



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TITULO**

**“EL SECTOR COMERCIAL DEL BARRIO SAN ALFONSO Y SU  
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL PERIODO JUNIO-  
DICIEMBRE 2014, ENERO-JUNIO 2015”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
COMERCIAL MENCIÓN: GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA  
EMPRESA**

**AUTOR**

**PAULINA RAQUEL PINGOS ONCE**

**TUTOR**

**MS. OMAR NEGRETE**

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**AÑO-2016**

### CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO



Yo, Ms. Omar Negrete, miembro del Tribunal de Investigación: EL TÍTULO DE GRADO EN INGENIERÍA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN ALFONSO Y SU INCIDENCIA EN DESARROLLO LOCAL PERÍODO JUNIO - DICIEMBRE 2014, ENERO - JUNIO 2015, presentado por la señorita Paulina Raquel Pingos Once, dirigida por el ingeniero Omar Negrete Costales. Una vez revisado el proyecto de investigación escrito con fines de graduación, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, se procede a la calificación del informe del proyecto de investigación.

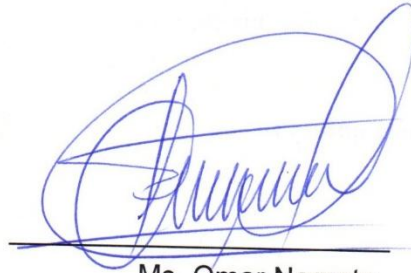
Para constancia de lo expuesto firman:

	NOTA	FIRMA
<b>Miembro del Tribunal</b> Ing. Com. Martha Romero	<u>Diez 10</u>	<u>[Firma]</u>
<b>Miembro del Tribunal</b> Eco. Ximena Tapia	<u>(Diez) 10</u>	<u>[Firma]</u>
<b>Miembro del Tribunal</b> Ing. Omar Negrete	<u>(DIEZ) 10</u>	<u>[Firma]</u>
<b>Promedio</b>	<u>DIEZ (10)</u>	

## INFORME DEL TUTOR

Yo, Ms. Omar Negrete, en mi calidad de tutor y una vez revisado el proyecto de investigación: **EL SECTOR COMERCIAL DEL BARRIO DE SAN ALFONSO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL PERIODO JUNIO- DICIEMBRE 2014, ENERO- JUNIO 2015**, de la estudiante Paulina Raquel Pingos Once, previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL me permito indicar que se encuentra realizado correctamente y listo para ser presentado.

Atentamente,



Ms. Omar Negrete

**TUTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Paulina Raquel Pingos Once, con C.I 060403793-7 soy responsable de las ideas, pensamientos, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación.

**Paulina Raquel Pingos Once**



**C.I 060403793-7**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, que con su fortaleza me supo guiarme por un buen camino hacia la sabiduría, a mis padres, hermanos y en general a toda mi familia que de una manera y otra estuvieron presentes durante mi formación apoyándome para que yo cumpliera mi meta, extendiendo un sincero agradecimiento al Ms. Omar Negrete que han sido de mucha ayuda y guía, GRACIAS.

**Paulina Raquel Pingos Once**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a todas las personas que siempre estuvieron a mi lado, siendo un pilar en este proceso de mi vida.

**Paulina Raquel Pingos Once**

## INDICE GENERAL

HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL ...	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INFORME DEL TUTOR.....	ii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
INDICE GENERAL.....	vii
INDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICO .....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. MARCO REFERENCIAL.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS .....	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivo Especifico.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA .....	4
CAPÍTULO II .....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
UNIDAD I.....	8
2.1.1. BARRIO DE SAN ALFONSO.....	8
2.1.1.1. Reseña Histórica del Sector Comercial del Barrio de San Alfonso.....	8
2.1.1.2. Límites del Sector Comercial del Barrio de San Alfonso.....	9
2.1.1.3. Actividades económicas que se realizan en los locales comerciales del barrio de San Alfonso.....	9

UNIDAD II .....	10
2.1.2. LA COMERCIALIZACIÓN .....	10
2.1.2.1. Concepto .....	10
2.1.2.2. Clasificación de comercialización .....	10
2.1.2.3. Comercialización en las empresas .....	11
2.1.2.4. Comercialización en los locales comerciales.....	12
2.1.2.5. Factores que intervienen en la comercialización .....	13
2.1.2.6. Sector comercial. Concepto .....	14
2.1.2.7. Clasificación del sector comercial .....	15
2.1.2.8. Compras y ventas .....	15
2.1.2.9. Obligaciones Comerciales .....	16
2.1.2.9. Obligaciones Tributarias .....	16
2.1.2.9.2.Obligaciones Laborales .....	18
2.1.2.9.3.Obligaciones Municipales .....	19
UNIDAD III .....	20
2.1.3. EL DESARROLLO .....	20
2.1.3.1. Concepto .....	20
2.1.3.2. Tipos de desarrollo.....	21
2.1.3.3. Desarrollo Social.....	22
2.1.3.3.1.Educación .....	22
2.1.3.3.2.Salud.....	23
2.1.3.3.3.Vivienda .....	23
2.2.3.4. Desarrollo económico .....	23
2.1.3.4.1.Población Económicamente Activa (PEA) .....	24
2.1.3.4.2.Rentabilidad .....	24
2.1.3.4.3.Crecimiento de la actividad económica .....	24
2.1.3.5. Desarrollo ambiental .....	24
2.1.3.5.1.Basura.....	25
2.1.3.5.2.Reciclaje .....	25
2.1.3.5.3.Políticas ambientales .....	25
2.1.3.5.4.Políticas de salubridad.....	26



UNIDAD V .....	27
2.1.4. UNIDAD HIPOTÉTICA .....	27
2.1.4.1. Hipótesis .....	27
2.1.4.2. Variables .....	27
2.1.4.2.1. Variables independientes. ....	27
2.1.4.2.2. Variables dependientes.....	27
2.1.4.3. Operacionalización de las variables.....	28
3. MARCO METODOLÓGICO.....	30
3.1. MÉTODO CIENTÍFICO .....	30
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	30
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	31
3.4.1. POBLACIÓN.....	31
3.4.2. MUESTRA .....	32
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS..	32
3.5.1. TÉCNICAS .....	32
3.5.2. INSTRUMENTOS.....	33
3.5.3. TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS .....	33
3.6. PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	33
3.7. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	45
3.7.1. ANÁLISIS DE LA COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	46
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	47
4.1. CONCLUSIONES .....	47
4.2. RECOMENDACIONES.....	47
BIBLIOGRAFÍA .....	49
ANEXOS .....	51

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Variable Independiente.....	28
Tabla N° 2	Variable Dependiente .....	29
Tabla N° 3	Número de Locales comerciales del barrio de San Alfonso.....	32
Tabla N° 4	Actividad Económica .....	34
Tabla N° 5	Obligaciones Comerciales .....	35
Tabla N° 6	Nivel de Educación.....	36
Tabla N° 7	Nivel en Salud .....	37
Tabla N° 8	Nivel de Confort .....	38
Tabla N° 9	Nivel de Ingresos .....	39
Tabla N° 10	Emplea Personal .....	40
Tabla N° 11	Promedio de Sueldos .....	41
Tabla N° 12	Trabajadores Informales .....	42
Tabla N° 13	Reciclaje .....	43
Tabla N° 14	Políticas Ambientales .....	44
Tabla N° 15	Combinación de las variables .....	45

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico N° 1 Clasificación del sector comercial.....	15
Gráfico N° 2 Actividad Económica .....	34
Gráfico N° 3 Obligaciones Comerciales .....	35
Gráfico N° 4 Nivel de Educación .....	36
Gráfico N° 5 Nivel en Salud .....	37
Gráfico N° 6 Nivel de Confort .....	38
Gráfico N° 7 Nivel de Ingresos .....	39
Gráfico N° 8 Emplea Personal .....	40
Gráfico N° 10 Trabajadores Informales .....	42
Gráfico N° 11 Reciclaje .....	43
Gráfico N° 12 Políticas Ambientales .....	44

## RESUMEN

La presente investigación busca determinar de qué manera el sector comercial del barrio de San Alfonso incide en el desarrollo local a fin de alcanzar un desarrollo sostenible y sustentable en la sociedad, para ello se inicia con la revisión de antecedentes económicos tales como el comercio existente principalmente dentro del mercado y de la oportunidad de trabajo que la sociedad percibió. Por otro lado, la investigación se sustenta en teorías administrativas implementadas en el manejo de los locales comerciales. En consecuencia, el sector comercial del barrio de San Alfonso se ha constituido en uno de los principales sectores en los que se desarrollan actividades económicas de la ciudad, establecidos en su gran mayoría por pequeños comercios quienes se encaminan en la búsqueda de mejorar sus condiciones de vida.

Por tal motivo, determinar la importancia del sector comercial en el desarrollo local es el principal objetivo de esta investigación, teniendo en cuenta que el desarrollo debe ser sostenible y sustentable para la sociedad.

Mediante el marco referencial se da a conocer en el primer capítulo; el problema, objetivos, justificación e importancia que se va a estudiar en la presente investigación.

El segundo capítulo, consta del marco teórico y conceptual que permitió ampliar los conocimientos sobre el problema objeto de estudio y la influencia de cada una de las variables. En el tercer capítulo; se estableció el marco metodológico, tipo de investigación, diseño de investigación, técnicas e instrumentos de investigación, población y procesamiento de datos.

Las conclusiones y recomendaciones halladas en la investigación se desarrollan en el cuarto capítulo. Finalmente, se da a conocer la bibliografía que se utilizó para sustentar el presente trabajo de investigación.

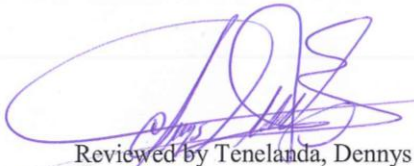
**ABSTRACT**

This research aims to determine how the commercial sector of San Alfonso neighborhood impacts on local development in order to achieve a sustainable development in society. Review of economic history was the starting point such as the existing trade mainly within the market and the job opportunity that society perceived. On the other hand, research is based on management theories implemented in managing shop stores. Consequently, the commercial sector of San Alfonso neighborhood has become one of the main places in which economic activities are developed in the city, established mostly by small businesses that are moving in seeking to improve their life conditions.

Therefore, the main objective of this research is to determine the importance of the commercial sector in local development, considering that development must be sustainable for society.

The first chapter consists of the problem, objectives, justification and importance to be studied in this research.

The second chapter includes theoretical and conceptual framework that enabled expands knowledge about the problem under study and influence of each of the variables. In the third chapter; the methodological framework, type of research, research design, techniques and research tools, population and data processing were established. Conclusions and recommendations found in research were carried out in the fourth chapter, and finally the bibliography.



Reviewed by Tenelanda, Dennys

LANGUAGE CENTER TEACHER



## INTRODUCCIÓN

Los mercados de la ciudad de Riobamba han impulsado la creación de locales comerciales, puesto que, en el entorno de estos, se han desarrollado diferentes actividades económicas como complemento o mejoramiento de los productos y servicios que se prestan en los mercados, motivados por el movimiento demográfico que experimenta la ciudad para mejorar su nivel y calidad de vida.

Los locales comerciales del barrio de San Alfonso, en su mayoría son locales que satisfacen necesidades básicas y sus principales consumidores son personas que vienen de las parroquias aledañas a la ciudad.

Con esta investigación se pretende demostrar la incidencia del sector comercial en el desarrollo local, su nivel de empleo, su nivel de cumplimiento de obligaciones comerciales, a fin de señalar un desarrollo sostenible y sustentable en beneficio de la sociedad.

El impacto económico presente en el sector comercial del barrio de San Alfonso es alto ya que se han ido generado nuevos locales que impulsan el comercio, generadores de empleo tanto formal como informal, contribuyendo de esta manera al mejoramiento del nivel y calidad de vida tanto de los propietarios de los trabajadores.

## **CAPÍTULO I**

### **1. MARCO REFERENCIAL**

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Durante la historia, el desarrollo del comercio en el Ecuador se ha visto limitado, sin embargo, la ciudadanía necesitaba de productos para su subsistencia; es por eso que se crean los mercados a los cuales acudían comerciantes de todo el país con diversidad de productos para su venta.

Con el avance y desarrollo, la sociedad experimento varios cambios sociales, económicos, políticos culturales. Estos cambios han alcanzado mejores niveles de vida, teniendo en cuenta la existencia de desigualdades económicas, sociales, etc. Se han creado organismos que controlan y regulan las diferentes problemáticas del país.

En este caso, el barrio de San Alfonso de la ciudad de Riobamba, fue uno de los más importantes a nivel comercial, como parte de su creación surgió el mercado, precursor de los comercios que en la actualidad existen en el barrio.

En principio el sector comercial del barrio de San Alfonso difiere de la actualidad puesto que, este sector empezó siendo punto de acopio de productos de primera necesidad que se concentraba principalmente en el mercado. Estos locales eran utilizados como bodegas para el almacenamiento de mercaderías que venían de provincias de todo el país en gran cantidad.

En el Ecuador, se propuso conseguir un desarrollo sostenible y sustentable para la sociedad. Así lo plasmo en el Plan Nacional del Buen Vivir mediante el cual se establecieron objetivos, metas y políticas que garantizan una mejor calidad de vida de la sociedad; el éxito o fracaso de estos, dependen principalmente de las

personas, es decir, del nivel de colaboración que preste la sociedad a la hora de realizar las actividades.

Algunos de los productos y servicios que brindan estos locales son: ropa, zapatos, bolsos, mochilas, bisutería, productos de línea blanca, muebles de cocina, sala, comedor, dormitorio; tiendas de abasto de bienes de primera necesidad, peluquerías, cabinas, entre otros.

Con esta investigación se busca identificar si el sector comercial del barrio San Alfonso incide en el desarrollo de la sociedad, es decir, si los locales comerciales están cumpliendo con las obligaciones comerciales establecidas como el pago de impuestos, la obtención de permisos municipales, cumplimiento de obligaciones con los empleados, medio ambiente y la sociedad en general. Hasta el momento siguen existiendo locales que no cumplen con los requerimientos de las autoridades, ocasionando malestar dentro del sector comercial.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera el sector comercial del barrio San Alfonso incide en el desarrollo local periodo junio- diciembre 2014, enero-junio 2015?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar de qué manera el sector comercial del barrio San Alfonso, incide en el desarrollo local periodo junio- diciembre 2014, enero-junio 2015, a fin de señalar un desarrollo sostenible y sustentable en la sociedad.



### **1.3.2. Objetivo Especifico**

1. Determinar a través de la aplicación de instrumentos de investigación el nivel de empleo en el barrio San Alfonso, con el fin de recabar información que ayude a la investigación.
2. Establecer el nivel de cumplimiento de las obligaciones comerciales del barrio San Alfonso, mediante encuestas en los establecimientos, con el fin de recabar información que permita saber cuáles son los locales comerciales que más inciden en el desarrollo del sector.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

El Estado Ecuatoriano a través de sus políticas económicas y sociales implementadas, ha dispuesto el control de los locales comerciales como medidas para alcanzar el bienestar de toda la ciudadanía. Para llegar a ser un país con igualdad de derechos y obligaciones, es decir, una sociedad equitativa, generando desarrollo personal, local y nacional.

En la actualidad, sin embargo, existen locales comerciales que no cumplen con las normas legales, ocasionando malestar entre los comerciantes. Estas realidades son situaciones que han servido para estructurar un problema de investigación que tiene como finalidad realizar un estudio del sector comercial del barrio de San Alfonso del cantón Riobamba para poder llegar a determinar si estos locales comerciales inciden o no favorablemente en el desarrollo local.

Los locales comerciales y su aporte al desarrollo local es el tema que se va a investigar; de allí, gracias a la colaboración de residentes del barrio, se ha podido conocer que el barrio de San Alfonso obtenía su sustento económico exclusivamente del comercio que se generaba al interior del mercado.

Con los resultados de la investigación se podrá conocer o tener una idea más clara del desarrollo que se ha generado en el barrio de San Alfonso durante el periodo junio-diciembre 2014 y enero-junio 2015, información que se constituye una herramienta de soporte para la toma acertada toma de decisiones por parte de las autoridades municipales, inversionistas, nuevos comerciantes y ya establecidos.

Desde el punto de vista social, la investigación es de gran interés e importancia para funcionarios, empleados, trabajadores que laboran en los locales comerciales así como para diferentes Instituciones de Control del Sector Público, para la sociedad, y estudiantes de diferentes carreras tales como: Contabilidad y Auditoría, Economía, Administración, Ingeniería Comercial, Marketing y Publicidad, etc. puesto que, los resultados obtenidos proporcionarán información relevante para la realización de proyectos y así obtener mejoras en el sector comercial del barrio de San Alfonso.

Para la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) especialmente para la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas la investigación servirá, como un medio de consulta para estudiantes e interesados en conocer la realidad del sector comercial del barrio de San Alfonso y su incidencia en el desarrollo local.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Desde el punto de vista epistemológico filosófico, la investigación se fundamentará en una de las teorías del conocimiento, siendo ésta el racionalismo; teoría que permite a través del pensamiento y la razón, reflexionar para llegar a un nuevo conocimiento del problema a investigarse, sin que importe su comprobación y/o aplicación científica de los conocimientos adquiridos.

La necesidad de las personas de bienes y servicios, exige que realicen intercambios, esto lleva a que se generen nuevos mecanismos en el desarrollo del comercio, con lo que aparecen algunas teorías económicas. “Es el interés propio el que dirige todos los aspectos del comportamiento y la actividad humana” (Smith, 1877).

El entendimiento de la comercialización es sin duda un campo abierto lleno de incertidumbres y acciones por realizar, para esto, su estudio deberá ampliarse lo necesario para comprenderlo y aplicarlo de manera correcta, lo que dará como resultado clientes satisfechos y trabajadores con mejores beneficios.

“La comercialización es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta, como también es el conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes o servicios desde el productor hasta el consumidor”. (Kotler & Armstrong, 2008)

Esta investigación está basada en el marketing bajo la definición de Philip Kotler, quien dice que “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el

cual grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.” (Kotler & Armstrong, 2008)

“El marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.” (Kotler & Armstrong, 2008)

Con estos conceptos se puede decir que el marketing son las distintas actividades administrativas que realizan las empresas para alcanzar sus objetivos satisfaciendo las necesidades de los individuos o consumidores.

## UNIDAD I

### 2.1.1. BARRIO DE SAN ALFONSO

#### 2.1.1.1. Reseña Histórica del Sector Comercial del Barrio de San Alfonso

El sector comercial del barrio de San Alfonso tiene sus orígenes en la que fue, la plaza central del barrio, a la cual decenas de campesinos agricultores y artesanos llegaban a comercializar productos en mayor cantidad y con mayor frecuencia de la provincia y zona Sierra. Con la llegada del ferrocarril se facilitó la comercialización de productos de la Costa.

A partir de los años 70 las autoridades municipales empezaron a tomar medidas a favor de la adecuación de la infraestructura de la plaza “Simón Bolívar” actualmente conocido como mercado de “San Alfonso” con el fin de mejorar las condiciones de los comerciantes que llegaban a la plaza. Para ese entonces el mercado de San Alfonso ya era uno de los más conocidos y frecuentados en la ciudad de Riobamba.

El desarrollo económico que se alcanzó, exigió que los comerciantes buscaran seguridad al momento de ofrecer sus productos, es por eso que las casas alrededor del mercado, fueron utilizadas como bodegas donde comerciantes minoristas, mayoristas y de otras regiones del país almacenaban sus productos con la seguridad de abastecimiento.

Poco a poco el crecimiento de la ciudad hizo que la población fuera adquiriendo nuevas necesidades, así como también el deseo de crecimiento personal de los habitantes. Es por eso que los dueños de las viviendas aledañas al mercado fueron creando sus propios negocios o a su vez alquilaban sus viviendas para el impulso de las actividades comerciales proporcionando productos que el mercado no ofrecía. Algunos ejemplos son: las peluquerías, plásticos, mueblerías, almacenes de ropa, almacenes de zapatos, productos de higiene, etc.

Con el paso del tiempo más emprendedores iniciarían sus actividades comerciales en el barrio de San Alfonso, de esta forma se obtuvo un sector comercial estable y conocido de la ciudad de Riobamba. Los comerciantes del mercado, señalan que el sábado, día de feria, es cuando más productores asisten al sector.

#### **2.1.1.2. Límites del Sector Comercial del Barrio de San Alfonso**

Actualmente el barrio de San Alfonso tiene una extensión entre las calles Luz Elisa Borja hasta la calle Primera Constituyente y a nivel transversal entre las calles Cristóbal Colón y la calle Diego de Almagro. No se puede delimitar el sector comercial en sí, ya que en todo el barrio están establecidos locales comerciales que desarrollan variedad de actividades económicas.

#### **2.1.1.3. Actividades económicas que se realizan en los locales comerciales del barrio de San Alfonso**

Las actividades económicas que se realizan en el barrio de san Alfonso son: mueblerías, peluquerías, internet y cabinas, restaurantes, locales agrícolas y ganaderos, locales de ropa y zapatos, tiendas de barrio, almacenes de electrodomésticos, locales de diseño gráfico, tiendas de abastos, basares, locales nutricionistas, locales de cerámicas, panaderías, farmacias, plásticos, relojerías, zapateros, costureras, sastres, locales de venta de plantas, locales de venta de harinas, técnicos electrónicos, entre los más importantes.

## **UNIDAD II**

### **2.1.2. LA COMERCIALIZACIÓN**

#### **2.1.2.1. Concepto**

La comercialización son las distintas actividades que realizan las empresas para dar a conocer sus bienes o servicios al consumidor a través de diversos mecanismos de vinculación. Ya sean estos visuales o sensoriales dándoles condiciones o vías de distribución para su venta dentro de un mercado.

“Entendiendo por mercado el conjunto de compradores reales o potenciales de un producto, siendo compradores reales quienes adquieren un determinado producto y potenciales los que podrían llegar a adquirirlos.” (Pérez, Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa, 2003)

Teniendo siempre en cuenta que la comercialización debe ser legal para que exista buena relación entre la competencia las obligaciones legales establecidos, con el fin de que todos contribuyan por igual a la economía del país.

#### **2.1.2.2. Clasificación de comercialización**

La comercialización consiste en buscar la manera de llegar con un producto a los consumidores, se establecen diferentes formas:

La forma tradicional o la más conocida, que es aquella que se encuentra a la vista y alcance del consumidor; es decir, la mercadería está expuesta en tiendas, almacenes, locales o mercados, con sus respectivos precios ya sea en etiquetas o en carteles.

La comercialización a distancia, que es aquella que se realiza a través de internet, teléfono o por catálogo. Este tipo de comercio cada vez está tomando más fuerza

en el mercado ya que el desarrollo de la tecnología ha facilitado la adquisición de productos o servicios a los consumidores. La forma de pago es por medio de tarjetas de crédito, en la actualidad esta forma de pago está teniendo mucha más acogida por la comodidad ya que se utilizan transferencias bancarias y no deben portar efectivo o realizar envíos de dinero.

### **2.1.2.3. Comercialización en las empresas**

“Una empresa es una unidad económica que, a partir de la combinación de diferentes factores de producción, pone a disposición de la sociedad bienes y servicios. En nuestro sistema económico, la mayoría de los bienes y servicios que utilizamos son producidos por las empresas.” (Pérez, Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa, 2003)

Para que exista una comercialización legal la empresa debe realizar sus actividades económicas bajo todas las normas regulatorias establecidas. Además, las empresas antes de establecerse en un lugar, realizan estudios de mercado con el fin de ver si su producto o servicio es acogido o satisface alguna necesidad de los consumidores, determinando la demanda y oferta del producto o servicio, así como los medios de distribución. Es decir, la comercialización está ligada directamente con el Marketing.

Al hablar de marketing, se dice que “es una disciplina administrativa que combina una serie de conocimientos multidisciplinarios que le permiten implementarse con efectividad en el mundo empresarial. En la actualidad el mercadeo reviste de suma importancia para las empresas o instituciones sean con fines de lucro o no.” (Kotler & Armstrong, 2008)

Al tratar sobre la comercialización en las empresas, se habla de la forma en que se venden y compran bienes y servicios, algunas empresas cuentan también con almacenes que venden su marca, los cuales ya están posicionados en el mercado.



“En un estudio de mercado y comercialización intervienen distintos agentes económicos: productores, intermediarios, consumidores.” (Grajales, 1970)

- **Productores:** en economía los productores son aquellas personas o empresas públicas o privadas que transforman los recursos en bienes generalmente utilizados como materia prima.
- **Intermediarios:** son quienes distribuyen el producto como materia prima para su industrialización o directamente a los consumidores finales.
- **Consumidores:** son personas o empresas quienes adquieren bienes o servicios a cambio de dinero.

#### **2.1.2.4. Comercialización en los locales comerciales**

Los locales comerciales son pequeños negocios establecidos con las mismas normas reguladoras que las empresas grandes, con la diferencia que estos locales no cuentan con más de 25 trabajadores, en la mayoría de estos establecimientos, los propietarios son quienes administran y trabajan en su negocio. Estos locales normalmente están formados alrededor de los centros históricos, monumentos, plazas o mercados, lugares con afluencia de personas quienes buscan satisfacer alguna necesidad.

Toda empresa o negocio necesita actividades de marketing que les sirvan para la comercialización de sus productos. La mayoría son locales, establecidos hace años atrás y sus propietarios son adultos mayores que conservan sus negocios como fuente de ingresos, estos negocios se llevaron de manera empírica, sin planificación, sin organización, sin conocimientos técnicos, sin embargo, han contribuido o no al desarrollo del barrio.

Los locales comerciales del barrio de San Alfonso se han ido creando alrededor del mercado que está dentro del barrio ya que no lograba satisfacer algunas de las

necesidades de los consumidores, también por la gran afluencia de comerciantes y compradores que venían de las parroquias aledañas a la ciudad.

En la actualidad, existe un cambio de cómo debería ser manejada la comercialización de estos locales. Los propietarios se están encaminando hacia nuevos objetivos que les permita mantener en el mercado su producto; teniendo en cuenta la normativa legal e impuestos que deben cumplir.

#### **2.1.2.5. Factores que intervienen en la comercialización**

Las empresas deben realizar estudios de mercado que sirven, para conocer de qué manera las empresas o negocios pueden llegar a los consumidores haciendo que sus productos sean deseados y accesibles.

El estudio de mercado permite que las empresas determinen algunos factores importantes a la hora de ofertar sus productos, como: el precio, la plaza, el producto, la promoción, dentro de los cuales se identifica también el comportamiento del consumidor.

En el comportamiento del consumidor, se manifiestan los gustos, poder adquisitivo, nivel de necesidad del producto, preferencias, costumbres de los individuos. Mientras las empresas realizan el estudio del mercado, se va analizando las tendencias de las personas hacia los tipos de bienes y servicios que están dispuestos a adquirir.

“El marketing mix es un concepto de marketing que recoge todas las herramientas a disposición de los mercadólogos para desarrollar acciones eficientes y alcanzar sus objetivos de penetración y de venta en el mercado objetivo.” (Pérez, El Marketing Mix, 2016)

“Dentro de una empresa ya sea grande o pequeña siempre se van a encontrar con factores internos y externos los cuales van a afectar de manera positiva o negativa

al desarrollo de la actividad económica.” (Pérez, Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa, 2003)

Factores internos: lo importante es la empresa y sus sistemas y procesos de trabajo, sus normas y los productos que puede ofrecer, el cliente debe adaptarse ellos; aquí es donde se aplica el marketing y sus herramientas.

Factores externos: se orienta el consumidor o cliente ya que se lo considera como lo ms importante, por lo tanto, las empresas deben adaptarse las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.

Al conocer que la mayoría de los locales comerciales del barrio de San Alfonso son establecidos por iniciativas, gustos, recomendaciones y no porque efectivamente eran necesarios, es decir, en forma empírica, consideras que la mayoría de negocios del barrio no cuentan con este marketing mix.

Sin embargos algunos de estos propietarios y han recibido formación técnica o han adquirido experiencia trabajando para otros, lo que les sirve para manejar los aspectos administrativos y operativos de sus negocios.

#### **2.1.2.6. Sector comercial. Concepto**

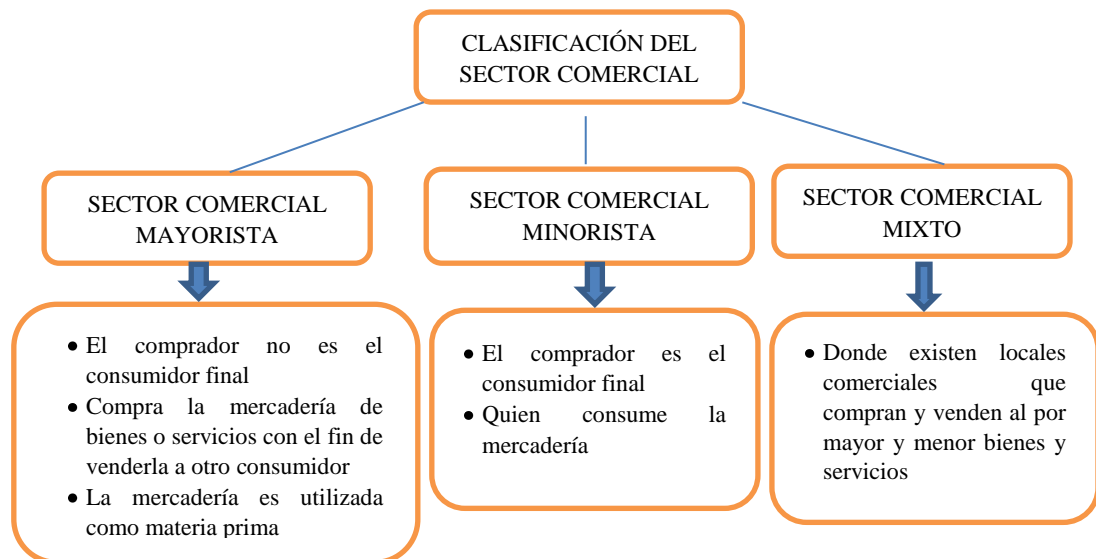
“Es uno de los sectores terciarios de la economía nacional que engloba las actividades de compra y ven de bienes y servicios, utilizando diferentes canales desde el productor hasta el consumidor final, cliente o usuario.” (Latorre & Ramírez, 2009)

Área normalmente ocupada por pequeñas, medianas y grandes empresas que realizan actividades de compra venta y distribución de bienes y servicios legalmente establecidos, satisfaciendo las necesidades de los clientes, consumidores o usuarios.

### 2.1.2.7. Clasificación del sector comercial

El sector comercial es donde se moviliza la economía de las ciudades y en consecuencia, la economía nacional. Se clasifica el sector comercial dependiendo de la cantidad de bienes y servicios que vendan los locales del sector en el que se encuentran.

**Grafico N° 1 Clasificación del sector comercial**



Fuente: banrepcultural.org

Elaborado por: Paulina Raquel Pingos Once

El sector comercial del barrio de San Alfonso se lo coloca dentro del sector comercial mixto, ya que la comercialización de bienes y servicios se realiza tanto al por mayor, como al por menor.

### 2.1.2.8. Compras y ventas

Las **compras** se refieren a la adquisición de bienes y/o servicios que están en venta por parte de los consumidores o usuarios, cambio de un precio señalado por el vendedor.

Las **ventas** por lo contrario es la acción de ofrecer bienes o servicios a los consumidores o usuarios a cambio de un precio establecido, dependiendo de lo bien o mal, las empresas o negocios realicen esta actividad generan ingresos y ganancias para su negocio.

### **2.1.2.9. Obligaciones Comerciales**

#### **2.1.2.9.1. Obligaciones Tributarias**

Se necesitan de los siguientes documentos para la constitución y funcionamiento de un negocio basándose en el ART. 96 del Código Tributario.

**“Obtener el Registro Único de Contribuyentes**, conocido por sus siglas como RUC, corresponde a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica lícita, por lo tanto, todas las sociedades, nacionales o extranjeras, que inicien una actividad económica o dispongan de bienes o derechos por los que tengan que tributar.” (Código Tributario, 2016)

### **Solicitar los permisos previos que fueren del caso**

#### Comprobantes de Venta

- Facturas
- Notas de venta - RISE
- Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios
- Tiquetes emitidos por máquinas registradoras y boletos o entradas a espectáculos públicos
- Otros documentos autorizados

Comprobantes de Retención: Comprobantes que acreditan la retención del impuesto, lo efectúan las personas o empresas que actúan como agentes de retención.

Documentos Complementarios: Son documentos complementarios a los comprobantes de venta cuya finalidad es la siguiente:

- Notas de crédito: se emiten para anular operaciones, aceptar devoluciones y conceder descuentos o bonificaciones.
- Notas de débito: se emiten para cobrar intereses de mora y para recuperar costos y gastos, incurridos por el vendedor con posterioridad a la emisión del comprobante.
- Guías de remisión: sustenta el traslado de mercaderías dentro del territorio nacional.

**“Llevar los libros y registros contables:** relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita.” (Código Tributario, 2016)

**Presentar Declaraciones:** Los contribuyentes deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del internet por medio del sistema de declaraciones DIMM y realizar los pagos mediante, débito bancario o en ventanillas del Sistema Financiero. Estas deberán efectuarse en forma consolidada independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea:

- Declaración de Impuesto al Valor Agregado (IVA) y Retenciones:
- Declaración del Impuesto a la Renta:
- Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta:
- Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta

- Declaración del Impuesto a los Consumos Especiales, entre otras
- Presentar Anexos. Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante Internet en el Sistema de Declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

**Proporcionar la información:** que sea requerida por la Administración Tributaria. (Reglamento del Régimen Tributario, 2016)

#### **2.1.2.9.2. Obligaciones Laborales**

Se necesitan de los siguientes documentos para la constitución y funcionamiento de un negocio:

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Trabajo.
- Afiliar a su trabajador a la seguridad social IESS, a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 358.64 dólares.
- Asumir el porcentaje (11.15 %) que corresponde al empleador por la seguridad social.
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercer y cuarto.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- A pagar una compensación por el salario digno
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios. (Servicio de Rentas Internas, 2016)

### **2.1.2.9.3. Obligaciones Municipales**

Se necesitan de los siguientes documentos para la constitución y funcionamiento de un negocio:

- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI
- Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)
- Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario). (Servicio de Rentas Internas, 2016)



## UNIDAD III

### 2.1.3. EL DESARROLLO

#### 2.1.3.1. Concepto

El desarrollo es un conjunto de metas y objetivos a los que una sociedad desea llegar consiguiendo mejorar su calidad de vida, utilizando de manera adecuada la economía, tecnología, recursos naturales, recursos humanos que están a su disposición, teniendo en cuenta que las mejoras sean sostenibles y sustentables.

“La calidad es el grado de bondad de las cosas en general. La calidad de vida designa las condiciones en que vive una persona que hacen que su existencia sea placentera y digna de ser vivida, o la llenen de aflicción.” (Blanco, 2007)

En el Ecuador, el Art. 275 de la Constitución del 2008 dice: el régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

“El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.” (Constitución del Ecuador, 2008)

Los propietarios de los locales comerciales del barrio de San Alfonso, han ido creando normas internas que contribuyan con las responsabilidades establecidas ya que están conscientes de que para que exista un desarrollo sostenible debe haber predisposición por parte de todos los que integran este gremio de comerciantes. Si bien es cierto no todos cumplen con lo propuesto, es por ello que hay intervenciones por parte de las autoridades que controlan que se cumplan con estas disposiciones.

### 2.1.3.2. Tipos de desarrollo

Para que se dé un desarrollo debe haber la intervención adecuada del Estado, de la sociedad y del medio ambiente creando un buen vivir que contribuya a mejorar la calidad de vida de toda la sociedad, en este caso el desarrollo del Ecuador y todos sus habitantes.

Para ello se puede considerar estos tipos de desarrollo:

- a) Desarrollo sostenible: ayuda a mejorar las condiciones de vida de la población y que a la vez toma en cuenta el cuidado del medio ambiente.

“Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.” (Constitución del Ecuador, 2008)

- b) Desarrollo sustentable: se encarga de buscar el bienestar de los habitantes, pero sin tomar importancia por el cuidado del medio ambiente.

“Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.” (Constitución del Ecuador, 2008)

- c) Desarrollo económico: se considera a la capacidad que tienen las naciones para crear riqueza con la finalidad de promover o mantener el bienestar económico de los habitantes.

“El sistema económico es social y solidario, propone una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado en armonía con la naturaleza, para

impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales. Propiciando el intercambio justo de bienes y servicios en mercados transparentes y eficiente.” (Constitución del Ecuador, 2008)

- d) Desarrollo humano: las capacitaciones que se realizan para que las personas mejoren su bienestar, por ejemplo, reducir el analfabetismo.

“La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado, el aprendizaje se realizará de forma escolarizada y no escolarizada. Será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.” (Constitución del Ecuador, 2008)

### **2.1.3.3. Desarrollo Social**

“El Estado ecuatoriano estableció un sistema de inclusión y equidad social que se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, habitad y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transparente. Además, el Estado generara condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución.” (Constitución del Ecuador, 2008)

#### **2.1.3.3.1. Educación**

Hasta antes de que empiece el mandato del Presidente Eco. Rafael Correa, la educación en el Ecuador no era un tema prioritario por parte del gobierno. Es en este periodo presidencial cuando se pone en marcha programas educativos que mejoren las capacidades de las personas sin importar edad, condición física o mental, estatus social, etnia, religión por ejemplo la reducción del alfabetismo, alumnos de bachillerato debían capacitar en lugres y personas que no tenían

medios suficientes para educarse por cuenta propia. De esta manera se puede ayudar con el cambio de la matriz productiva que es uno de los proyectos que el gobierno impulsó para mejorar la economía del país.

#### **2.1.3.3.2. Salud**

El tema salud en el país es otro de los problemas a los que tenía que enfrentarse la sociedad, de la misma manera que con la educación se han realizado normativas y proyectos los cuales han ayudado a mejorar la calidad de vida de la población en general. Aquí entra la cuestión de la seguridad social, en la actualidad toda empresa tiene que cubrir con el pago del seguro de sus empleados, ya sea pequeña, mediana o empresa grande.

#### **2.1.3.3.3. Vivienda**

“El gobierno garantiza mejorar la vivienda precaria, dotará de albergues, espacios públicos y áreas verdes y promoverá el alquiler en régimen especial. Desarrollando planes y programas de financiamiento para vivienda de interés social, a través de la banca pública y de instituciones de finanzas populares, con énfasis para las personas de escasos recursos económicos y las mujeres jefas de hogar.” (Constitución del Ecuador, 2008)

#### **2.2.3.4. Desarrollo económico**

Para dinamizar el desarrollo económico en el Ecuador, el gobierno implementó el proyecto del cambio de la matriz productiva la cual apunta hacia el buen vivir de la población. Con esto busca que el país se convierta en generador de bienes y servicios no solo para consumo nacional sino también productos para exportación.

“Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos particularmente de la economía popular y solidaria, o que incluyan mayor

valor agregado alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.” (SENPLADES, 2012)

#### **2.1.3.4.1. Población Económicamente Activa (PEA)**

“Se conoce con el nombre de población económicamente activa al conjunto de la población que a partir y hasta la edad que cada estado fija como límite mínimo para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra efectivamente trabajando o está buscando activamente un puesto de trabajo. Es decir, está integrada por quienes están trabajando y por los desempleados.” (Blank & Tarquin, 2011)

#### **2.1.3.4.2. Rentabilidad**

Se refiere a los beneficios que genera un negocio o empresa después de recuperar lo invertido, dependiendo del tipo de actividad económica y tamaño de la empresa, las utilidades generadas irán impulsando el desarrollo del negocio.

#### **2.1.3.4.3. Crecimiento de la actividad económica**

El crecimiento de la actividad económica depende de la administración que se lleve en el negocio o empresa, factores internos y factores externos que pueden modificarse, los cuales pueden actuar en contra o a favor de la actividad económica.

#### **2.1.3.5. Desarrollo ambiental**

“De acuerdo con las disposiciones escritas en la Constitución, toda persona natural o jurídica que ejerza actividades de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha

causado, y de mantener un sistema de control permanente.” (Constitución del Ecuador, 2008)

#### **2.1.3.5.1. Basura**

En la ciudad de Riobamba y en algunas ciudades del país se han implementado nuevos recolectores de basura los mismos que han generado barrios y ciudadelas más limpias y se ha podido tener una mayor organización por parte de la sociedad.

Los locales del barrio de San Alfonso conocen de las normativas implementadas, es por eso que en la actualidad las calles permanecen limpias de basura o cualquier tipo de residuo.

#### **2.1.3.5.2. Reciclaje**

El reciclaje es uno de los programas que realizan las autoridades barriales y municipales responsables de controlar el impacto ambiental, basándose en normas establecidas. De la misma manera empresas públicas y privadas han realizado campañas en escuelas y colegios sobre lo importante que es reciclar, ya que han considerado que concienciar sobre el reciclaje a los más pequeños es parte de una buena educación.

#### **2.1.3.5.3. Políticas ambientales**

La política ambiental, de acuerdo a su definición, debe mostrar el nivel de compromiso de la dirección con el mejoramiento continuo, constituyéndose en la base sobre la cual se determinarán las metas y objetivos ambientales de la empresa.

“El alcance de la aplicación de la política ambiental deberá ser claramente identificable y deberá reflejar todos los posibles parámetros involucrados.” (Bermúdez, 2006)

#### **2.1.3.5.4. Políticas de salubridad**

Las disposiciones serán aplicadas de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados, con o sin fines de lucro, que realicen actividades de producción, almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación, exportación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de atención al público, empresas privadas de salud y medicina pre pagada y otros establecimientos de atención al público sujetos a vigilancia y control sanitario.

“El Certificado de Permiso de Funcionamiento otorgado a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria y por las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, tendrá vigencia de un año calendario, contado a partir de su fecha de emisión.” (Sanitaria, 2013)

## **UNIDAD V**

### **2.1.4. UNIDAD HIPOTÉTICA**

#### **2.1.4.1. Hipótesis**

El sector comercial del barrio San Alfonso incide en el desarrollo local periodo junio- diciembre 2014, enero-junio 2015.

#### **2.1.4.2. Variables**

##### **2.1.4.2.1. Variables independientes.**

El sector comercial del barrio San Alfonso

##### **2.1.4.2.2. Variables dependientes.**

Desarrollo local.



### 2.1.4.3. Operacionalización de las variables

**Tabla N° 1 Variable Independiente**

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
El sector comercial del barrio San Alfonso.	Es donde comerciantes realizan actividades económicas de compra y venta de bienes y servicios, cumpliendo con sus obligaciones comerciales.	Actividades económicas  Obligaciones comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas de bienes</li> <li>• Venta de servicios</li> <li>• Compras bienes</li> <li>• Compras servicios</li>   <li>• Declaraciones de impuestos</li> <li>• Patente</li> <li>• Permisos</li> <li>• Servicios básicos</li> </ul>	Encuesta  Observación

FUENTE: Operacionalización de la Variable Independiente

ELABORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

Tabla N° 2 Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
Desarrollo Local	Son cambios que se dan en las comunidades, a través del desarrollo social, económico, ambiental buscando mantener un desarrollo sostenible y sustentable para la sociedad	Desarrollo social  Desarrollo Económico  Desarrollo ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación</li> <li>• Salud</li> <li>• Vivienda</li>   <li>• Empleo</li> <li>• Nivel de renta</li>   <li>• Basura y Reciclaje</li> <li>• Políticas ambientales</li> <li>• Políticas de salubridad</li> </ul>	Encuesta  Observación

FUENTE: Operacionalización de la Variable Dependiente  
ELABORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. MÉTODO CIENTÍFICO

Los métodos de investigación que se utilizaron en el desarrollo del trabajo fueron empíricos, entre los cuales sobresalen: el inductivo y explicativo.

**Método Inductivo:** A través de este método se estudió el problema de forma particular para llegar a establecer las generalidades del mismo. Se empezó con la observación y registro de los hechos, posteriormente se analizó y clasificó la información obtenida para concluir con la realización de enunciados. Es decir, la investigación se enfocó en realizar un estudio y un análisis de los criterios emitidos por los dueños de los locales comerciales, para llegar a determinar si el sector comercial del barrio San Alfonso incidió en el desarrollo local en el periodo junio- diciembre 2014 enero- junio 2015.

**El método hipotético-deductivo:** El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, la creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias y comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia. De esta manera se juntó la reflexión racional, con la observación de la realidad, así se conoció si el sector comercial del barrio San Alfonso incidió en el desarrollo local en el periodo junio- diciembre 2014 enero- junio 2015.

#### 3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por los objetivos que se pretende alcanzar la presente investigación se caracterizó por ser de campo, descriptiva, exploratoria, explicativa.

**Es de campo:** ya que la investigación se ejecutó en un lugar determinado en este caso en el barrio de San Alfonso de la ciudad de Riobamba. Así se pudo obtener información real sobre el sector comercial de dicho barrio y su incidencia en el desarrollo local.

**Es descriptiva:** Porque una vez analizados y discutidos los resultados se pudo describir los procedimientos del sector comercial del barrio San Alfonso y su incidencia en el desarrollo local durante el periodo junio- diciembre 2014 enero-junio 2015.

**Exploratoria:** ya que se indagó en el sector comercial del barrio de san Alfonso se pudo establecer cuál fue su incidencia en el desarrollo local.

**Explicativa:** porque una vez obtenidos los resultados se conseguir crear conocimientos lógicos que nos ayudan a establecer causas y consecuencias del problema planteado en esta investigación.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Por la naturaleza y complejidad del problema que se investigó, la investigación fue no experimental, ya que en el proceso investigativo no existió una manipulación de las variables, es decir el problema investigado fue estudiado tal como se da en su contexto.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. POBLACIÓN**

La población involucrada en la presente investigación estuvo constituida por los locales comerciales establecidos alrededor del mercado de San Alfonso, entre las calles Eugenio Espejo y Juan de Velasco y entre las calles Ayacucho y José de Orozco. Vale recalcar que no están incluidos los puestos dentro del mercado.

**Tabla N° 3 Número de Locales comerciales del barrio de San Alfonso**

POBLACIÓN	NÚMERO
Locales comerciales del barrio San Alfonso establecidos entre las calles Eugenio Espejo y Juan de Velasco y entre las calles Ayacucho y José de Orozco.	121 locales
TOTAL	121

FUENTE: Locales comerciales del barrio San Alfonso  
 ELABORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

### **3.4.2. MUESTRA**

Ya que el tamaño de la población involucrada en la investigación es de 121 locales comerciales, no se tomó muestra y se trabajó con la totalidad de la población.

### **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para recabar la información concerniente al problema que se investigó se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

#### **3.5.1. TÉCNICAS**

**Observación:** Se puede decir que la observación es el conjunto de acciones, procesos, datos, fenómenos que se observan en el desarrollo del trabajo investigativo, es decir se observó cómo se maneja la comercialización en los locales comerciales establecidos en el barrio de San Alfonso, específicamente en las calles Ayacucho hasta la calle Juan de Velasco, llegando hasta la José de Orozco finalizando en la calle Eugenio Espejo.

**La Encuesta:** Permitió recolectar información mediante la aplicación de este instrumento de manera directa a los dueños de los locales comerciales del barrio de San Alfonso, lo que facilitó obtener información concreta para poder desarrollar la investigación.

### **3.5.2. INSTRUMENTOS**

- Guía de encuesta
- Ficha de Observación

### **3.5.3. TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS**

- Para el procesamiento y análisis de datos se utilizó técnicas estadísticas y lógicas.
- Para el procesamiento de datos se utilizó el programa informático de Microsoft Office Excel, mediante el cual se llegó a establecer cuadros y gráficos estadísticos.
- La interpretación de los datos estadísticos se lo realizó a través de la inducción y el análisis.

### **3.6. PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Una vez que se aplicaron los instrumentos de investigación a los locales comerciales del barrio de San Alfonso, se obtuvo el siguiente resultado:

**Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso de la ciudad de Riobamba.**

**PREGUNTA N°1.- Su actividad económica se sustenta en base a la venta de:**

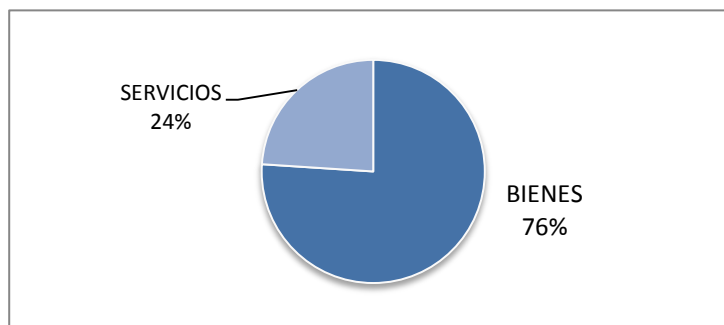
**Tabla N° 4 Actividad Económica**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Bienes	92	76%
Servicios	29	24%
Total	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 2 Actividad Económica**



FUENTE: Tabla N° 4 Actividad Económica

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Mediante el gráfico N° 2 en relación a la actividad económica a la que se dedican los locales comerciales del barrio de San Alfonso podemos notar que el 76% de los encuestados son locales de compra y venta de bienes, el 24% son locales que prestan servicios. Por lo que se puede asumir que en el barrio de San Alfonso si existe una gran afluencia del comercio.

**PREGUNTA N° 2.- Para el funcionamiento de su actividad económica, su negocio cumple con las siguientes obligaciones:**

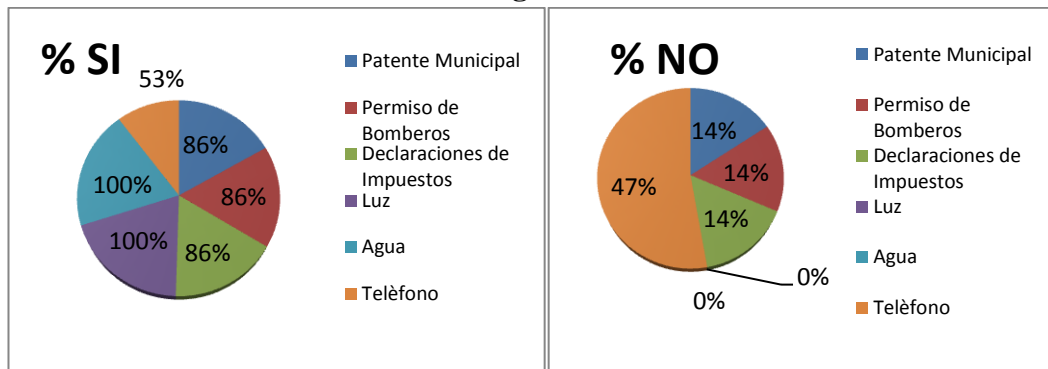
**Tabla N° 5 Obligaciones Comerciales**

CATEGORIA	FRECUENCIA		TOTAL	% SI	% NO	TOTAL
	SI	NO				
Patente Municipal	104	17	121	86%	14%	100%
Permiso de Bomberos	104	17	121	86%	14%	100%
Declaraciones de Impuestos	104	17	121	86%	14%	100%
Luz	121		121	100%	0%	100%
Agua	121		121	100%	0%	100%
Teléfono	64	57	121	53%	47%	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 3 Obligaciones Comerciales**



FUENTE: Tabla N° 5 Obligaciones Comerciales

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Mediante el gráfico N° 3 en relación a las obligaciones que deben cumplir los propietarios de los locales comerciales del barrio de San Alfonso podemos notar que el 86% de los encuestados cumplen con los permisos municipales, el 100% cumplen con el pago de agua y luz, y el 53% paga teléfono, por lo que se puede asumir que la mayoría de locales cumplen con los requisitos legales para la constitución de su negocio.



**Pregunta N° 3.- ¿En base a los ingresos obtenidos en su actividad económica, usted o su familia ha podido mejorar el nivel de educación en el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015?**

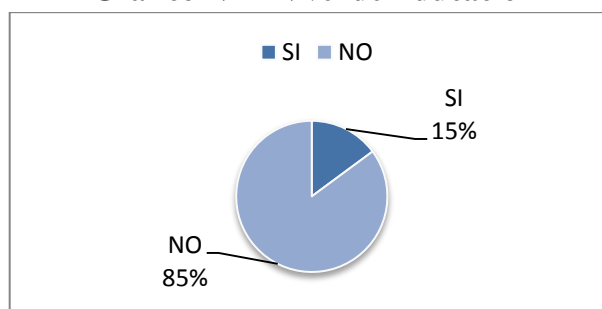
**Tabla N° 6 Nivel de Educación**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	18	15%
No	103	85%
<b>Total</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 4 Nivel de Educación**



FUENTE: Tabla N° 6 Nivel de Educación

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Mediante el gráfico N° 4 en relación a la pregunta En base a los ingresos obtenidos en su actividad económica, usted o su familia ha podido mejorar el nivel de educación en el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015 podemos notar que el 85% de los encuestados dicen que no han mejorado su nivel de educación, ya que se pudo observar que los propietarios son quienes administran sus negocios, quienes se dedican su tiempo completo al trabajo, el 15% si han podido mejorar su nivel de educación y manifiestan que gracias esos ingresos han podido estudiar postgrados, teniendo en cuenta que estas empresas tienen más tiempo en el sector comercial. Por lo que se puede asumir que en los locales del barrio de San Alfonso los propietarios de los locales no utilizan sus ingresos para mejorar su nivel de educación.

**PREGUTNA N°4.- ¿Recibieron usted y su familia una mejor atención médica en base a los ingresos obtenidos en su actividad económica en el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015?**

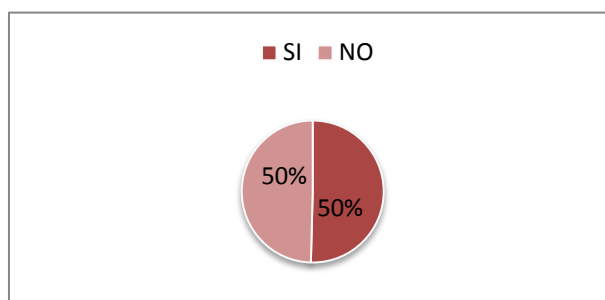
**Tabla N° 7 Nivel en Salud**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	61	50%
No	60	50%
<b>Total</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 5 Nivel en Salud**



FUENTE: Tabla N° 7 Nivel en Salud

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Mediante el gráfico N° 5 en relación a la pregunta de que recibieron usted y su familia una mejor atención médica en base a los ingresos obtenidos en su actividad económica en el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015. El 50% de los encuestados manifestó que si, pueden acudir médicos o clínicas privadas, de la misma manera el otro 50% de los encuestados supo decir que no, siguen asistiendo los sub centros médicos del gobierno, por el motivo de que no son negocios que reciban ingresos suficientes que les permita pagar todos sus gastos.

**PREGUNTA N°5.- ¿En el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015 usted y su familia pudieron mejorar el nivel de confort en su vivienda?**

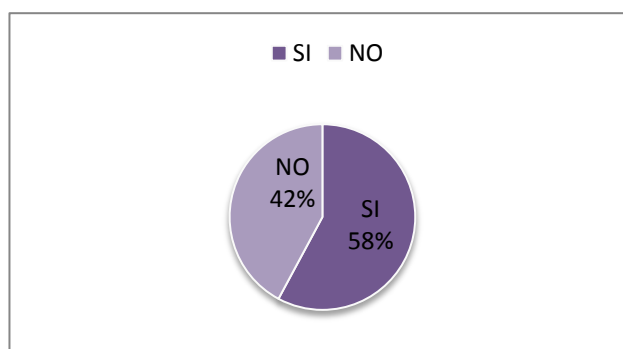
**Tabla N° 8 Nivel de Confort**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	70	58%
No	51	42%
<b>Total</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 6 Nivel de Confort**



FUENTE: Tabla N° 8 Nivel de Confort

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Mediante el gráfico N° 6 en relación a la pregunta en el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015 usted y su familia pudieron mejorar el nivel de confort en su vivienda. El 58% de los encuestados consideraron que sí pudieron mejorar su nivel de confort en su vivienda, el restante 42% de encuestados dijeron que se mantienen en el mismo nivel de confort en relación al periodo del semestre 2014-2015. Por lo que se puede decir que los comerciantes del barrio de San Alfonso si han podido mejorar su nivel de confort con los ingresos obtenidos de sus locales.

**PREGUNTA N°6.- En el periodo Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015 el nivel de sus utilidades asciende a:**

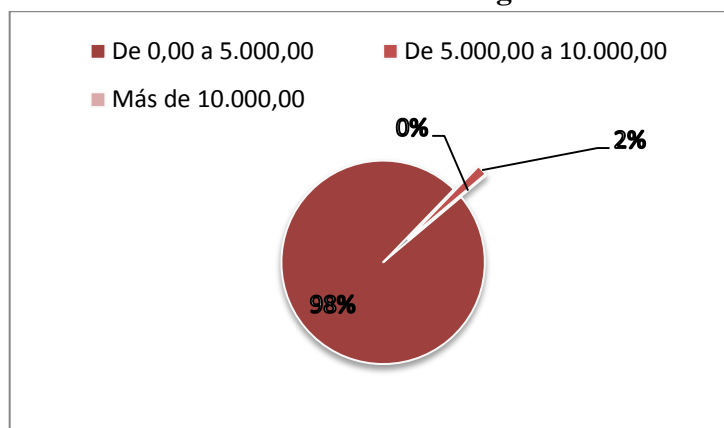
**Tabla N° 9 Nivel de Ingresos**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0,00 a 5.000,00	119	98%
De 5.000,00 a 10.000,00	2	2%
Más de 10.000,00		0%
<b>Total</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 7 Nivel de Ingresos**



FUENTE: Tabla N° 9 Nivel de Ingresos

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Mediante el gráfico N° 7 en relación a la pregunta sobre el nivel de ingresos que adquiere con su actividad económica. El 98% de los encuestados supieron manifestar que están dentro de un límite de 0 a 5.000 dólares, y tan solo el 2% de los encuestados manifestó que sus ingresos están dentro de los 5.000 a 10.000 dólares. Por lo que se puede decir que la mayoría de los locales comerciales del barrio de San Alfonso son empresas pequeñas que están empezando a establecerse en el mercado.

**PREGUNTA N° 7.- ¿Para el desarrollo de su actividad económica cuenta con empleados?**

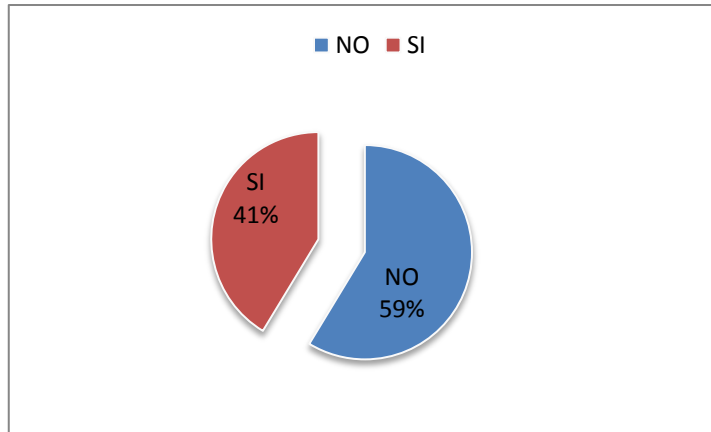
**Tabla N° 10 Emplea Personal**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	71	59%
Si	50	41%
<b>Total</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 8 Emplea Personal**



FUENTE: Tabla N° 10 Emplea Personal

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Mediante el gráfico N° 8 en relación a que si los dueños de los locales comerciales contratan personal que colabore en las labores diarias del negocio, el 59% de encuestados no contrata personal, ya que como son negocios pequeños los propietarios son quienes se encargan de todo el trabajo, sin embargo el 41% de locales si contratan personal ya que se trata de negocios en los que se necesita la colaboración de varias personas quienes cumplen diferentes funciones dentro del local.

**PREGUNTA N° 8.- ¿Cuál es el promedio de sueldo que cancela a sus empleados?**

**Tabla N° 11 Promedio de Sueldos**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 0,00 a 500,00	50	100%
De 500,00 a 1.000,00		0%
Más de 1.000,00		0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Teniendo en cuenta el tabla N°10 de la pregunta N°7, podemos ver que 50 locales comerciales contestan que si contratan personal por lo tanto es la cantidad que se valora para obtener el porcentaje de 100% de encuestados en la pregunta N° 8.- ¿Cuál es el promedio de sueldo que cancela a sus empleados? De tal manera que los encuestados pagan un promedio de 0 a 500 dólares mensuales a sus empleados.

**PREGUNTA N° 9.- Contrata trabajadores informales y que tipo de trabajadores informales:**

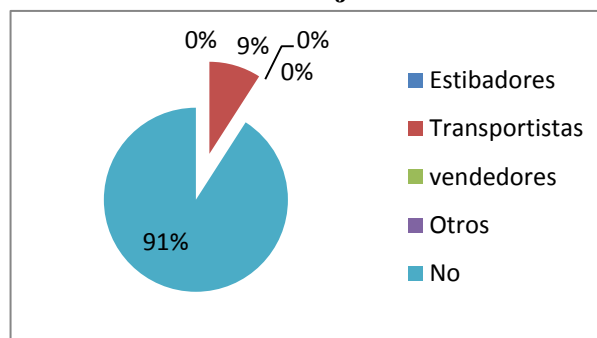
**Tabla N° 12 Trabajadores Informales**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estibadores		0%
Transportistas	11	9%
vendedores		0%
Otros		0%
No	110	91%
<b>TOTAL</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 10 Trabajadores Informales**



FUENTE: Tabla N° 12 Trabajadores Informales

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

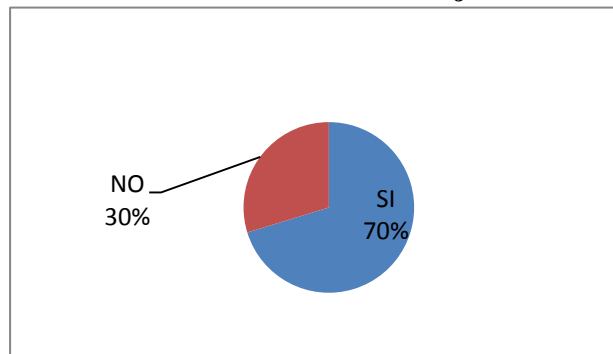
Mediante el gráfico N° 10 en relación al contrato de trabajadores informales en los locales comerciales del barrio de San Alfonso, el 91% de locales manifestó que no contrata trabajadores informales ya que cuenta con personas quien colabora con las labores en el negocio, y el 9% de encuestados dijo que si contrata trabajadores informales teniendo en cuenta que este porcentaje corresponde a la categoría de transportistas, quienes prestan su servicio de forma irregular al negocio.

**PREGUNTA N° 10.- ¿En su actividad económica recicla los desperdicios?****Tabla N° 13 Reciclaje**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	85	70%
No	36	30%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 11 Reciclaje**

FUENTE: Tabla N° 13 Reciclaje

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Mediante el gráfico N° 11 en relación al tema del reciclaje, el 70% de los encuestados si realizan el proceso de reciclaje o por lo menos tienen conocimiento de que es lo que pueden volver a utilizar, sin embargo el 30% de los encuestados supieron manifestar que no conocen sobre el proceso de reciclaje y que los desperdicios los echan al contenedor de basura. Por lo que se puede decir que los locales comerciales del barrio de San Alfonso si reciclan los desperdicios que generan sus negocios.



**PREGUNTA N° 11 ¿Su actividad económica cumple con las Políticas Ambientales municipales establecidas?**

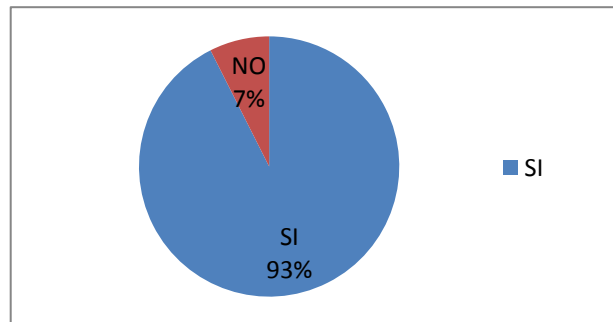
**Tabla N° 14 Políticas Ambientales**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	112	93%
No	9	7%
<b>Total</b>	121	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los locales comerciales del barrio de San Alfonso

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

**Gráfico N° 12 Políticas Ambientales**



FUENTE: Tabla N° 14 Políticas Ambientales

ELBORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Mediante el gráfico N° 12 en relación al cumplimiento de las políticas ambientales por parte de los locales comerciales, el 93% dijo que si cumple con los reglamentos establecidos para la realización de sus actividades, y el 7% de los encuestados dijeron que no, ya que consideraban que su negocio no afecta al medio ambiente. Por lo que se puede decir que los locales comerciales del barrio de San Alfonso si conocen y cumplen con las normas ambientales para la realización de sus actividades.

### 3.7. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla N° 15 Combinación de las variables

SECTOR COMERCIAL										
Actividad económica	1. Su actividad económica se sustenta en base a la venta de: Bienes 76% Servicios 24%	Si El 15%	Si El 50%	Si El 58%	Si El 41%	Si El 9%	98% 0 a 5.000 dólares			
	2. Para el funcionamiento de su actividad económica, su negocio cumple con las siguientes obligaciones:						Si El 41%	Si El 9%		
Obligación Comercial	<b>Obligación Comercial</b>	<b>SI</b>								
	Patente Municipal	86%								
	Permiso de Bomberos	86%								
	Declaraciones de Impuestos	86%								
	Luz	100%								
	Agua	100%								
	11. ¿Su actividad económica cumple con las Políticas ambientales municipales establecidas? Si cumplen 93%						70% reciclan			
		3. ¿Ha podido mejorar el nivel de educación?	4. ¿Ha podido mejorar el nivel en salud?	5. ¿Ha podido mejorar el nivel de vivienda?	6. Los negocios que obtuvieron utilidades son:	7. ¿cuenta con trabajadores o empleados?	9. ¿Contrata trabajadores informales?	10. ¿En su actividad económica recicla los desperdicios?	DESARROLLO LOCAL	
		Desarrollo Social			Desarrollo Económica		D. ambiental			

FUENTE: Encuestas realizadas al sector comercial del barrio de San Alfonso

ELABORADO POR: Paulina Raquel Pingos Once

### 3.7.1. ANÁLISIS DE LA COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Mediante la tabla N° 15 se combina las variables dependiente e independiente, situación que permite demostrar la incidencia del sector comercial del barrio San Alfonso en el desarrollo local, en consecuencia:

La comercialización en los negocios del barrio de San Alfonso incide positivamente en el desarrollo social. Los resultados de las encuestas realizadas, muestran que el 15% mejoró su nivel de educación, el 50% mejoró su nivel en salud y el 58% mejoró el nivel de confort en su vivienda.

El cumplimiento de las obligaciones comerciales incide indirectamente en forma favorable, ya que generan recursos públicos los cuales son reinvertidos en beneficio de la sociedad; inversión en salud, educación, vivienda. Con el pago de tributos de carácter laboral también contribuyen al empleo ya que los locales no tienen problemas con las autoridades pertinentes. Así, como también contribuyen a que se manejen sus utilidades con mayor legalidad frente a las normas establecidas.

La comercialización de bienes y servicios incide positivamente sobre el desarrollo económico porque el 41% de los negocios contratan empleados formales, y un 9% contrata empleados informales, generando empleo. Gran parte de los negocios no contratan empleados ya que son locales pequeños o familiares y sin embargo activan la economía e impulsan el empleo de los propietarios emprendedores.

El 98% de los negocios tienen un ingreso de utilidades de hasta \$ 5.000 anuales, lo cual generan recursos para abastecer sus negocios y familias e impulsar el desarrollo económico. En el sector comercial del barrio de San Alfonso, el 70% de los locales reciclan, por lo que demuestran que cumplen con las políticas ambientales, contribuyendo al desarrollo ambiental.

## **CAPITULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

- Se verifica que el empleo formal es limitado, porque la mayoría son negocios familiares donde laboran todos los integrantes de la familia y porque prefieren contratar empleados informales que no ocasionen el cumplimiento de impuestos, contribuciones y demás a favor de los empleados.
- Se ha constatado que el cumplimiento de las obligaciones de la mayoría de locales comerciales del barrio San Alfonso es limitado y no verídico, cumplen las reglas pero no las respetan, sobre todo por desconocimiento y desinterés.

#### **4.2. RECOMENDACIONES**

- Sugerir al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al gobierno que se formule o modifique normativas que brinden flexibilidad y que se sujeten a la realidad de los mercados nacionales con respecto al cumplimiento de las obligaciones laborales, Podría establecer mecanismos de afiliación por períodos de tiempo menores o temporales para reducir el empleo informal y lograr incrementar el número de empleados con trabajo legalmente remunerados. Pese a que son familiares, tanto los propietarios como las autoridades deben asegurarse que exista una planificación para cubrir riesgos y cumplir normativa.

- Los organismos de control público deben realizar un mejor control del cumplimiento de las obligaciones, efectuando constantes capacitaciones para los moradores del barrio, sobre todo para los propietarios y trabajadores de los locales comerciales establecidos, incentivando el cumplimiento voluntario de todas las obligaciones que se causen por realizar ese tipo de actividades económicas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Bermúdez, J. (2006). Obtenido de <https://www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=políticas+ambientales+de+una+empresa>
- Blanco, A. (2007). *Psicología Social Aplicada*. España: DDB.
- Blank, L., & Tarquin, A. (2011). *Ingeniería Económica* (Sexta Edición ed.).
- Código Tributario. (2016). SRI.
- Constitución del Ecuador. (2008).
- Grajales, G. (1970). *Estudio de mercado y comercialización*. Turrialba- Costa Rica.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de Marketing*. Pearson Education.
- Latorre, L., & Ramírez, E. (2009). *Contabilidad Gerencial. Fundamentos, Principios e Introducción a la Contabilidad*. Colombia: Ismael Granados.
- Pérez, J. (2003). *Administración, Gestión y Comercialización en la Pequeña Empresa*. Madrid: Vision Net.
- Pérez, J. (2016). *El Marketing Mix*.
- Reglamento del Régimen Tributario. (13 de 6 de 2016).
- Sanitaria, A. N. (2013).
- SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito.
- Servicio de Rentas Internas. (2016). SRI. Recuperado el 25 de 7 de 2016, de <http://www.sri.gob.ec>
- Smith, A. (1877). *Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*.

## **WEBGRAFÍA**

<http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/riobamba/>

<http://www.sri.gob.ec/de/136>

<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/comment-page-3/>

<http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>

<http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>



**ANEXOS**  
**ANEXO 1**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

***Encuesta aplicada a los comerciantes del barrio de San Alfonso de la ciudad de Riobamba***

Con el principal objetivo de conocer su realidad sobre algunos aspectos relacionados con el sector comercial y su incidencia en el desarrollo local, agradeceré su colaboración para responder la siguiente encuesta, la cual tomará aproximadamente 10 minutos.

Sus respuestas a los ítems serán confidenciales y es muy importante para el éxito de este estudio que sea usted totalmente sincero al responder este cuestionario.

1- Su actividad económica se sustenta en base a la venta de:

Bienes \_\_\_\_\_ Servicios \_\_\_\_\_

2- Para el funcionamiento de su actividad económica, su negocio cumple con las siguientes obligaciones:

<b>Obligación Comercial</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Patente Municipal		
Permiso de Bomberos		
Declaraciones de Impuestos		



Luz		
Agua		
Teléfono		

- 3- ¿En base a los ingresos obtenidos en su actividad económica, usted o su familia ha podido mejorar el nivel de educación en el período Junio-Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015?
- 4- ¿Recibieron usted y su familia una mejor atención médica en base a los ingresos obtenidos en su actividad económica en el período Junio-Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015?
- 5- ¿En el período Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015 usted y su familia pudieron mejorar el nivel de confort en su vivienda?
- 6- En el periodo Junio- Diciembre 2014 – Enero-Junio 2015 el nivel de sus utilidades asciende a:

<b>Nivel de Utilidad</b>	<b>Marque con X</b>
De 0,00 a 5.000,00	
De 5.000,00 a 10.000,00	
Más de 10.000,00	

- 7- Para el desarrollo de su actividad económica cuenta con empleados.  
NO \_\_\_\_\_ SI, \_\_\_\_\_ Cuántos \_\_\_\_\_
- 8- ¿Cuál es el promedio de sueldo que cancela a sus empleados?

<b>Promedio de sueldos</b>	<b>Marque con X</b>
De 0,00 a 500,00	
De 500,00 a 1.000,00	

Más de 1.000,00	
-----------------	--

9- Contrata trabajadores informales y que tipo de trabajadores informales:

<b>Trabajadores</b>	<b>Marque con X</b>
Estibadores	
Transportistas	
vendedores	
Otros	
No	

10- ¿En su actividad económica recicla los desperdicios?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ POR QUÉ \_\_\_\_\_

11- ¿Su actividad económica cumple con las Políticas Ambientales municipales establecidas?

**FIRMA**