control con todas las instituciones de</p>	<p>Considero que es necesario un control constante sin embargo siempre tratar de encontrar una solución para los dos lados tanto</p>

<p>controlar el comercio informal en el mercado cerrado de Latacunga?</p>	<p>regulación por ejemplo la policía, municipales, Agrocalidad que es la encargada de controlar los productos, el ARCSA es un trabajo duro y hemos puesto énfasis en los días de ferias.</p>	<p>informales como formales y la mejor medida para lograrlo es formalizando este sector.</p>
<p>¿Existen ordenanzas municipales sobre el comercio informal, cuáles son?</p>	<p>Las políticas que se han generado en este sentido es la ordenanza que regula las plazas y mercados, adicional los reglamentos que se maneja internamente en cada unidad de comercia que se encuentra a cargo de la dirección de servicios públicos.</p>	<p>Es importante que se pueda tener conocimiento pleno sobre la última ordenanza que se aprobó y fue hecha con el objetivo de minimizar de manera temporal los cánones de arriendo para incentivar a los comerciantes informales y ayudar con la carga de arriendos a los formales, sin embargo, mientras no exista una política pública que sea más estricta muchas informales no optaran por la formalización</p>

Fuente: (Entrevista aplicada al Administrador del mercado cerrado Latacunga, 2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

4.5 Respuesta a la pregunta de investigación

¿El análisis del comercio informal del mercado cerrado de Latacunga permitirá conocer la realidad del mismo para poder generar estrategias a través de las cuales se mitigará la informalidad de los comerciantes y así podrán mejorar el nivel de ingresos de los comerciantes?

El análisis del comercio informal para identificar el impacto que genera es un paso fundamental para comprender su impacto en la sociedad y la economía y diseñar estrategias efectivas que aborden esta problemática de manera integral.

Permite plantear estrategias debido a que genera un diagnóstico y he identifica los distintos factores que ocasionan esta problemática, además de que ayuda a enfocarse en las necesidades de los dos grupos, al tener un diagnóstico de la situación real de comerciantes formales e informales es posible diseñar estrategias específicas dirigidas a abordar las causas subyacentes del comercio informal y mitigar sus efectos negativos, estas estrategias deberán incluir medidas para mejorar la regulación del mercado, fortalecer la aplicación de la ley y los controles fiscales, promover la formalización de los comerciantes y capacitaciones que permitan aumentar la satisfacción de los comerciantes.

Al identificar las principales amenazas y debilidades como son la mala administración del mercado, la falta de difusión de información, el poco control de las autoridades, la insatisfacción de los comerciantes, se puede estructurar una serie de estrategias que permita controlar los factores relacionados al comercio informal y promover el comercio justo en el mercado cerrado Latacunga.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

Elaboración de estrategias que permitan controlar el comercio informal en los exteriores del mercado cerrado de Latacunga mediante el análisis del diagnóstico y resultados de las encuestas y entrevista realizadas a comerciantes y Administrador del lugar.

Se determino que existe 94 comerciantes informales en los exteriores del mercado cerrado Latacunga en comparación de los comerciantes formales existe una diferencia de apenas 107 comerciantes, el 59,6% de ellos comercializa frutas y verduras siendo este el principal grupo de comerciantes formales afectados debido a la competencia desleal que se vive, se logró determinar que la mayoría de comerciantes se ven afectados en más del 30% en la reducción de sus ingresos mensuales, en su mayoría los comerciantes perciben que sus ingresos mensuales oscilan entre los 300 y 600 dólares, sin embargo estos ingresos no son suficientes para cubrir todos los gastos asociados con sus obligaciones como comerciantes formales debido a que este valor representa el ingreso bruto total, del cual una parte significativa debe ser reinvertida en la adquisición de nueva mercadería, lo que limita su capacidad para cubrir sus necesidades y responsabilidades, estaríamos hablando de que el 94% de los comerciantes formales del mercado cerrado generan de ganancia un valor menor de un salario básico.

Sus ingresos se han reducido a partir del 2022 y 2023 debido a que en estos años la presencia de comercio informal en el sector aumento notoriamente, lo que sustenta que es esencial la creación de estrategias que permitan reducir la magnitud del problema de tal manera que se generen beneficios para todos los grupos implicados.

5.1 Estrategias

Tabla 5- 37 Objetivos y estrategias

Objetivo	Estrategia
Fortalecer las habilidades, conocimientos y competencias necesarias del personal administrativo del mercado cerrado de Latacunga mediante un plan integral de capacitaciones para mejorar la eficiencia	Elaborar un plan de capacitaciones para el personal Administrativo del mercado cerrado Latacunga

<p>operativa y la gestión administrativa del mercado cerrado Latacunga.</p>	
<p>Mejorar los conocimientos de los comerciantes formales sobre trámites necesarios, ordenanzas, derechos y obligaciones, así como la atención al cliente, con para fomentar la formalización, el cumplimiento de regulaciones y la mejora en la calidad del servicio ofrecido.</p>	<p>Implementar un programa de charlas educativas para los comerciantes del mercado cerrado Latacunga.</p>
<p>Fomentar un entorno cómodo y atractivo tanto para clientes y comerciante mediante un plan de mejoras de infraestructura para crear un entorno más seguro, competitivo y mejorar la experiencia general de compra.</p>	<p>Evaluar el estado del mercado para realizar mejoras en la infraestructura.</p>
<p>Mejorar la satisfacción de los comerciantes formales del mercado cerrado Latacunga mediante la evaluación de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo en el mercado cerrado de Latacunga para garantizar una política de arrendamiento justa y equitativa.</p>	<p>Evaluar la pertinencia de la actualización de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo.</p>
<p>Controlar la calidad de los productos comercializados en el mercado cerrado de Latacunga, mediante un sistema de control con el propósito de garantizar la satisfacción del cliente.</p>	<p>Proponer un sistema de control de calidad mínimo para los productos comercializados en el mercado</p>
<p>Regular y controlar el uso de espacios públicos en las áreas aledañas al mercado cerrado Latacunga mediante campañas de sensibilización y control municipal con el fin de garantizar el ordenamiento adecuado del entorno y promover la seguridad ciudadana</p>	<p>Crear un plan de acción para la regulación, control y sensibilización del uso de espacios públicos.</p>

Fuente: (resultados de entrevistas y encuestas aplicadas a comerciantes y administrador, 2023)

Realizado por: (Catota G., 2023.)

5.1.1 Plan de acción

En un entorno donde el comercio informal aumenta significativamente se requiere minimizar el comercio informal de manera urgente para mejorar no solo el bienestar de los comerciantes formales sino también el de la ciudadanía y de los comerciantes informales, por ello el plan de acción deberá ser ejecutado en el corto plazo.

5.1.1.1 Estrategia 1: Elaboración de un plan de capacitaciones para el personal Administrativo del mercado cerrado Latacunga

Objetivo: Fortalecer las habilidades, conocimientos y competencias necesarias del personal administrativo del mercado cerrado de Latacunga mediante un plan integral de capacitaciones para mejorar la eficiencia operativa y la gestión administrativa del mercado cerrado Latacunga.

Actualmente, el mercado cerrado Latacunga tiene un personal administrativo no capacitado en áreas como Organización estructural, políticas y normativas internas del mercado, conocimiento y cumplimiento de ordenanzas vigentes, trámites legales para ser comerciante formal y derechos, obligaciones y beneficios de comerciantes.

Se propone elaborar un plan para capacitar al personal administrativo en todas las competencias de la Administración pública de los mercados minoristas.

La capacitación comenzará del 1 al 12 de abril con una duración de 30 horas y se realizará en las salas de reuniones del Mercado cerrado Latacunga de 8 a 11 AM.

Las sesiones de formación se harán presencial en el espacio previsto con los materiales adecuados para facilitar el aprendizaje, se alternarán entre presentaciones teóricas y actividades prácticas para fomentar la participación y el intercambio de conocimientos.

Recursos: Capacitador experto, folletos, material didáctico, instrumentos tecnológicos.

Evaluación: Después de cada módulo, se llevará a cabo una evaluación para determinar el nivel de comprensión y aplicación de los conocimientos obtenidos, al concluir el programa de capacitación, se realizará una evaluación integral para detectar el cumplimiento del objetivo establecido.

Contenido del Plan

Modulo 1: Semana del 1 al 5 de abril

Lineamientos básicos del mercado y estructura organizacional.

- Se iniciarían las capacitaciones con una presentación que abarque los conceptos fundamentales sobre el mercado cerrado de Latacunga, incluyendo su historia, función, relevancia económica y social se explicara la estructura organizacional actual del mercado, detallando los diferentes departamentos, roles y responsabilidades, filosofía y políticas para que la labor del personal se alinea estos conceptos.
- Se proporcionaría material de lectura complementario entre ellos informes, leyes, reglamentos y normas relacionadas con la gestión de mercados.

Ordenanzas de plazas y mercados, normativa municipal y normativa tributaria.

- Proporcionar material didáctico y guías de referencia para que el personal pueda consultar las regulaciones en cualquier momento.
- Realizar simulaciones de casos cotidianos donde el personal tenga que aplicar las ordenanzas, normativas municipales y tributarias para solucionar problemas.

Modulo 2: Semana del 8 al 12 de abril

Derechos, obligaciones y beneficios de comerciantes

- Capacitar a los comerciantes sobre los beneficios, obligaciones y derechos de los comerciantes formales de tal manera que puedan resolver las inquietudes y exigencias de estos en base a fundamentos legales claros y vigentes.

Manejo de presupuestos, contratación pública.

- Proporcionar información clara al personal administrativo para mejorar sus habilidades en gestión eficiente del manejo de los presupuestos, los procesos de contratación pública y la estrategia de publicidad, con el fin de mejorar la gestión del mercado cerrado de Latacunga.
- Proponer casos de estudio, uno para cada área: presupuestos, contratación pública donde se simule en un entorno real el proceso de contratación pública en todas sus fases, la elaboración y ejecución correcta de los presupuestos.

Tabla 5- 38 Presupuesto estrategia 1

Presupuesto		
Recursos	Costo por día	Costo total
Capacitador	\$ 50,00	\$ 500,00
Folletos	\$ 3,50	\$ 35,00
Instrumentos tecnológicos (Proyector)	\$ 800,00	\$ 800,00
Total		\$ 1.335,00

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Para la implementación de la estrategia uno es necesario contratar un capacitador experto, la capacitación se llevara en un plazo de 10 días por lo que el monto total de pago de honorarios del capacitador será de \$500, se necesitara material didáctico como folletos para poder explicar y abordar de mejor manera todos los temas a tratar, el costo unitario de impresiones es de 0,35 ctvs. y se necesitara 10 impresiones diarias este recurso tendrá un costo total de 35 dólares y por último se hará una adquisición de un proyector al inicio de las capacitaciones el cual tendrá un costo total de 800 dólares, dando un presupuesto total de 1.335 dólares para la ejecución de esta estrategia.

Tabla 5- 39 Plan de acción estrategia 1

Estrategia	Temas para abordar	Responsable	Alcance	Duración	Costo
Plan de capacitaciones para el personal Administrativo del mercado cerrado Latacunga	Lineamientos básicos del mercado. Estructura organizacional. Ordenanzas de plazas y mercados, normativa municipal y normativa tributaria Derechos, obligaciones y beneficios de comerciantes Manejo de presupuestos, contratación pública, publicidad	Director de servicios públicos del GAD cantonal de Latacunga	Potenciar las fortalezas, experiencia, conocimientos y habilidades del personal administrativo	10 días	\$ 1.335

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Nota: El costo estimado de esta estrategia es una valoración realizada desde la perspectiva de la investigación, el costo variara de los insumos, tiempo y manera en la que se decida financiar la implementación de la estrategia

5.1.1.2 *Estrategia 2: Implementar un programa de charlas educativas para los comerciantes del mercado cerrado Latacunga.*

Objetivo: Mejorar los conocimientos de los comerciantes formales sobre trámites necesarios, ordenanzas, derechos y obligaciones, así como la atención al cliente, para fomentar el cumplimiento de regulaciones y la mejora en la calidad de productos ofrecidos.

En la actualidad los comerciante del mercado cerrado Latacunga reciben capacitaciones de manera trimestral sin embargo durante las entrevistas realizadas se detectó un gran nivel de insatisfacción de los comerciantes, muchos no asisten a las capacitaciones debido a que los temas que abordan no son de relevancia para su actividad además no existe un control para que todos los comerciantes asistan a estas capacitaciones por lo que muchos desconocen de lineamientos básicos de comercialización así como de derechos, beneficios y obligaciones a las que están sujetas dentro del mercado.

Se propone elaborar un plan para mejorar el sistema de capacitación a los comerciantes aumentando la frecuencia y añadiendo temas de relevancia, además se deberá registrar de manera obligatoria la participación de los comerciantes con el fin de que todos asistan.

La capacitación iniciará desde el 15 de abril y se realizarán los lunes y martes hasta el 28 de mayo del 2024 de 6:00 PM a 8:00 PM, dentro de las instalaciones del mercado, las sesiones de formación se llevarán a cabo de forma presencial en el espacio previsto.

Evaluación: Se deberá realizar evaluaciones regulares que reflejen los conocimientos adquiridos.

Recursos Necesarios: Personal capacitado, material tecnológico, folletos.

Contenido del Plan

Ordenanzas de plazas y mercados, normativa municipal y normativa tributaria: Esta actividad tiene como objetivo principal proporcionar a los comerciantes una comprensión clara de las regulaciones locales que impactan en sus operaciones dentro del mercado cerrado de Latacunga, esto abarcará las ordenanzas específicas que regulan el funcionamiento del mercado, tales como los horarios de apertura y cierre, la disposición de productos y las normas de higiene, estipulados en la Ordenanza de plazas y mercados, además, se brindará una explicación detallada sobre las normativas municipales y tributarias que los comerciantes deben cumplir, incluyendo la obtención de licencias comerciales, actualización de Datos del SRI (Servicio de Rentas Internas),

cambio de régimen para comerciantes, el pago de impuestos locales así como de tasas municipales y los beneficios de los que gozan al ser parte del sector formal.

Presupuestos, precio de venta, calidad del producto: Esta actividad estará enfocada en dotar a las comerciantes de herramientas para una gestión financiera efectiva tales como planificación, se les instruirá en la elaboración de presupuestos para sus negocios, en la determinación de precios de venta apropiados que cubran los costos y generen ganancias, así como en la importancia de mantener elevados estándares de calidad en los productos ofrecidos, además, se les ofrecerán estrategias para controlar los costos, incrementar la rentabilidad y asegurar la satisfacción del cliente a través de la oferta de productos de calidad.

Trato a clientes, publicidad, tácticas de comercialización: Se profundizará en aspectos esenciales relacionados con la atención al cliente y la promoción de productos, los comerciantes recibirán capacitación en técnicas de servicio al cliente, comunicación efectiva, manejo de conflictos y fidelización de clientes, se les proporcionarán conocimientos sobre estrategias de publicidad y promoción, incluyendo productos de descuento o promociones y se enseñarán tácticas de comercialización diseñadas para aumentar las ventas y mantener la competitividad.

Tabla 5- 40 Presupuesto estrategia 2

Presupuesto		
Recursos	Costo por día	Costo total
Instrumentos tecnológicos (parlante, micrófono)	-	800
Folletos	\$ 70,00	\$ 980,00
Total		\$ 1.780,00

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Para la implementación de la estrategia dos es necesario contratar con un parlante y micrófono debido a que la capacitación está dirigida a un total de 200 personas por lo que se necesita un buen manejo de audio para que la capacitación se realice de la mejor manera esta adquisición tendrá un costo total de 800 dólares, el costo del personal que dará las capacitaciones no se sumara debido a que serán impartidas por el personal administrativo una vez que los mismos terminen con su proceso de aprendizaje, se necesitara material didáctico como folletos para poder explicar y abordar de mejor manera todos los temas a tratar, el costo unitario de impresiones es de 0,35 ctvs. y se necesita 200 impresiones por día, este recurso tendrá un costo total de 980,00 dólares, dando un presupuesto total de 1.780 dólares para la ejecución de esta estrategia

Tabla 5- 41 Plan de acción de la estrategia 2

Estrategia	Temas para abordar	Responsable	Alcance	Frecuencia	Costo
Plan de capacitación a los comerciantes formales del mercado cerrado Latacunga	<p>Ordenanzas de plazas y mercados, normativa municipal y normativa tributaria</p> <hr/> <p>Derechos, obligaciones y beneficios de comerciantes</p> <hr/> <p>Presupuestos, precio de venta, calidad del producto.</p> <hr/> <p>Trato a clientes, publicidad, tácticas de comercialización.</p>	Personal Administrativo del mercado	Dar a conocer las obligaciones y beneficios de los comerciantes y potenciar las capacidades de los comerciantes del mercado para direccionarlos a una correcta generación de ingresos.	Lunes y martes desde el 15 de abril hasta el 28 de mayo del 2024.	\$630

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Nota: El costo estimado de esta estrategia es una valoración realizada desde la perspectiva de la investigación, el costo variara de los insumos, tiempo y manera en la que se decida financiar la implementación de la estrategia.

5.1.1.3 Estrategia 3: Evaluar el estado del mercado para realizar mejoras en la infraestructura.

Objetivo: Fomentar un entorno cómodo y atractivo tanto para clientes y comerciante mediante un plan de mejoras de infraestructura para crear un entorno más seguro, competitivo y mejorar la experiencia general de compra.

El Mercado Cerrado Latacunga ha estado en funcionamiento alrededor de 13 años, lo que resalta la importancia de mantener un programa de mantenimiento constante para garantizar su adecuado funcionamiento y preservar su infraestructura, en la evaluación realizada durante el proceso de entrevistas y encuestas, se observó la presencia de ascensores y escaleras eléctricas que no siempre operan de manera óptima, lo que afecta la accesibilidad y comodidad de los consumidores, también se identificó que la pintura exterior del mercado muestra signos de desgaste, lo que afecta directamente la imagen y atractivo visual del mercado, además, durante el proceso de diagnóstico se ha evidenciado la necesidad de realizar mejoras en la iluminación del primer piso, especialmente en la sección de frutas y verduras, donde varias lámparas requieren ser reemplazadas para garantizar una adecuada visibilidad de los productos para los clientes. También se ha detectado que muchas de las baldosas de los pisos y mesones en los diferentes niveles del mercado presentan desgaste y daños, lo que representa un riesgo para la integridad física de quienes transitan y laboran en el lugar.

Para realizar este plan de mejora de infraestructura es necesario tres fases las cuales se detallan a continuación:

- **Fase 1: Evaluación y Planificación**

Realizar una evaluación exhaustiva de la infraestructura actual del mercado cerrado de Latacunga. Identificar áreas de mayor necesidad de mejora, incluyendo problemas de seguridad, comodidad y atractivo visual, para ello se deberá contratar a expertos que puedan abarcar un diagnóstico exhaustivo del estado físico del mercado.

- **Fase 2: Desarrollo de presupuesto he inicio de contratación**

Identificar y priorizar los proyectos de mejora en función de su impacto en la seguridad, comodidad y atractivo del mercado.

Definir el método de financiamiento: el Mercado cerrado de Latacunga al ser publica esta bajo la administración del Gad Municipal de Latacunga por lo que se debe elaborar un presupuesto

basándose en los diseños y especificaciones técnicas desarrolladas en la fase de planificación para presentarlo al Gad para que sea aprobado.

Iniciar con el proceso de contratación para seleccionar contratistas calificados para llevar a cabo las mejoras planificadas.

- **Fase 3: Ejecución.**

Iniciar el proceso de mejoras de acuerdo con lo establecido en el contrato con el contratista y evaluar el cumplimiento de cada etapa.

Tabla 5- 42 Presupuesto estrategia 3

Presupuesto	
Especialistas	Costo total
Especialista en exteriores	5612,52
Ingeniero en sistemas	5710,68
Técnico en mantenimiento de edificios	6071,28
Total	\$ 17.394,48

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Para la ejecución de la estrategia número 3 es primordial tener el diagnostico de distintos especialistas para saber las mejoras que necesita el mercado por lo que se estableció un presupuesto base tomando en cuenta el promedio de salarios por sectores en Ecuador, dando un total de 17.394,48 dólares necesarios para la ejecución de mejoras, este presupuesto está proyectado a un año sin embargo al ser una empresa pública si el GAD les asigna los profesionales el costo a pagar sería 0.

Tabla 5- 43 Plan de acción estrategia 3

Estrategia	Actividades	Responsable	Alcance	Inicio	Costo
Evaluar el estado del mercado para realizar mejoras en la infraestructura.	<p>Evaluación y Planificación</p> <hr/> <p>Desarrollo de presupuesto he inicio de contratación</p> <hr/> <p>Ejecución</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga Administrador general del mercado cerrado Latacunga 	<p>Dar una buena imagen del mercado para promocionarlo y aumentar la afluencia de clientes y mejorar los ingresos de los comerciantes del mercado.</p>	1 de mayo del 2024	\$ 17.394,48

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Nota: El costo estimado de esta estrategia es una valoración realizada desde la perspectiva de la investigación, el costo variara de los insumos, tiempo y manera en la que se decida financiar la implementación de la estrategia

5.1.1.4 *Evaluar la pertinencia de la actualización de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo.*

Objetivo: Mejorar la satisfacción de los comerciantes formales del mercado cerrado Latacunga mediante la evaluación de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo en el mercado cerrado de Latacunga para garantizar una política de arrendamiento justa y equitativa.

Exposición de motivos

En el 2021 se aprobó la Ordenanza para la reducción de cánones de arriendo de los locales comerciales, puestos en plazas y mercados, terminales terrestres y cualquier espacio público de manera permanente o temporal que sean administrados por el GAD municipal Latacunga para el ejercicio fiscal 2022, sin embargo durante el proceso de recopilación de información se pudo identificar que esta ordenanza no se cumple en su totalidad en el mercado cerrado Latacunga debido a que muchos puestos son reducidos en espacio y por ende se reduce su valor de arriendo mensual sin embargo esta practico no es óptima para la actividad de los comerciantes debido a que si se les reduce el espacio es mucho más difícil que dispongan de variedad de productos para comercializar además que limita el desempeño de los mismo, otro de los hallazgos importante por los que consideramos obsoleta esta ordenanza es que entre sus disposiciones finales se establece que esta ordenanza deberá ser derogada una vez cumplida su temporalidad sin embargo en la actualidad esta ordenanza sigue utilizándose para establecer el pago de arriendos.

Entre los puntos que se considera importantes tomar en cuenta para una posible reforma es:

- Los espacios arrendados deben ser los óptimos para que los comerciantes se desenvuelvan y generen una competencia justa entre ellos
- Los cobros de tarifas adicionales como luz y agua deberían ser incluidos dentro de los pagos de arriendo mensual ya establecidos para generar mayores beneficios a los comerciantes.
- Identificar y tomar en cuenta las necesidades y exigencias de los comerciantes.
- De aprobarse una reforma o la creación de una nueva ordenanza se deberá tener completo control y seguimiento de su cumplimiento.

Duración: Se iniciará la evaluación el uno de junio y durará un mes para presentar el proyecto de reforma al GAD, con sus respectivas justificaciones.

Esta actividad está dentro de las atribuciones del personal administrativo del mercado y de la dirección de servicios públicos por lo que no representara un costo

Tabla 5- 44 Plan de acción estrategia 4

Estrategia	Actividades	Responsable	Alcance	Duración	Costo
<p><i>Evaluar la pertinencia de la actualización de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la utilidad de la ordenanza de reducción de cánones de arriendo • Considerar los aspectos, necesidades y exigencias de los comerciantes • Identificar los puntos claves que necesitan ser reformados. • Desarrollar la propuesta junto a las respectivas motivaciones y presentarla al GAD para su aprobación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga • Administrador general del mercado cerrado Latacunga 	<p>Analizar aspectos tales como la situación actual del mercado, las necesidades y desafíos de los comerciantes y la utilidad de las políticas municipales vigentes</p>	<p>Del 1 de junio al 28 de junio.</p>	<p>\$0</p>

Realizado por: (Catota G., 2023.)

5.1.1.5 *Proponer un sistema de control de calidad para los productos comercializados en el mercado*

Objetivo: Controlar la calidad de los productos comercializados en el mercado cerrado de Latacunga, mediante un sistema de control con el propósito de garantizar la satisfacción del cliente.

Durante el proceso de encuestas a consumidores se pudo identificar que muchos basan su decisión de compra por dos factores importantes, el precio y la calidad del producto, se identificó que la idea de los consumidores es que dentro del mercado cerrado se comercializan productos de mala calidad debido a que no son frescos, el precio es mucho más caro y en relación a los alimentos preparados que se comercializan en la última planta la comida muchas veces se sirve fría, o los alimentos no tienen un buen sabor además muchos consideran que no mantienen un buen sistema de higiene porque no existe un control de calidad adecuado.

Por ello es necesario que las autoridades del mercado establezcan una serie de controles que aseguren la calidad de productos y alimentos que se venden en el mercado.

Periodo: 1 de mayo al 1 de julio.

Para el cumplimiento de esta estrategia se deberán realizar las siguientes actividades:

Recursos:

- Expertos en calidad
- Muebles
- Computadoras

Primera fase: Establecer estándares y normas de calidad

Establecer normativas y estándares de calidad específicos para cada tipo de producto que se comercializa en el mercado, es decir para frutas, verduras, carnes, embutidos, lácteos y alimentos preparados, estos deben incluir aspecto como frescura, sabor, textura, aspecto visual, higiene y seguridad alimentaria.

Implementar y cumplir con las normativas de higiene alimentaria establecidas por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) del Ecuador.

Implementación obligatoria de prácticas de manipulación segura de alimentos, tales como el adecuado lavado de manos, el uso de utensilios limpios y el control riguroso de la temperatura de almacenamiento.

Segunda Fase: Establecer un departamento de seguimiento del control de calidad

Para el cumplimiento de esta actividad es necesario un mínimo de dos empleados se deberá identificar habilidades y competencias necesarias para el personal del departamento de control de calidad.

Reclutamiento y selección de candidatos con experiencia y formación en control de calidad y gestión de calidad, este departamento será encargado de realizar el control del cumplimiento de las normas y estándares que se establecerán en la primera fase.

Tercera fase: Proceso de inspección constante junto a entidades de control de calidad

Tras establecer el equipo encargado de controlar y cumplir las normas de calidad, se asigna la responsabilidad de inspecciones semanales en los establecimientos comerciales del mercado cerrado de Latacunga, verificará el cumplimiento de las normativas establecidas en la fase inicial del proceso. Además, asumirá la tarea de establecer un contacto directo con los consumidores, con el propósito de evaluar su nivel de satisfacción mediante encuestas breves y preguntas clave, esto permitirá fortalecer la calidad del servicio ofrecido, asegurando así una experiencia óptima para los clientes y promoviendo la excelencia en el mercado.



Modelo de encuesta aplicable para medir el nivel de satisfacción de los consumidores

Objetivo: Medir el nivel de satisfacción de los consumidores en cuanto a precio y calidad del producto para verificar el cumplimiento de la estrategia de estándares de calidad.

En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la frescura y calidad de los productos que ha adquirido en el mercado de Latacunga?

- a) 1: Excelente
- b) 2: Aceptable
- c) 3: Malo

¿Ha experimentado usted algún problema de calidad con los productos que ha comprado en el mercado de Latacunga en el último mes? (Por ejemplo, productos en mal estado, falta de frescura, comida con un mal sabor y temperatura)

- a) Sí
- b) No

¿Cómo calificaría la presentación y limpieza de los puestos de venta y áreas de exhibición en el mercado?

- a) Excelente
- b) Aceptable
- c) Malo

¿Se encuentra satisfecho con la calidad de productos y alimentos vendidos en el mercado?

- a) Si
- b) No

NOTA: Las encuestas se realizarán de manera mensual a un mínimo de 100 consumidores para obtener un promedio de los consumidores satisfechos he insatisfechos.

Tabla 5- 45 Presupuesto estrategia 5

Presupuesto		
Recursos	Costo	Costo total
Supervisor de calidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Empleado 1	\$ 469,87	\$ 5.638,44
Computadoras	\$ 775,00	\$ 1.550,00
Muebles	\$ 400,00	\$ 400,00
Total		\$ 13.588,44

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Para la ejecución de la quinta estrategia es indispensable la creación de un departamento de control de calidad para la cual se necesitara un supervisor de calidad y un empleado los salarios fueron tomados del sueldo mínimo detallado en el cuadro del ministerio de trabajo y se ha proyectado para un año, en cuanto a las computadoras se tomó el valor referencial de computadoras en ecuador, el costo unitario es de 775,00 dólares y se necesitan dos por lo que el costo total es de 1550,00 dólares y para los muebles se necesitara alrededor de 400 dólares, dando un total de 13.588,44 dólares para la ejecución de esta estrategia, en el caso de las encuestas se pueden realizar utilizando herramientas tecnológicas como el celular por lo que no es necesario gastar en impresiones.

Tabla 5- 46 Plan de acción estrategia 5

Estrategia	Actividades	Responsable	Alcance	Costo
Proponer un sistema de control de calidad para los productos comercializados en el mercado	Establecer estándares y normas de calidad.	Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga	Garantizar la calidad y seguridad de los productos comercializados en el mercado	\$ 13.588,44
	Establecer un departamento de control de sistema de calidad	Administrador del mercado.		
	Proceso de inspección constante y encuestas mensuales a clientes del mercado.	Designados de entidades de control de calidad y sanidad.		

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Nota: El costo estimado de esta estrategia es una valoración realizada desde la perspectiva de la investigación, el costo variara de los insumos, tiempo y manera en la que se decida financiar la implementación de la estrategia

5.1.1.6 *Propuesta de un plan de acción para la regulación, control y sensibilización del uso de espacios públicos.*

Objetivo: Regular y controlar el uso de espacios públicos en las áreas aledañas al mercado cerrado Latacunga mediante campañas de sensibilización y control municipal con el fin de garantizar el ordenamiento adecuado del entorno y promover la seguridad ciudadana

Actualmente no hay control de los comerciantes informales que se ubican en los exteriores del mercado cerrado, la falta de presencia policial, municipal ha desatado mucha delincuencia en el sector, al realizar las encuestas a comerciantes el 90,9 % de encuestados manifestó que el aumento de delincuencia se relaciona con la falta de control del comercio informal.

Existe cierto grado de conciencia ciudadana por ello es importante realizar campañas de sensibilización y concienciación sobre la importancia de la formalización del comercio informal.

Para la implementación de esta estrategia es necesario cumplir con las siguientes actividades:

Ordenamiento del Entorno: La regulación y control del uso de espacios públicos contribuye al ordenamiento adecuado del entorno, esto implica campañas de control policial y de agentes municipales para evitar el caos y la congestión en las zonas cercanas al mercado cerrado de Latacunga.

Campañas de concientización: Estas desempeñaran un papel crucial para educar a la comunidad sobre la importancia del uso adecuado de los espacios públicos además de la importancia de sus decisiones de compra para esta actividad se pueden apoyar del uso de redes sociales como una herramienta de difusión entre las conciencias ciudadanas jóvenes y también se deberá realizar una campaña de concientización mediante un video publicitario y entrega de folletos a ciudadanos donde se aclare los beneficios de apoyar al sector formal.

Tabla 5- 47 presupuesto estrategia 6

Presupuesto		
Recursos	Costo	Costo total
Campaña en redes	\$ 100	\$ 100
Total		\$ 100

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Para la ejecución de esta estrategia se necesitará un presupuesto de 100 dólares que es lo que se necesitara para edición de videos, en cuanto al control de espacios públicos esta entre una de las atribuciones de agentes policiales y municipales por lo que no representara un costo extra.

Tabla 5- 48 Plan de acción estrategia 6

Estrategia	Actividades	Responsable	Alcance	Inicio	Frecuencia	Costo
Propuesta de un plan de acción para la regulación, control y sensibilización del uso de espacios públicos.	Ordenamiento del Entorno Campañas de concientización. Difusión de los beneficios de pertenecer al sector formal	Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga. Agentes municipales	Reducir el número de comerciantes informales y alcanzar un mayor grado de conciencia ciudadana	01 de abril del 2024	Los controles de espacio público deberán hacerse diario. Las campañas de concientización se realizarán una vez al mes	\$100

Realizado por: (Catota G., 2023.)

Nota: El costo estimado de esta estrategia es una valoración realizada desde la perspectiva de la investigación, el costo variara de los insumos, tiempo y manera en la que se decida financiar la implementación de la estrategia.

5.1.2 PLAN OPERATIVO DE IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

PERIODO: 2024

Tabla 5- 49 Plan Operativo

Objetivos	Estrategia	Responsables	Periodo de realización	Costo	Medio de verificación
Fortalecer las habilidades, conocimientos y competencias necesarias del personal administrativo del mercado cerrado de Latacunga mediante un plan integral de capacitaciones para mejorar la eficiencia operativa y la gestión administrativa del	Elaborar un plan de capacitaciones para el personal Administrativo del mercado cerrado Latacunga	Director de servicios públicos del GAD cantonal de Latacunga	Del 1 al 12 de abril.	\$ 1.335,00	<p>Porcentaje de Cumplimiento del Plan de Capacitaciones para el Personal Administrativo</p> <p>Indicador:</p> $\frac{\text{Número de capacitaciones realizadas}}{\text{Número de capacitaciones planificadas}} * 100$

mercado cerrado Latacunga.					
Mejorar los conocimientos de los comerciantes formales sobre trámites necesarios, ordenanzas, derechos y obligaciones, así como la atención al cliente, para fomentar la formalización, el cumplimiento de regulaciones y la mejora en la calidad del servicio ofrecido.	Implementar un programa de charlas educativas para los comerciantes del mercado cerrado Latacunga.	Personal Administrativo del mercado	15 de abril al 28 de mayo	\$1.780,00	Porcentaje de Cumplimiento del Plan de Capacitaciones para comerciantes Indicador: $\frac{\text{Número de capacitaciones realizadas}}{\text{Número de capacitaciones planificadas}} * 100$
Fomentar un entorno cómodo y atractivo tanto para clientes y comerciante mediante un plan de mejoras de	Evaluar el estado del mercado para realizar mejoras en la infraestructura.	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal 	1 de mayo del 2024	\$ 17.394,48	Índice de Mejora de Infraestructura del Mercado Cerrado Latacunga Indicador: $\frac{\text{Mejoras realizadas}}{\text{Mejoras planificadas}} * 100$

<p>infraestructura para crear un entorno más seguro, competitivo y mejorar la experiencia general de compra.</p>		<p>del Cantón Latacunga</p> <p>Administrador general del mercado cerrado Latacunga</p>		
<p>Mejorar la satisfacción de los comerciantes formales del mercado cerrado Latacunga mediante la evaluación de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo en el mercado cerrado de Latacunga para garantizar una política de arrendamiento justa y equitativa.</p>	<p>Evaluar la pertinencia de la actualización de la Ordenanza de reducción de Cánones de arriendo.</p>	<p>Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga</p>	<p>1 de junio del 2024</p>	<p>\$0</p> <p>Preguntas a comerciantes</p> <p>Indicador:</p> $\frac{\text{Número de comerciantes que estan de acuerdo}}{\text{Total de comerciantes}} * 100$

<p>Controlar la calidad de los productos comercializados en el mercado cerrado de Latacunga, mediante un sistema de control con el propósito de garantizar la satisfacción del cliente.</p>	<p>Proponer un sistema de control de calidad para los productos comercializados en el mercado</p>	<p>Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga Administrador del mercado. Designados de entidades de control de calidad y sanidad.</p>	<p>1 de mayo al 1 de julio.</p>	<p>\$ 13.588,44</p>	<p>Encuesta a consumidores Indicador: $\frac{\text{Consumidores satisfechos}}{\text{Total de consumidores encuestados}} * 100$</p>
---	---	---	---------------------------------	---------------------	---

<p>Regular y controlar el uso de espacios públicos en las áreas aledañas al mercado cerrado Latacunga mediante campañas de sensibilización y control municipal con el fin de garantizar el ordenamiento adecuado del entorno y promover la seguridad ciudadana</p>	<p>Propuesta de un plan de acción para la regulación, control y concientización del uso de espacios públicos.</p>	<p>Dirección de Servicios Públicos del GAD municipal del Cantón Latacunga. Agentes municipales</p>	<p>01 de abril del 2024</p>	<p>\$ 100</p>	<p>Índice de Cumplimiento del Plan de Acción para la Regulación, Control y Concientización del Uso de Espacios Públicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • $\frac{\text{Número de controles realizadas}}{\text{Número de controles planificadas}} * 100$ • $\frac{\text{Número de campañas realizadas}}{\text{Número de campañas planificadas}} * 100$
<p>Presupuesto total \$ 34.197,92</p>					

Realizado por: (Catota G., 2023.)

El costo total para la ejecución de las estrategias planteadas es de 34.197,92 dólares, esta estimación está planteada de acuerdo con los hallazgos en la investigación sin embargo es un valor variable.

CONCLUSIONES

- Se determinó que la presencia de comercio informal en los exteriores del mercado cerrado de Latacunga reduce los ingresos de los comerciantes formales del mercado debido a la competencia desleal que se desencadena en el sector.
- En los exteriores del mercado existe una gran afluencia de comerciantes informales, se identificó 93 comerciantes informales, los productos mayormente asociados al comercio informal en los exteriores del mercado cerrado Latacunga, son las frutas y verduras, también existe comerciantes de abarrotes, productos lácteos, alimentos preparados y carnes y embutidos.
- Se evidenció claramente cómo el comercio informal impacta negativamente en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de Latacunga, genera una competencia desleal que afecta directamente al cumplimiento de obligaciones y satisfacción de necesidades de los formales, además genera pérdidas para el GAD y aumenta el índice de delincuencia en el sector haciendo que el atractivo del mercado disminuya debido a la inseguridad.
- Se diseño estrategias, como capacitación del personal administrativo y los comerciantes, la mejora de la infraestructura del mercado, la evaluación de la política de reducción de cánones de arriendo, el establecimiento de estándares mínimos de calidad para los productos, y la implementación de un plan de regulación y control de espacios públicos, están direccionadas a corregir de manera frontal los desafíos del comercio informal y promover un ambiente equitativo y competitivo además de mejorar la difusión del mercado.

RECOMENDACIONES

- Reducir las brechas entre las autoridades y los comerciantes informales, buscando no solo implementar un control más efectivo, sino también promover una integración completa que garantice que ningún grupo sea excluido de la oportunidad de ejercer su derecho al trabajo.
- Fortalecer las capacidades del personal administrativo para prepararlo adecuadamente para resolver problemas y cumplir óptimo sus actividades, permitiendo contribuir al buen funcionamiento del mercado y promover un ambiente más eficiente y productivo para los actores involucrados.
- Implementar un control total tanto en el espacio interior como en los exteriores del mercado, con el objetivo de salvaguardar la integridad tanto de los comerciantes como de los ciudadanos, esto debido a la ola de inseguridad que se ha tornado en el sector, lo que ha dado como resultado una disminución en el número de consumidores, al garantizar un entorno seguro, se promoverá la confianza del público en general, lo que contribuirá a aumentar la visibilidad y la difusión positiva del mercado.
- Tomar en cuenta la presente investigación como una herramienta para que las autoridades obtengan una comprensión completa de los desafíos que plantea el comercio informal y puedan desarrollar soluciones efectivas para abordar esta problemática.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, J. (2023). *slide player*. <https://slideplayer.es/slide/18192709/>
- Azkue, I. (19 de julio de 2023). <https://humanidades.com/mercado/>
- Brown, J., Ferrians, Jr. O. J., Heginbottom, J. A., & Melnikov, E. S. (2015). Definición de Estrategia. *Icassp*, 21(3).
- Carretero Ares, J. L., Cueva Oliver, B., Vidal Martínez, A., Rigo Martínez, M. V., & Lobato Chunchu, M. (2018). LA INFORMALIDAD Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL COMERCIO FORMAL EN EL MERCADO LA MARISCAL DE LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA. En M. Chunchu.
- Cimec. (24 de Enero de 2023). *Cimec*. <https://www.cimec.es/plan-operativo-para-empresa/>
- Contrera, G. (24 de Agosto de 2022). *Blog QHSE*. Blog QHSE: <https://www.blog-qhse.com/es/plan-de-accion-como-ser-mas-eficiente-en-su-gestion>.
- Departamento de Estadística de la OIT. (s.f.). *ILOSTAT*. ILOSTAT: <https://ilostat.ilo.org/es/topics/informality/>.
- Díaz, G., Quintana, M., y Fierro, D. (2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *Revista de la Universidad Internacional del Ecuador*, 147.
- Espinola, J. P. (12 de mayo de 2023). *Enciclopedia humanidades*. <https://humanidades.com/metodo-deductivo/>.
- Espinoza, E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. parte I. *Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos* (2018), 14(65), 39-49.
- Estigarribia, M., Ibarra, G., y Valenzuela, R. (2020). Aplicabilidad del Diseño Exploratorio Secuencial para la medición de habilidades cognitivas. *Revista Científica Internacional*, 66.
- Eugenia. (9 de marzo de 2023). *¿Qué es y cómo se hace la justificación teórica?* <https://tesisymasters.mx/justificacion-teorica/>.
- Fabian. (27 de Noviembre de 2022). *Eladminis*. <https://eladminis.com/que-es-un-modelo-econometrico/>.
- García, R., Sabando, B., y Cevallos, M. (12 de Junio de 2019). *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561531001/html/>.
- Giannina, C. (26 de Mayo de 2021). *Lexy Consultores Legales*. <https://lexy.pe/ventajas-de-un-negocio-formal-y-los-riesgos-de-tener-un-negocio-informal/>.
- Granizo, J. D. (2022). *EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DEL MERCADO BOLÍVAR CHIRIBOGA*

- “*TERMINAL ORIENTAL*”, *ESTABLECER ESTRATEGIAS PARA UN MEJOR CONTROL*. Riobamba .
- Griselda. (26 de Mayo de 2021). *Escuela de Ciencias Jurídicas*.
<https://escuelacienciasjuridicas.com/competencia-desleal/>.
- Hidalgo, G. J. (2022). *EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DEL MERCADO BOLÍVAR CHIRIBOGA “TERMINAL ORIENTAL”, ESTABLECER ESTRATEGIAS PARA UN MEJOR CONTROL*. Riobamba.
- INEC. (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU*.
- Keever, M., y Novales, M. (2019). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. *Revista Alergia México*, 63(3).
- Loja, D. (2018). *COMERCIO INFORMAL, FACTORES Y POLÍTICAS PARA SU SOSTENIBILIDAD CASO DE ESTUDIO, ROPA MERCADO FERIA LIBRE CIUDAD DE CUENCA*. Cuenca.
- Medeiros, V., Gonçalves, L., y Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL N° 129*, 8.
- Medina, M., Rómulo, R., Bustamante, W., y Loaiza, R. M. (2023). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Inudi Perú S.A.C.
- Melara, M. (7 de Febrero de 2023). *SoyAdministrador.net*. SoyAdministrador.net:
<https://soyadministrador.net/que-es-el-plan-operativo/>.
- Montenegro, A., Molina, O., y Sotalfín, E. (2023). *El comercio informal y la dinámica económica del sector comercial textil de la ciudad de Latacunga*.
- Moreno-Galindo, E. (2021). Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis: Justificación Metodológica. In *Viernes, 23 De Agosto De 2013* (p. 1). <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2021/01/justificacion-metodologica.html>.
- Ovando, W., Rivera, C., y Salgado, M. (2021). Características del empleo informal en México, 2005 y 2020. *Scielo*, 27, 147-184. <https://doi.org/10.22185/24487147.2021.108.15>.
- Pérez, J. (24 de Agosto de 2021). <https://definicion.de/comercio/>.
- Pérez, J., y Merino, M. (20 de Septiembre de 2023). <https://definicion.de/mercado/>.
- Quispe Fernandez, G. M., Villa Villa, M. V., & Velarde, R. (2019). Aplicación del modelo factorial para identificar las causas y efectos del comercio informal. *Cumbres*, 5(2).
<https://doi.org/10.48190/cumbres.v5n2a1>.

- Ramirez, F. (2015). *Manual de investigador* . manual de investigador : <https://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/05/una-introduccion-al-analisis-en-la.html>.
- Risco, A. (2021). *Justificación de la Investigación*. Lima: Universidad de Lima.
- Roldan, P. (1 de Junio de 2022). <https://economipedia.com/definiciones/comerciante.html>.
- Rossis, D. (1 de Noviembre de 2022). <https://fc-abogados.com/es/comerciante/>.
- Sánchez Hernández, V. H. (2014). Diseño de estudios transversales. In *Metodología de la investigación, bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud*.
- Saavedra, J. (3 de Mayo de 2023). Ebac: <https://ebac.mx/blog/regreson-lineal>.
- Sarmiento, D. E. (2018). COMERCIO INFORMAL, FACTORES Y POLÍTICAS PARA SU SOSTENIBILIDAD CASO DE ESTUDIO, ROPA MERCADO FERIA LIBRE CIUDAD DE CUENCA. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 23. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20015/1/UPS-CT009004.pdf>.
- Solorio, E. (2016). La Productividad de la Población Económicamente Activa (PEA) en México: Historia, Panorama Actual y Perspectiva. 4(10), 165-186.
- Tomas, I. (7 de Diciembre de 2022). *Tesis y Másters Argentina*. <https://tesisymasters.com.ar/que-es-un-analisis/>.
- Vásconez, L. (28 de Abril de 2023). 50% de los trabajadores en Ecuador está en el sector informal. *El comercio* .

TOTAL 42 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES FORMALES.

Objetivo: Conocer sobre las necesidades y aspectos generales de los comerciantes formales para entender su comportamiento mediante preguntas que nos acerquen a su realidad.

Nivel de instrucción	Genero:	Edad:
Primaria ()	Femenino ()	Menos de 20 ()
Secundaria ()	Masculino ()	20-30 ()
Superior ()		31-40 ()
Ninguno ()		Más de 40 ()

- 1. ¿Qué tiempo lleva comercializando en el mercado cerrado de Latacunga?**
 - a. Menos de un año
 - b. De 1 a 5 años
 - c. De 6 a 10 años
 - d. Más de 10 años

- 2. ¿Qué requisitos legales tuvo que cumplir para comercializar de manera formal en el mercado cerrado de Latacunga?**
 - a. Apertura del RUC
 - b. Permiso municipal
 - c. Certificado de salud
 - d. Otros (especifique)

- 3. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece en su puesto de venta?**
 - a. Frutas y Verduras
 - b. Alimentos
 - c. Abarrotes
 - d. Carnes y embutidos
 - e. Flores
 - f. Otros (especifique)

- 4. ¿Considera que en el último año los comerciantes informales han aumentado?**

- a. Si
 - b. No
- 5. ¿Cuál es el promedio de ingresos mensuales que percibe por su actividad?**
- a. De \$0 UDS A \$500 USD
 - b. De \$501 USD A \$1000 USD
 - c. De \$1001 USD \$ 5000 USD
 - d. Mas de \$500 USD
- 6. ¿Cuánto paga de arriendo por su puesto en el mercado?**
- a. 10 USD A 20 USD
 - b. 21 USD A 30 USD
 - c. 31 USD A 40 USD
 - d. Mas de 40 USD.
- 7. ¿Qué beneficios sociales recibe por ser comerciante formal en el mercado cerrado de Latacunga?**
- a. Seguro social
 - b. Capacitaciones
 - c. Asociación o gremio
 - d. Ninguno
 - e. Otros (especifique)
- 8. ¿La presencia de comerciantes informales impacta en sus ingresos económicos?**
- a. Si
 - b. No
- 9. ¿En qué porcentaje considera que afecta a sus ingresos la presencia de comerciantes informales en los exteriores del mercado?**
- a. 10%
 - b. 20%
 - c. 30%
 - d. 40%
- 10. ¿Se ha realizado acciones para regular el comercio informal?**

- a. Si
- b. No

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES INFORMALES

Objetivo: Identificar el comportamiento del sector informal para entender su perspectiva y necesidades mediante preguntas que nos permitan acercarnos a su realidad.

Nivel de instrucción	Genero:	Edad:
Primaria ()	Femenino ()	menos de 20 ()
Secundaria ()	Masculino ()	20-30 ()
Superior ()		31-40 ()
Ninguno ()		más de 40 ()

- 1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando como comerciante informal en las calles aledañas al mercado cerrado de Latacunga?**
 - a. Menos de un año
 - b. Entre uno y cinco años
 - c. Entre seis y diez años
 - d. Más de diez años

- 2. ¿Qué factor o situación fue el que más influyó en su decisión de iniciar o continuar su actividad comercial en el sector informal?**
 - a. Falta de información para acceder al sector formal
 - b. Bajos ingresos o pobreza
 - c. Elevados costos de arriendo en los locales del mercado
 - d. Preferencia personal
 - e. Otros (especifique)

- 3. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece en su puesto de venta?**
 - a. Frutas y Verduras
 - b. Alimentos
 - c. Abarrotes

- d. Carnes y embutidos
 - e. Otros (especifique)
4. **¿Considera que sus ingresos han incrementado en el último año?**
- a. Si
 - b. No
5. **¿Cuánto considera que obtienen de ingresos mensuales por su actividad?**
- a. De \$0 UDS A \$300 USD
 - b. De \$301 USD A \$600 USD
 - c. De \$601 USD \$ 900 USD
 - d. Mas de \$900 USD.
6. **¿Qué problemas ha enfrentado por ser comerciante informal en los alrededores del mercado cerrado de Latacunga?**
- a. Violencia en los operativos municipales
 - b. Sanciones.
 - c. Discriminación
 - d. Vulneración del derecho al trabajo
 - e. No tengo problemas
7. **¿Considera que estar en el sector formal genera algún tipo de beneficio??**
- a. Si
 - b. No
8. **¿Conoce sobre la normativa que regula a los comerciantes formales?**
- a. Si
 - b. No
9. **¿Estaría dispuesto a ser comerciante formal, dentro del Mercado Cerrado de Latacunga?**
- a. Si
 - b. No

ANEXO C: ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

Objetivo: Conocer el punto de vista de los consumidores mediante preguntas que permitan entender sus decisiones para identificar el grado de conciencia social que existe sobre la problemática del comercio informal.

- 1. ¿Con qué frecuencia acude al Mercado?**
 - a. Nunca
 - b. Raramente
 - c. A veces
 - d. Siempre

- 2. ¿Cuánto dinero destina para las compras semanales?**
 - a. Entre 1 USD y 10 USD
 - b. 11 USD y 20 USD
 - c. 21 USD y 30 USD
 - d. 31 USD y 40 USD
 - e. Mas de 41 USD

- 3. ¿Prefieres comprar productos a los comerciantes del mercado o a los informales?**
 - a. Comerciantes formales del mercado
 - b. Comerciantes informales
 - c. No tengo preferencia

- 4. ¿En base a que tomas tu decisión para comprar?**
 - a. Mejor calidad de los productos
 - b. Precios más bajos
 - c. Mayor variedad de productos
 - d. Comodidad (ubicación, horario, etc.)

- 5. ¿Desde su punto vista como cree que ha sido el comportamiento del comercio informal en los exteriores del mercado durante el último año?**
 - a. Aumentó
 - b. Disminuyó
 - c. No existe ningún cambio comparado a años anteriores.

- 6. ¿Cree que el comercio informal afecta negativamente a los ingresos de los comerciantes formales?**
 - a. Si
 - b. No

7. **¿Cree que el comercio informal es una fuente importante de empleo en la ciudad?**
 - a. Si
 - b. No
8. **¿Cree usted que el comercio informal aumenta el índice de delincuencia en los exteriores del mercado?**
 - a. Si
 - b. No
9. **¿Cree que el comercio informal debería ser regulado?**
 - a. Sí
 - b. No
 - c. Tal vez

ANEXO D: Entrevista dirigida al administrador del mercado

Objetivo: Conocer las opiniones, experiencias y expectativas de las autoridades del mercado cerrado de Latacunga mediante preguntas que nos permitan entender la situación actual del comercio informal y formal.

1. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el mercado?
2. ¿Cuántos puestos dispone el mercado cerrado y cuantos comerciantes conforman el mismo?
3. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta el mercado cerrado de Latacunga?
4. ¿Qué requisitos se debe cumplir para comercializar de manera formal en el mercado cerrado de Latacunga?
5. ¿Cuáles son las obligaciones de los comerciantes formales del mercado?
6. ¿Qué beneficios y servicios ofrece el mercado cerrado de Latacunga a los comerciantes formales que alquilan un puesto?
7. ¿Qué estrategias se emplean para impulsar el aumento de las ventas de los comerciantes formales?
8. ¿Qué opinión tiene sobre el comercio informal en el mercado cerrado de Latacunga? ¿Lo considera una amenaza, una oportunidad o una realidad inevitable?
9. ¿Qué impacto tiene el comercio informal en los ingresos de los comerciantes formales del mercado cerrado de Latacunga?
10. ¿Cuál es la situación actual de los comerciantes formales frente a la cantidad de comerciantes informales?

11. ¿Qué medidas o acciones se ha tomado o se planea tomar para regular o controlar el comercio informal en el mercado cerrado de Latacunga?
12. ¿Qué incentivos o facilidades se ofrecen a los comerciantes informales para que se formalicen y se integren al mercado cerrado de Latacunga?
13. ¿Existen ordenanzas municipales sobre el comercio informal, cuáles son?



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA
NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO

Fecha de entrega: 18/ 06 / 2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR

Nombres – Apellidos: GLADYS ALEXANDRA CATOTA SANGO

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Carrera: FINANZAS

Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS

ECON. ADRIANA MARGARITA MORALES NORIEGA

Directora del Trabajo de Titulación

DR. RODNEY EDUARDO MEJÍA GARCÉS

Asesor del Trabajo de Titulación