



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

Título

**COMERCIO FORMAL E INFORMAL EN EL SECTOR DE LA
MEDIA LUNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO-
ECONÓMICO**

***TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL***

Autor

Gabriel Sebastián Vallejo Méndez

Tutor

Ing. Alexander Vinueza Jara MDE. PH.D.

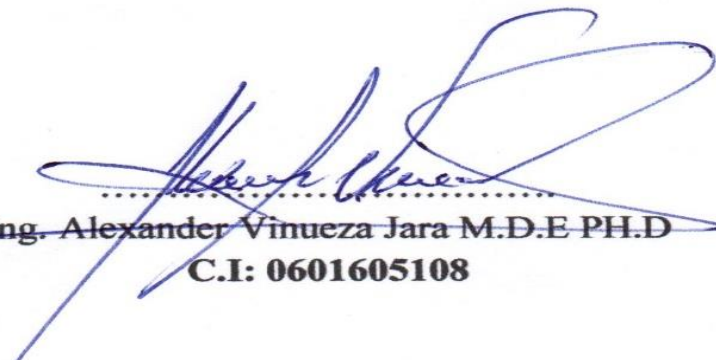
Año

2019

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, del proyecto de investigación, cuyo título es: **“EL COMERCIO FORMAL E INFORMAL EN EL SECTOR DE LA MEDIA LUNA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO”**, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por el Sr. Gabriel Sebastian Vallejo Mendez, el mismo cumple con los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Chimborazo y la facultad de ciencias Políticas y Administrativas, me permito surgir su aprobación y posterior defensa, luego de ser evaluado por el Tribunal designado por la comisión.

Riobamba, 07 agosto del 2019



Ing. Alexander Vinueza Jara M.D.E PH.D
C.I: 0601605108



CALIFICACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

Proyecto de trabajo de titulación para la obtención del título de Ingeniero Comercial, aprobado por el Tribunal de nombre de la Universidad Nacional de Chimborazo y ratificado con sus firmas.

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO:

Nombres y Firmas del *Presidente* y *Miembros* del Tribunal

Ing. Alexander Vinueza Jara.

Tutor

.....
(Firma) (Nota)

Ing. Martha Romero

Miembro 1

.....
(Firma) (Nota)

Ing. Omar Negrete

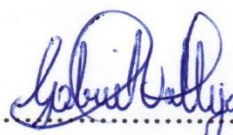
Miembro 2

.....
(Firma) (Nota)

NOTA: 9.10 (Sobre 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Gabriel Sebastian Vallejo Mendez, soy responsable de las ideas, doctrinas resultados y propuesta *expuestas en el presente trabajo de investigación* y, los derechos de autor pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



.....
Gabriel Sebastian Vallejo

C.I: 060413439-5

DEDICATORIA

A Dios que me ha dado la salud para poder llegar hasta estas instancias y culminar una etapa llena de aprendizajes y valores, dándome las fuerzas y entusiasmo para seguir adelante y no rendirme ante las adversidades.

Dedico también a mis abuelos, hermanos, primos, tíos y amigos que me han apoyado sin duda y han estado conmigo sobre todas las circunstancias, en especial a mis padres Mercedes y Alex que se han sacrificado por mi bienestar y quienes han sido el soporte principal para poder culminar mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios sobre todas las cosas por permitirme llevar a cabo mis sueños en compañía de mi familia y seres queridos quienes han contribuido con su apoyo para que pueda culminar mis estudios profesionales y lograr esta meta tan anhelada.

A la Universidad Nacional de Chimborazo, autoridades y docentes por haberme brindado la oportunidad de formar parte de esta noble institución en la Escuela de Ingeniería Comercial; donde pude adquirir conocimientos, valores y aptitudes, que me servirán para poder ser un ente útil de la sociedad.

De igual manera a los comerciantes del Sector de la Media Luna quienes me colaboraron para poder realizar el presente proyecto de investigación.

De manera especial al Ing. Alexander Vinueza Jara MDE. PH.D, quien con su paciencia y muy vasto conocimiento supo brindarme su apoyo y encaminarme de la mejor manera a la culminación del presente trabajo investigativo.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
INFORME DEL TUTOR	II
CALIFICACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN.....	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
INDICE DE CONTENIDOS	VII
INDICE DE TABLAS	IX
INDICE DE CUADROS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	IX
RESUMEN	XI
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
3. OBJETIVOS	3
3.1 General.....	3
3.2 Específicos.....	3
4. ESTADO DEL ARTE	4
4.1 Antecedentes.....	4
4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
4.2.1 EL COMERCIO FORMAL E INFORMAL.....	5
4.2.1.1 El Comercio.....	5
4.2.1.2 El Comerciante	6
4.2.1.3 Comercio Formal	6
4.2.1.4 Ventajas y desventajas del comercio formal	7
4.2.1.5 Comercio Informal	8
4.2.1.6 Causas y efectos del comercio informal	8
4.2.1.7 Ventajas y desventajas del comercio informal	10
4.2.1.8 Comercio formal e informal en el cantón Riobamba	11
4.2.1.9 Actividades económicas en el cantón Riobamba	12
4.2.1.10 Ordenanza Municipal sobre el comercio informal	13
4.2.2 SOCIO ECONOMÍA	13
4.2.2.1 Importancia.....	14
4.2.2.2 Causas de impactos socio económicos	14
4.2.2.3 Efectos de impactos socio económicos	14
4.2.2.4 Nivel socioeconómico	15
4.2.3 DESARROLLO SOCIOECONOMICO EN EL SECTOR DE LA MEDIA LUNA	15

4.2.3.1 Descripción del sector de la Media Luna.	16
4.2.3.2 Análisis de FODA del sector de la Media Luna.	18
4.2.3.3 Cruce Estratégico FODA.....	19
4.2.4 ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL EN EL SECTOR DE LA MEDIA LUNA	19
4.2.4.1 Actividades formales ubicadas en el sector de la Media Luna	21
4.2.4.2 INFLUENCIA DEL COMERCIO FORMAL EN EL BIENESTAR SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE LA MEDIA LUNA.	23
4.2.4.3 Actividades económicas Informales	23
4.2.4.4 INFLUENCIA DEL COMERCIO INFORMAL EN EL BIENESTAR SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE LA MEDIA LUNA.	24
4.2.4.5 Comportamiento del consumidor frente al consumo de productos y servicios procedentes del comercio formal e informal.	26
4.2.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIO QUE BENEFICIE AL DESARROLLO LOCAL DEL SECTOR DE LA MEDIA LUNA.....	26
5 HIPOTESIS.....	29
5.1 Formulación de Hipótesis	29
5.2 VARIABLES.....	29
6 METODOLOGÍA.....	29
6.1 Método.....	29
6.2 Método hipotético – deductivo.....	29
6.3 Tipo de investigación	30
6.4 Diseño de la investigación	30
6.5 Población y muestra	30
6.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
6.6.1 Técnicas.....	31
6.6.2 Instrumentos	31
7 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	31
7.1 Encuesta dirigida a comerciantes formales del sector de la Media Luna	32
7.2 Encuesta dirigida a comerciantes informales del sector de la Media Luna	41
8 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	50
8.1 El comercio formal incide positivamente en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna	50
8.2 El comercio informal incide negativamente en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna.	52
9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
9.1 Conclusiones comercio formal	54
9.2 Conclusiones comercio informal	55
9.3 Recomendaciones.....	56

10 BIBLIOGRAFÍA	57
11 ANEXOS.....	59
11.1 Cuestionario	59
11.2 Operacionalización de las variables.....	63
11.3 SECTOR COMERCIAL DE LA MEDIA LUNA	66

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ventajas y Desventajas del comercio formal.....	7
Tabla 2 Ventajas y desventajas del comercio informal	11
Tabla 3 Descripción del Sector de la Media Luna.....	17
Tabla 4 FODA del sector de la Media Luna.....	18
Tabla 5 Actividades formales ubicadas en el sector de la Media Luna.....	21
Tabla 6 Actividades de Comercio Informal.....	24

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Escolaridad.....	32
Cuadro 2 Edad.....	33
Cuadro 3 Sector Comercial.....	34
Cuadro 4 Tiempo de permanencia.....	35
Cuadro 5 Obligación con el SRI.....	36
Cuadro 6 Sector comercial potenciable	37
Cuadro 7 Presencia de comerciantes informales	38
Cuadro 8 Competencia.....	38
Cuadro 9 Negocio Propio	39
Cuadro 10 Generación de empleo	40
Cuadro 11 Escolaridad.....	41
Cuadro 12 Edad.....	41
Cuadro 13 Sector	42
Cuadro 14 Tipo de negocio	43
Cuadro 15 Registro Sanitario.....	44
Cuadro 16 Forma de comerciar	44
Cuadro 17 Factores para comerciar informalmente	45
Cuadro 18 Declara impuestos.....	46
Cuadro 19 Frecuencia que acude a comerciar.....	47
Cuadro 20 Tiempo de realizar la actividad.....	47

Cuadro 21 El sector le genera buenos ingresos.....	48
Cuadro 22 Estrategias de Comercio para beneficio del sector.....	49
Cuadro 23 Comprobación de Hipótesis.....	50
Cuadro 24 Comprobacion de Hipotesis Comercio Informal.....	52

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Escolaridad.....	32
Grafico 2 Edad.....	33
Grafico 3 Sector Comercial	34
Grafico 4 Tiempo de permanencia.....	35
Grafico 5 Obligación con el SRI.....	36
Grafico 6 Sector comercial potenciable	37
Grafico 7 Presencia de comerciantes informales	38
Grafico 8 Competencia.....	39
Grafico 9 Negocio Propio.....	39
Grafico 10 Generación de empleo	40
Grafico 11 Escolaridad.....	41
Grafico 12 Edad.....	42
Grafico 13 Sector	42
Grafico 14 Tipo de negocio	43
Grafico 15 Registro Sanitario	44
Grafico 16 Forma de comerciar	45
Grafico 17 Factores para comerciar informalmente.....	45
Grafico 18 Declaración de impuestos	46
Grafico 19 Frecuencia que acude a comerciar	47
Grafico 20 Tiempo de realizar la actividad	48
Grafico 21 El sector le genera buenos ingresos.....	48
Grafico 22 Estrategias para un Comercio Justo	49
Grafico 23 Comprobación de Hipótesis	50
Grafico 24 Comprobación de Hipótesis	52

RESUMEN

Debido al crecimiento demográfico en el sector de la Media Luna ha sido evidente el aumento de comerciantes formales e informales en dicha zona, quienes en su diario vivir se han dedicado al expendio de productos y servicios de toda clase, los mismos que van desde productos alimenticios hasta tecnológicos, de la misma manera servicios mecánicos como también estéticos y de mantenimiento, lo que en conjunto ha permitido que la economía del sector se dinamice.

Es por eso la importancia del presente proyecto de investigación ya que pretende diagnosticar de manera general las principales actividades de comercio formal e informal en el sector de la Media Luna, con la intención de conocer el impacto que generan dichas y asimismo proponer estrategias de comercio que beneficie al desarrollo socioeconómico del sector.

ABSTRACT

Due to the demographic growth in the sector called "Media Luna." The increase of formal and informal trade in that area has been evident.

People who in their daily lives have been selling products and services of all kind such as food products even technological products and services. Also, mechanical services, as well as esthetic and maintenance services, have allowed activating to the economy in this sector.

It is why the importance of this research project, which intends to diagnose in a general way, the main activities of formal and informal trade in the sector called "Media Luna."; with the primary intention of knowing the impact generated by these and also proposes trade strategies that benefit the socio-economic development of the mentioned sector.

Keywords: demographic growth, trade, benefits.



Reviewed by: Maldonado, Ana
Language Center Teacher



1. INTRODUCCIÓN

En Ecuador al igual que en otros países latinoamericanos las actividades comerciales representan un porcentaje significativo que influye en el crecimiento socioeconómico de una población, por lo general estas actividades se llevan a cabo en los mercados, calles y zonas con mayor afluencia de personas.

En el sector de la Media Luna situado al norte del cantón Riobamba al ser el punto de intersección de vías que unen varios cantones y provincias del país ha permitido que el comercio se convierta en una situación cotidiana y que en las últimas décadas haya tenido un aumento significativo, esta situación ha llamado la atención para que comerciantes formales e informales lleven a cabo diferentes actividades comerciales. Para el estudio de la presente investigación se tomará en cuenta las definiciones que se presentan a continuación:

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

El comercio informal son aquellas actividades comerciales llevadas a cabo por personas que buscan generar una fuente de ingresos ofertando bienes y servicios de manera ambulante o estacionaria, sin ningún tipo de permiso que avale la actividad comercial que esté llevando a cabo, es decir que no estén amparadas bajo las leyes comerciales o laborales.

Son aquellos comerciantes quienes indistintamente con sus actividades comerciales han permitido que este sector se convierta en un lugar muy comercial. Por lo que la presente investigación aspira contribuir y aportar al estudio de los factores que influyen en el desarrollo socio económico, a partir del conocimiento en base a teorías referentes a la investigación y en base al conocimiento empírico.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El apogeo del comercio que se va dando en el sector de la Media Luna ha permitido que comerciantes formales apuesten por la creación de negocios y emprendimientos con el propósito de generar ingresos propios y a la vez satisfacer las necesidades de los habitantes ofreciendo variedad de productos y servicios con las debidas garantías, en un ambiente seguro y sobre todo amparados bajo las normativas y leyes, lo que en conjunto ha provocado que la economía del sector se dinamice.

No obstante, este impacto comercial que se desarrolla en dicha zona también ha dado paso a la proliferación del comercio informal, que cada día crece ya sea por efectos de la migración interna y externa, recesión económica, nivel de educación, es decir entre menor sea el grado de educación o escolaridad de una persona su acceso a un empleo formal es más limitado, o por el crecimiento demográfico que ha generado el desplazamiento de la población hacia sectores en vía de desarrollo como es en el caso del sector de la Media Luna. Muchas personas han optado por este modo de comercio pese a que no cuentan con un respaldo legal que les permita ejercer sus actividades, pero que de algún modo tratan de sobresalir haciendo al comercio informal una fuente de ingresos que les ha permitido ganarse “el pan de cada día” mientras encuentran una mejor fuente de ingresos y lograr una mejor calidad de vida.

De esta manera el crecimiento comercial que se lleva a cabo en el sector de la Media Luna, trae consigo la necesidad de determinar el impacto que genera el comercio formal e informal en el desarrollo socioeconómico del sector, de forma que se pueda prestar mayor atención e interés a aquellos factores sociales y económicos que impacten más significativamente, de modo que el estudio de dichos factores permita determinar alternativas de solución para que las actividades comerciales que se llevan a cabo en el sector influyan de manera positiva y no se conviertan en un obstáculo que impida promover el progreso y bienestar socioeconómico.

3. OBJETIVOS

3.1 General

Demostrar cómo el comercio formal e informal influye en el desarrollo socio económico en el sector de la Media Luna.

3.2 Específicos

- Diagnosticar los aspectos socioeconómicos del sector comercial para conocer la situación actual del sector de la Media Luna.
- Identificar de qué manera el comercio formal e informal influye en el bienestar socioeconómico del sector comercial de la Media Luna.
- Sugerir estrategias de comercio que beneficien al desarrollo local del sector de la Media Luna.

4. ESTADO DEL ARTE

4.1 Antecedentes

Mónica Gabriela Villena Loja estudiante de la Universidad Técnica de Ambato en su informe final del trabajo de graduación titulado “El comercio informal de Flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes del sector del cementerio municipal “La Merced” de la ciudad de Ambato en el periodo 2013-2014: encontramos el siguiente párrafo que apoyará a la investigación “los niveles socioeconómicos en el sector se ven afectados principalmente porque muchas personas están migrando hacia la ciudad dedicándose a realizar actividades informales, lo cual acarrea graves problemas en el orden social, económico, político, de salubridad e higiene, todo esto trae consigo un mayor consumo de los recursos naturales, produciendo sociedades no sustentables, en donde se producen grandes aglomeraciones de trabajadores como mujeres, niños, ancianos e inmigrantes urbanos que suelen tener bajos niveles de educación y provienen mayormente de determinados sectores de la población lo que obliga a los grupos a buscar respaldo económico recurriendo al comercio informal. Ante esta problemática se propone la creación de un esquema de microempresa asociativa para que puedan mejorar y obtener mayor rentabilidad y por ende mejorar su calidad de vida.”

Glenda Azucena Lucio Villacreses estudiante de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en su trabajo de titulación realizado en el año 2017 “ Propuesta de una nueva estructura física organizacional para los comerciantes informales del cantón Jipijapa”, da a conocer las ventajas y desventajas que posee el comercio informal como las siguientes: Precios más bajos que en el comercio formal, posibilidad de regatear el precio, calidad aceptable en los productos, lugar accesible para realizar las compras, beneficio para la población que tiene menos recursos económicos por el costo mínimo de los productos, genera trabajo informal para cualquier persona. De otro lado, las desventajas serían que no gozan de beneficios que otorgan la ley, como la responsabilidad limitada, la facilidad para dividir los activos, la sucesión ilimitada, el acceso a crédito formal a tasas inferiores que las usualmente observadas en los mercados informales, etc.

La identificación de estos aspectos permite a la presente investigación identificar y hacer explícitos varios aspectos que influyen de manera positiva y negativa en el desarrollo de

la economía, así mismo estos aspectos permitirán aplicar propuestas que permitirán diagnosticar el efecto que genera ante el ofertante y demandante.

Esta investigación ayudó en la comprensión de los efectos que trae consigo el comercio en general sobre los aspectos socioeconómicos de un determinado lugar en este caso el sector de la Media Luna y a la vez propuso la elaboración de alternativas encaminadas a dar solución a las problemáticas planteadas en la presente investigación.

María Rosario Argos Juca estudiante de la Universidad Nacional de Chimborazo en su proyecto de tesis realizada en el año 2016 en el Centro Comercial Popular La “Condamine” ubicado en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, tuvo como objetivo obtener un diagnóstico general sobre la comercialización de prendas de vestir, tanto en el entorno del comercio formal como informal y propuso alternativas como: realizar campañas de concientización con el fin de formalizar la informalidad en el mercado, impulsar la reubicación de los comerciantes con el fin de obtener mejores condiciones y estabilidad laboral.

Llevar a cabo estas estrategias se podría erradicar el comercio informal lo que significaría mejorar las condiciones de trabajo y de vida de miles de personas que se dedican al comercio tanto formal como informal.

4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

4.2.1 EL COMERCIO FORMAL E INFORMAL

4.2.1.1 El Comercio

Es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer uso de él, para revenderlo o para transformarlo. En general esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraposición, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero. (Definicion.de, 2019)

De esta manera podemos decir que el comercio es una actividad que se basa principalmente en el intercambio de bienes y servicio de necesarios para cada persona o sociedad.

4.2.1.2 El Comerciante

Su origen es muy remoto e imposible de determinar la fecha en que se inició la práctica comercial, pues desde el trueque como forma de intercambio de productos para satisfacer las distintas necesidades, podríamos hablar de comerciantes. Algunos autores prefieren ligar la evolución histórica de los comerciantes a los sistemas económicos que se encuentran en boga, pues consideran que estos son los que determinan el carácter, ya sea de institución de derecho público, o bien de derecho privado. (UFG, 2017)

Se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, (...). Y que hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno. (LEXIS, 2017)

Es el Código de Comercio en donde están establecidas las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. (LEXIS, 2017)

4.2.1.3 Comercio Formal

El Comercio formal la componen empresas y trabajadores que operan dentro de la legalidad, todos ellos, según las leyes y las normas vigentes deben pagar impuestos y contribuir al financiamiento del Estado. Operar bajo las leyes y normativas obliga al comercio formal manejar reglas más claras y justas pues al declarar sus impuestos gozan de beneficios mediante los cuales se pretende fortalecer la economía del comerciante o institución formal y así conjuntamente garantizar el desarrollo sostenible del sector. (Durand, 2007)

Estas actividades comerciales están dentro de un orden manejado por el estado, es decir laboran rigiéndose a las normas de comercio vigentes del país. Dichas actividades se desarrollan en espacios y lugares con las condiciones adecuadas, mismas que van de la mano con los diferentes beneficios laborales que el comercio formal concede a cambio de contribuir al financiamiento del estado tras el pago de impuestos.

En este contexto. “La importancia del comercio formal es que este tiene la capacidad de impulsar la economía de un país, dinamizarla, diversificarla, y producir riqueza para sus ciudadanos” (Comercio, 2017).

4.2.1.4 Ventajas y desventajas del comercio formal

Desde el punto de vista del oferente y del consumidor existen ventajas y desventajas, entre las más importantes tenemos:

Tabla 1 Ventajas y Desventajas del comercio formal

COMERCIO FORMAL	
Ventajas	Desventajas
• Amparado bajo las normativas y leyes vigentes. (Ofertante)	• Pago de impuestos, patentes. (Ofertante)
• Beneficios crediticios. (Ofertante)	• Trámites para obtención de permisos (ofertante)
• Afiliaciones. (Ofertante)	• En algunos casos pago de arriendo por concesiones al municipio. (Ofertante)
• Seguridad, Garantías. (Consumidor)	• Costo elevado de servicios y productos. (Consumidor)
• Instalaciones adecuadas (Consumidor)	• Para familias de escasos recursos resulta difícil adquirir los productos y servicios. (Consumidor)
• Variedad de productos y servicios. (Consumidor)	
• Posibilidad de generar fuentes de empleo. (Ofertante)	

Elaboración: Propia

Fuente: (Marin, 2010)

4.2.1.5 Comercio Informal

Para (Padilla, 2011) el comercio no estructurado o informal incluye a las personas que laboran en micro negocios comerciales asociados a los hogares y los trabajadores vinculados a micro negocios registrados que operan sin un local, es decir, en vía pública, o en pequeños talleres o locales. Existen diversos tipos de comerciantes y vendedores, destacando los ambulantes

Dentro de este contexto Wilfrido Muñoz afirma:

El ambulante o comercio informal se refiere a la actividad comercial que se desarrolla en las calles, de forma cambiante o en un lugar fijo en determinadas horas del día, que existe debido a los bajos ingresos, así como a la demanda por trabajo de la población desempleada. (pág.7)

Por lo citado anteriormente y para el desarrollo de la presente investigación se concluye que la informalidad o comercio informal son todas aquellas actividades comerciales llevadas a cabo por personas que buscan generar una fuente de ingresos ofertando bienes y servicios de manera ambulante o estacionaria, sin ningún tipo de permiso que avale la actividad comercial que esté llevando a cabo, es decir que no estén amparadas bajo las leyes comerciales o laborales.

4.2.1.6 Causas y efectos del comercio informal

Existen varios factores que determinan el porqué del comercio informal en una sociedad y lo que provoca tras comerciar de dicha manera, a continuación se muestra las principales causas y efectos del comercio informal:

- El crecimiento poblacional y urbanístico. La afluencia de personas hacia sectores en desarrollo urbanístico ha sido foco para que comerciantes informales vean a dichos sectores como lugares estratégicos para ejercer este tipo de comercio y cubrir la demanda de la población en dichos sectores. Así mismo el crecimiento de la población incluyendo a comerciantes también ha provocado el abarrotamiento de puestos en los mercados o en locales comerciales competitivos lo que provoca que comerciantes

salgan en busca de estos sectores en desarrollo debido al asentamiento de personas que se van ubicando en dichos sectores.

- Otra causa que determina la informalidad es el nivel de educación que cada vez nos vuelve más competitivos unos a otros. RUNAE (2017) afirma. “el estudiar no garantiza el acceso a un empleo; pero, el no estudiar garantiza el no acceso al empleo”. Esto quiere decir que con o sin formación académica de cualquier modo no tenemos la garantía de laborar en un trabajo formal, pero lo que sí, es que teniendo un respaldo académico o un título abalizado podemos de alguna manera tener más probabilidad de incursionar y ser tomados en cuenta para laborar en un trabajo estable con los beneficios que otorga el mismo.
- La baja eficiencia gubernamental como menciona (Avendaño), 2012. Los gobiernos de los estados y municipios en muchos de los casos tienen en mente que la informalidad siempre va ligado con la delincuencia y se basan en esa teoría y muchas veces se ha visto la falta de compromiso para incentivar a comerciantes informales cambien de mentalidad lo importante es lograr que sepan que pueden acceder a beneficios sociales de salud, educación, vivienda, que es lo más importante para mejorar la calidad de vida.
- Los comerciantes informales son la respuesta inmediata ante una economía que le ha fallado a muchas personas por esto no se debería prohibirles a que realicen una actividad comercial sino mejor incentivarlos, motivarlos a que comercien pero en lugares propicios, acordes a las actividades que realizan, para que así sean sujetos de los beneficios que otorga el Estado.
- Deficiencia cultural. Muchos comerciantes informales, no lo son por razones de desempleo o pobreza, sino por decisión consciente en base al razonamiento de que es más rentable poner 20 puestos en la vía pública que un local que pague impuestos. Existen personas con dinero suficiente que mueven millones en el comercio informal y que ahí se asientan cómodamente. (Avendaño, 2012)
- Los altos índices de pobreza en el cantón Riobamba abre brechas entre las zonas rurales y urbana, ya que existen “parroquias en las que existen 14 veces más personas en condición de pobreza extrema que en la ciudad de Riobamba, esto

significa que por cada pobre de la ciudad existen catorce pobres en las parroquias. (Espacios, 2018)

- Falta de fuentes de trabajo formal, pese a que el cantón ha experimentado un ligero crecimiento comercial comparado al de una década atrás la falta de fuentes de trabajo aún sigue siendo un problema económico social que afecta las condiciones de vida de la población, y desencadena a otros problemas relacionados con la pobreza y exclusión social. Esto enfocado para aquellas personas que han tenido la posibilidad de acceder a un trabajo formal. Este factor ha sido el causante para que muchas personas se inclinen por la informalidad.

En este mismo contexto la informalidad por desempleo está relacionada con el entorno macroeconómico. Pérez (2014) afirma. “En períodos de recesión económica la existencia de desempleo aumenta las probabilidades de emplearse en el sector informal”. Este factor Macroeconómico también ha sido eje fundamental para que en los últimos años la migración extranjera hacia diferentes territorios Nacionales incremente, No es la excepción Riobamba que evidencia la acogida de extranjeros principalmente de países vecinos como Venezuela, Colombia y Perú. Debido a que consideran que laborar informalmente solo es una etapa momentánea y transitoria hacia la formalidad que les permitirá de alguna no estar desempleado mientras logran un ingreso económico que les permita sobrevivir dignamente.

- Evasión fiscal en el ámbito de la economía y finanzas; la evasión fiscal es una característica del comercio informal y su efecto puede ser significativo, uno de los referentes es el índice de recaudación tributaria. La causa de aquello puede ser desconocimiento de las leyes y normativas como también desinterés voluntario. (Espacios, 2018)

4.2.1.7 Ventajas y desventajas del comercio informal

Existen ventajas y desventajas desde el punto de vista del comerciante u oferente y del consumidor o demandante, de las cuales tenemos las siguientes:

Tabla 2 Ventajas y desventajas del comercio informal

COMERCIO INFORMAL	
Ventajas	Desventajas
• Posibilidad de regateo de precios. (Consumidor)	• Calidad regular-baja en los productos y servicios. (Consumidor)
• Facilidad de comprar y vender (Consumidor y Comerciante)	• No cuenta con garantías. (Consumidor)
• Da oportunidad de trabajo a personas sin preparación académica. (Comerciante)	• Propenso a estafas (Consumidor)
• Beneficio para aquella población de recursos económicos bajos, debido el costo mínimo de los productos. (Consumidor)	• Competencia desleal frente a negocios obligados a cumplir permisos, impuestos reglamentos y leyes. (Comerciante)
• Genera trabajo informal para cualquier persona. (Comerciante)	• Sin acceso a créditos legales (Comerciante)
• Posibilidad de laborar en horarios flexibles de acuerdo a las necesidades. (Comerciante)	• No gozan de las ventajas que otorgan la ley. (Comerciante)
	• En su mayoría comercian en pequeñas cantidades si son productos y si ofrecen servicios informales deciden esconderse para no ser detectados. (Comerciante)

Elaboración: Propia

Fuente: (Marín, 2010)

4.2.1.8 Comercio formal e informal en el cantón Riobamba

En el cantón Riobamba en los últimos 6 años las actividades de comercio se ha incrementado drásticamente, son estas actividades las más relevantes en cuanto a ocupación laboral, que según el (GADMRIOBAMBA, 2014) este sector comercial

participa individualmente con el 17.5% de la PEA cantonal. Este incremento comercial se lleva a cabo especialmente en la parte urbana del cantón específicamente en zonas en donde existe mayor concurrencia de personas como son en los, centros históricos, turísticos, avenidas principales y principalmente en los mercados, como muestran los datos de la investigación realizada por la revista (Espacios, 2018) la ciudad de Riobamba cuenta con alrededor de 12 mercados donde se desarrolla el comercio informal, siendo los comerciantes formales el 36,2% y los comerciantes informales el 63,8%, de este último porcentaje el 70% son oriundos del Cantón Riobamba, mientras que el 30% pertenecen a diferentes sectores.

4.2.1.9 Actividades económicas en el cantón Riobamba

- **En el sector informal.**- De las actividades que se dedican los comerciantes informales el 50%, expende frutas y verduras, el 24% alimentos preparados, el 9,33% artículos de aseo, el 8,67% ropa y el 8% vende artículos varios, donde el comercio informal se realiza en la modalidad comercio fijo alcanzando el 62,67 %, mientras que el 37,33% lo realiza de forma ambulante. (Espacios, 2018)
- **Sector formal.**- De las actividades que se dedican los comerciantes formales, el 67,4% se refieren al comercio al por mayor y por menor, entendiéndose las tiendas de abarrotes, basares, almacenes, boutiques, compra venta de autos, etc. La industria manufacturera representa el 16.50% de la actividad económica del cantón, destacándose entre las más importantes las siguientes: el 9,2% se refiere a la fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido de pieles, el 3.5% a la fabricación de muebles e industrias manufactureras relacionadas con la madera, el 2,4% a la elaboración de productos alimenticios y bebidas. Con respecto a los servicios y otras actividades al respecto concentran el 14.07% del cantón, siendo las más importantes servicios básicos, hoteles, restaurantes, servicios informáticos, de comunicaciones, entre otros. (GADMRIOBAMBA, 2014)

4.2.1.10 Ordenanza Municipal sobre el comercio informal

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Municipal del cantón Riobamba (GADM) ha dispuesto normas y ordenanzas vigentes en la actualidad, las cuales están encaminadas para aquellos comerciantes que han optado por la informalidad como un oficio temporal o permanente, mismos que están en la obligación de acatarse a las disposiciones propuestas con el objetivo de regular y tratar de reducir las actividades de comercio informal en los diferentes puntos del cantón, de las cuales tenemos:

La Ordenanza N° 022-2015, emitida por el GAD municipal de la ciudad de Riobamba, Capítulo IV “De las ventas ambulantes” y los artículos 35, 36 y 37, expresa la prohibición del comercio informal dentro de los perímetros de los mercados, plazas, ferias municipales y centros comerciales. (GADM Riobamba, 2017)

- **Norma regulatoria del comercio informal:**

La Ordenanza 006-2017, capítulo III “De la ocupación de la vía pública”, artículos 14, 15, 16 y 17 en la cual se establece que para realizar actividades de comercio en la vía o en espacios públicos, se debe solicitar un permiso a la Dirección de Gestión de Policía y control municipal, además en la misma normativa se prohíbe también el uso de parlantes altos para promocionar productos. (GADM Riobamba, 2017)

- **Respecto a las sanciones:**

Están a cargo del comisario municipal y sus inspectores varían desde un 15% de la remuneración básica en caso de no acatar las disposiciones anteriores, o si se llega al extremo que se retengan los productos de los comerciantes informales deben cancelar hasta un salario básico unificado en el plazo de 48 horas. (GADM Riobamba, 2017)

4.2.2 SOCIO ECONOMÍA

Es la mezcla de los cambios mentales y sociales de una localidad que la hace competente para aumentar su nivel de vida de forma progresiva y permanente, a través de la utilización de sus propios recursos naturales y humanos. Para que un país se desarrolle

económicamente hace falta trabajo mancomunado de todos sus habitantes junto con un cambio de mentalidad. (Ibarra, 2014)

Es el análisis del conjunto de todos los factores sociales como la idiosincrasia, población, modus vivendi, educación, costumbres, religión, mano de obra, salud, seguridad, etc. Y económicos como niveles de producción, desempleo, riesgo país, PIB, inflación, recursos naturales y no naturales, etc. Los factores económicos inciden en los sociales y viceversa; uno es el reflejo del otro. La socioeconomía establece niveles de interacción entre ambos factores: los sociales y los económicos. (Ibarra, 2014)

4.2.2.1 Importancia

La socioeconomía asume que la economía está inmersa en la realidad social y cultural y que no es un sistema cerrado, como supone la economía estándar, que los sujetos económicos actúan principalmente por el propio interés. Sino que los individuos están influenciados por valores, emociones, juicios y prejuicios, y otros condicionamientos, y no simplemente por un preciso cálculo de interés propio. (Salas, 2018) Es decir los efectos locales de una pequeña comunidad pueden afectar a los cambios de una sociedad entera.

4.2.2.2 Causas de impactos socio económicos

- Nuevas tecnologías (coches o móviles)
- Cambios en las leyes
- Cambio en entorno físico (Hacinamiento en ciudades)
- Cambios ecológicos

4.2.2.3 Efectos de impactos socio económicos

- Afecta patrones de consumo
- Distribución del ingreso y la riqueza
- Comportamiento de las personas (decisiones de compra y forma en que eligen pasar su tiempo).
- Conjunto de calidad de vida
- Libertad de asociación

- Dignidad
- La seguridad personal
- Grado de participación de la sociedad civil. (definicion.mx, 2015)

4.2.2.4 Nivel socioeconómico

Se entiende por nivel socioeconómico el conjunto de variables económicas, sociológicas, educativas, culturales, ambientales y laborales por las que se califica a un individuo o un colectivo dentro de una jerarquía social.

El nivel socioeconómico suele considerarse, a nivel popular, en base a una escala simple: bajo, medio, alto, aunque no existen unos baremos rígidos que permitan incluir a una persona en uno de estos niveles. Su clasificación a nivel sociológico es, sin embargo, mucho más precisa y se realiza, por regla general, analizando varios factores dentro de cada una de las mencionadas áreas y asignándoles uno de los valores de dicha escala en función de qué nivel predomina en cada uno de ellos.

- El estudio de los ingresos
- El patrimonio
- El círculo social en el que se mueve
- El nivel educativo adquirido

Las condiciones generales de su entorno más cercano, son factores que suelen estar interrelacionados, permitiendo definir de manera más o menos exacta, a qué nivel socioeconómico pertenece un individuo o núcleo familiar.(definicion.mx, 2015)

4.2.3 DESARROLLO SOCIOECONOMICO EN EL SECTOR DE LA MEDIA LUNA

La presente investigación considera necesario analizar varios factores socioeconómicos, que permiten diagnosticar la situación actual del sector, es decir identificar la población,

las actividades que realizan comerciales tanto del sector formal e informal, nivel de educación, edad y tiempo que dedican a la actividad. El estudio de dichos factores permitirá analizar las oportunidades y fortalezas para mejorar la situación actual del sector comercial de la Media Luna.

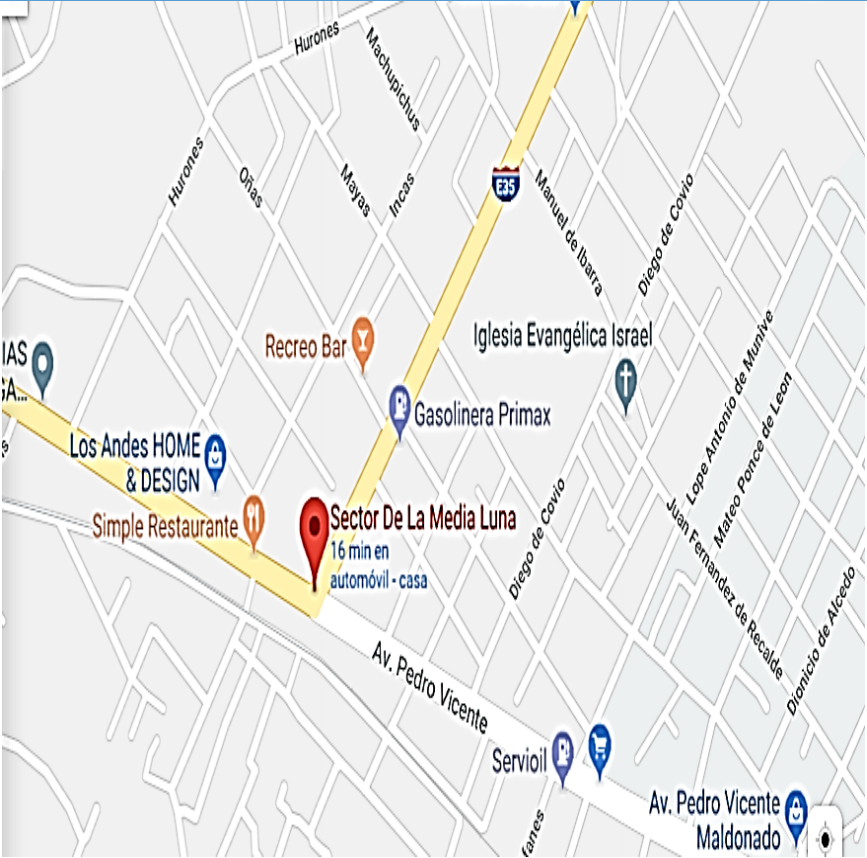
4.2.3.1 Descripción del sector de la Media Luna.

Antes conocida como Redondel de la Media Luna se encuentra ubicada en el cantón Riobamba perteneciente a la Provincia de Chimborazo es punto en donde se intersecan las Avenidas Leónidas Proaño, Avenida Pedro Vicente Maldonado y la Panamericana Sur, por la mayoría de los habitantes es conocida también como la “vía a Guayaquil”. Este sector era considerado un sector periférico debido a la poca afluencia de personas entre habitantes y visitantes por lo que era fácil notar la poca actividad comercial que se desarrollaba en la zona es así que allí se asentaban principalmente industrias dedicadas a la carpintería, mueblería y tapicería, así como también contadas vulcanizadoras y mecánicas automotrices.

Durante los últimos 10 años este sector al ubicarse en la vía principal que une a la sierra con la costa ha evidenciado un incremento vehicular significativo dado que un promedio de 1.200 vehículos diarios, entre buses interprovinciales, circulan por el bypass de Riobamba (Cevallos, 2017). Tras dicho incremento vehicular las autoridades correspondientes procedieron a retirar el redondel para dar paso a la implementación de semáforos que actualmente ha permitido de alguna manera reducir el tráfico que se estaba generando en la última década.

Por otro lado los comerciantes son una parte fundamental en la historia del sector de La Media Luna, Mercedes Aucanshala habitante del barrio argumenta que “desde que tienen memoria el lugar ha ido creciendo de a poco, antes solo existían contados locales comerciales y restaurantes ya que el sector era más conocido por tener industrias madereras, tapicerías, vulcanizadoras y mecánicas y pocos negocios comerciales comparado a los que existen hoy en día.”

Tabla 3 Descripción del Sector de la Media Luna

Denominación del Sector	Media Luna
Ubicación geográfica	Provincia: Chimborazo Cantón: Riobamba
Mapa Geográfico	
Delimitación	El sector de la Media Luna es considerado a partir de: Norte: Parroquia Licán Sur: Gasolinera ServiOil Este: Empresa Eléctrica Oeste: Iglesia Evangélica “Generación celestial”

Elaboración: Propia

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps>

Para detallar de mejor manera a continuación se presenta un análisis FODA que permitirá diagnosticar los factores internos y externos que han sido eje fundamental en el desarrollo del sector en los últimos años.

4.2.3.2 Análisis de FODA del sector de la Media Luna.

Tabla 4 FODA del sector de la Media Luna

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Ubicación estratégica. 2. Expansión poblacional hacia el sector. 3. Unión entre los habitantes del sector. 4. Aumento de un número considerable de negocios y personas que se dedican a diferentes actividades. 5. Sector en desarrollo.	1. Mala imagen del sector a causa de la contaminación por basura. 2. Falta de seguridad y vigilancia interna. 3. Ausencia de capacitaciones a los comerciantes. 4. Falta de financiamiento a negocios y emprendimientos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Incremento de fuentes de trabajo. 2. Posibilidad de generar emprendimientos. 3. Incentivar al turismo nacional y extranjero. 4. Rescate cultural y tradicional. 5. Posibilidad de formar asociaciones.	1. Competencia desleal y desorganizada de comerciantes. 2. Aumento de la delincuencia. 3. Congestionamiento vehicular. 4. Falta de apoyo para mejoramiento del sector por parte de las autoridades.

Fuente y Elaboración: Propia

4.2.3.3 Cruce Estratégico FODA

Permite identificar las fortalezas con el fin de mejorarlas y a la misma vez aprovechar estratégicamente las oportunidades generadas en el sector, mismas que facilitarán disminuir en lo posible las debilidades y amenazas que muchas veces impiden la fluidez de un buen desarrollo económico y social.

F1; O1: Aprovechar ubicación estratégica en la que se encuentra el sector para rescatar la cultura y tradiciones autóctonas.

F1; O3: Aprovechar ubicación estratégica en la que se encuentra el sector para e incentivar el turismo nacional y extranjero.

F3; O5: Aprovechar la unión que existe en vecinos comerciantes y moradores del sector para posibilitar la formación de asociaciones que beneficien al sector.

F4; O1: Con el aumento considerable de negocios y personas que se dedican a diferentes actividades existe la posibilidad de incrementar fuentes de trabajo.

A2; D2: Contrarrestar el aumento de la delincuencia incrementando la seguridad y vigilancia.

O5; D1: La posibilidad de formar asociaciones posibilitará mejorar la imagen del sector.

O5; D4: La posibilidad de formar asociaciones posibilitará el financiamiento a negocios y emprendimientos.

O5; A1: La posibilidad de formar asociaciones permitirá hacer frente a la delincuencia que va en aumento.

4.2.4 ANÁLISIS SITUACIÓN ACTUAL EN EL SECTOR DE LA MEDIA LUNA

El sector de la Media Luna es un sector que actualmente experimenta el punto más alto en cuanto se refiere a crecimiento comercial factores como, la expansión territorial ha

sido un factor muy importante que ha influido en el desarrollo socioeconómico del sector ya que actualmente existe la conformación y creación de barrios aledaños y por consiguiente algunas entidades del sector público y empresas privadas han visto factible implementar dichas entidades y empresas en la zona.

En el mismo contexto del crecimiento demográfico y poblacional, la demanda es latente y sigue en aumento, es por ello que comerciantes formales e informales compiten entre sí por acaparar mayor “clientela” de ahí que muchas personas continúan viendo la posibilidad de establecer su propio negocio con el criterio individual, de laborar legalmente o infringiendo las leyes. Las actividades de comercio formal e informal que se desarrolla en este lugar están dedicados al sector de la alimentación, estudiantil, abastecería, confites, textil, salud, hidrocarburos, mecánica y automotriz, industrias madereras, tapicerías, agronomía, zootecnia, estéticas, cerámicas, interiores de hogar, ferreterías, entre otros, lo que ha hecho que la zona se convierta en un punto focal de desarrollo económico y social.

Así también la presencia de una “mini terminal” improvisada de las cooperativas de transporte intercantonal e interprovincial en este sector ha sido influencia importante para que muchos comerciantes aprovechen la parada momentánea de los buses y la afluencia de personas para comerciar. Pese a que actualmente las autoridades competentes-Agencia Nacional de Tránsito- realizan controles regulares no logran erradicar esta situación por completo ya que los transportistas se ubican en zonas apartadas de donde se están realizando los operativos de control y continúan con esta práctica que es de estacionarse y lograr captar el mayor número posible de pasajeros y por ende automáticamente los comerciantes ven la oportunidad de ejercer el comercio en dicho lugar.

Esta situación no es solo de ahora sino que se ha venido dando desde años atrás por lo que: (Prensa) 2017 afirma que: “se puede observar a conductores de cooperativas de transporte de pasajeros estacionarse por varios minutos para tomar pasajeros. Situación motiva la queja de varios moradores, quienes señalaron que esto genera congestión vehicular e inseguridad”.

Sumado a esto la falta de recursos para ejercer un comercio organizado como lo afirma el (Plan Estrategico Programatico Institucional, 2018) “en la zona norte de la ciudad no

existe equipamiento para procesos de comercialización” (pág.5). Lo que ha provocado que el desarrollo comercial que se va dando en este sector se vuelva desorganizado principalmente los fines de semana y feriados que es en donde se puede evidenciar con mayor frecuencia la aglomeración de comerciantes informales en las calles y aceras, mismas que generan una mala prospectiva y a la vez impiden la fluidez del comercio en el sector.

4.2.4.1 Actividades formales ubicadas en el sector de la Media Luna

Los comerciantes que día a día ejercen esta actividad comercial en el sector, se han visto obligados a cumplir con todas las leyes y las normas administrativas que conlleva comerciar formalmente. Pues sus negocios y locales comerciales ya sean propios o arrendados trabajan con marcas, razón social y poseen nombre, por lo cual no cumplir algunas obligaciones imposibilita continuar con la actividad económica.

Tras la afluencia de personas en el sector, muchos comerciantes han visto la oportunidad de establecer todo tipo de negocios en donde expenden diferentes productos y servicios como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5 Actividades de Comercio Formal

ATIVIDADES DE COMERCIO FORMAL		
SECTOR	NEGOCIO	Nº
ESTUDIANTIL (Servicios y Productos)	• <i>Cyber's internet</i>	6
	• <i>Librerías</i>	4
	• <i>Cabinas telefónicas</i>	2
ABASTOS (Productos)	• <i>Tiendas de víveres</i>	20
	• <i>Cerveza y Licores</i>	6
ALIMENTACIÓN (Productos)	• <i>Restaurantes</i>	25
	• <i>Fruterías y legumbres</i>	9
	• <i>Tercenas</i>	4
	• <i>Panaderías</i>	7

TEXTIL (Productos)	• Bazaresh	3
	• Ropa deportiva	1
SALUD (Productos)	• Farmacia	4
HIDROCARBUROS (Producto)	• Gasolinera	2
	• Lubricadoras	4
MECÁNICA Y AUTOMOTRIZ (Productos y servicios)	• Automotriz	3
	• Enderezar y pintura	3
	• Auto lujos y tapicería	5
	• Patio de Autos	2
	• Baterías y Repuestos	4
	• Vulcanizadoras	3
AGRONOMIA, ZOOTECNIA (Productos)	• Abonos, químicos, balanceados	3
	• Veterinaria	2
ESTÉTICAS	• Peluquería	5
CONSTRUCCIÓN	• Cerámica y porcelana	2
	• Bloquearas	2
INTERIORES DE HOGAR	• Mueblería	2
FERRETERIA	• Ferretería	4
MADERA	• Aserradero	4
OTROS	• Club Nocturno	2
	TOTAL	143

Elaboración: Propia

Fuente: Encuestas

La ubicación de los negocios mencionados se han establecido en base a la demanda de los habitantes del sector quienes son los principales consumidores convirtiendo a estos establecimientos en negocios de primera necesidad.

4.2.4.2 INFLUENCIA DEL COMERCIO FORMAL EN EL BIENESTAR SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE LA MEDIA LUNA.

El comercio formal conformado por pequeñas empresas y micro negocios establecidos en el sector de la Media Luna, tienen claro la aplicación de estrategias basadas en los factores ambientales (control y prudencia de desechos), de salud (productos con registro sanitario y condiciones óptimas para el consumo), culturales (productos y servicios encaminados a las costumbre y tradiciones de la población), tecnológicos (instalaciones y equipos mejorados) y legales (pago de impuestos). Estos factores en conjunto permiten la transformación de la economía y la sociedad del sector ya que están orientados a superar la exigencia de una creciente competitividad, globalización económica y ambiental, a fin de mejorar las condiciones de vida de la población. Además el creciente desarrollo de los negocios formales, ha sido de gran importancia para fomentar el empleo y también la generación de renta y alquiler.

De esta manera podemos decir que el comercio formal ha permitido impulsar la economía del sector, dinamizarla, y producir bienestar propio y para la sociedad, haciendo que el sector de la Media Luna sea considerado un sector comercial competitivo.

4.2.4.3 Actividades económicas Informales

Las personas que realizan el comercio informal en el sector de la Media Luna ejercen su actividad de manera ambulante y estacionaria es decir llevan a cabo su actividad comercial libremente, sin permisos y evadiendo a la autoridad correspondiente.

La mayoría de veces llevar a cabo estas actividades representa la única alternativa para aquellas personas que no pudieron absorbidos por la demanda laboral formal y que de alguna manera buscan sustentar sus necesidades básicas, entre los más propensos a realizar este tipo de comercio son los inmigrantes, mujeres, niños y ancianos.

En el sector de la Media Luna, el comercio informal está identificado por el expendio de productos y actividades que se comercializan allí, así moradores y visitantes, que por

comportamientos propios de cada individuo ya conocen en donde pueden abastecerse de productos y servicios que oferta la informalidad. A continuación las principales actividades realizadas por comerciantes informales en el sector de la Media Luna.

Tabla 6 Actividades de Comercio Informal

ATIVIDADES DE COMERCIO INFORMAL		
SECTOR	NEGOCIO	Nº
ALIMENTOS (Productos)	• Comidas fritas	3
	• Cevichochos	2
	• Motechoclo	1
	• Helados	4
	• Tortillas	1
	• Frutas	2
TECNOLOGÍA (Productos)	• Cargadores, USB, auriculares.	1
		2
BEBIDAS (Productos)	• Aguateros	4
CONFITES (Productos)	• Caramelearos	5
OTROS (Productos. y Servicios)	• Limpia Vidrios	6
	• Chatarrero	1
	• Venta de Alfalfa	1
TOTAL		33

Elaboración: Propia

Fuente: Encuestas

4.2.4.4 INFLUENCIA DEL COMERCIO INFORMAL EN EL BIENESTAR SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR DE LA MEDIA LUNA.

La mayoría de personas que ejercen dichas actividades de comercio informal en el sector son personas trabajadoras que día a día buscan generar un ingreso que les permita mejorar su calidad de vida, por lo que de algún modo buscan sobrellevar esta situación ejerciendo

actos de comercio en lugares como la Media Luna que por el hacinamiento poblacional en la zona, los informales han visto a este lugar un espacio propicio para trabajar.

Existe un porcentaje bajo de inconformidad por parte de los habitantes como de comerciantes formales que conforman el sector de la Media Luna, entre las cuales tenemos:

La ocupación del espacio.- Ocasionalmente ha provocado disputas entre comerciantes formales e informales. Ciertos comerciantes que cumplen con las normas formales necesarias para poder desenvolverse en su diario trabajar, argumentaron que no se encuentran satisfechos ante el aumento de la informalidad ya que aquellos comerciantes informales recorren los lugares de comercio ofreciendo los mismos productos y suvenires a un precio menor que el que ofrecen los comerciantes formales lo que ha provocado la disminución de los ingresos. Además consideran que es una competencia injusta e imparcial ya que ellos deben pagar arriendos en caso de no ser propietario, permisos, servicios básicos e impuestos en general y los informales no.

Saturación en las calles.- Para muchos moradores en cambio la informalidad ha provocado insalubridad, contaminación ambiental e inseguridad en el sector, se pudo evidenciar que estos acontecimientos suceden con mayor frecuencia los feriados y fines de semana.

Evasión de impuestos.- La mayoría de comerciantes informales en el sector de la Media Luna no consideran el pago de impuestos como una obligación, por ello evaden a la autoridad pertinente y por ende no aportan ni contribuyen al financiamiento del estado, tampoco pueden gozar de los beneficios que le otorgaría la formalidad y continúan con su actividad informal con todo lo que esta conlleva laborar de esta manera.

Situaciones diferentes que se suscitan en el día a día del sector de la Media Luna, que por lo mencionado en el presente análisis, dan como resultado que el comercio informal influye manera negativa al bienestar social y económico de la población y de los comerciantes formales del sector de la Media Luna.

4.2.4.5 Comportamiento del consumidor frente al consumo de productos y servicios procedentes del comercio formal e informal.

Frente al consumo o demanda de los diferentes productos y servicios en los negocios formales e informales mencionados en las tablas N^o 5 y N^o 6, existen variables que inciden para que las personas opten por consumir dichos productos tales como:

- Estatus Social
- Comodidad
- Ingresos percibidos
- Personalidad
- Cultura
- Sociedad que lo rodea
- Hábitos de Compra.
- Percepción
- Modas
- Experiencia

Estos varían de acuerdo a las circunstancias y necesidades individuales de las personas. (Izquierdo, 2017)

4.2.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIO QUE BENEFICIE AL DESARROLLO LOCAL DEL SECTOR DE LA MEDIA LUNA.

La idea principal de proponer estrategias comerciales que permitan aplicar un comercio que beneficie a un determinado sector en este caso el sector de la Media Luna, es para mejorar y fortalecer la participación de los comerciantes, exigiendo cumplir los derechos con el fin de fortalecer el comercio y mejorar el ingreso económico y la calidad de vida de quienes conforman dicho sector comercial sin dejar a un lado la protección ambiental..

Se propone a continuación las siguientes estrategias:

- **Asociatividad y organización.**

El único camino a través del cual pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, han podido acceder al mercado, a los recursos productivos (tierra, agua, equipamiento, crédito, tecnología, etc.), a la capacitación y a la asistencia técnica, ha sido la organización y sus distintas formas de asociación, por ello hay una relación directa

entre Comercio Justo y organización social. Además la organización les ha permitido acceder a una nueva visión de sí mismos, de sus capacidades y potencialidades, así como también a un mejor posicionamiento social y político en entornos cada vez mayores

- **Creación de oportunidades para productores y productoras en desventaja económica.**

Posibilita eliminar pobreza y lograr el desarrollo sostenible, crea oportunidades para productores y productoras que se encuentran en desventaja económica y se encuentran marginados o excluidos por el sistema de comercio convencional.

- **Relaciones comerciales justas**

Comercializar teniendo en cuenta el bienestar social económico y ambiental de los productores y productoras.

- **Pago de un precio Justo**

Pagar a un precio justo en el contexto local o regional es aquel que se ha acordado a través del diálogo y la participación, permite una producción socialmente justa y responsable con el ambiente.

- **Respeto de las normas de trabajo infantil y explotación laboral**

Respetar las normativas locales e internacionales que prohíben la explotación laboral y el trabajo infantil.

- **Condiciones de trabajo y prácticas saludables.**

Las organizaciones de Comercio Justo cumplen las leyes nacionales e internacionales del trabajo, promocionan prácticas saludables y seguras en el lugar de trabajo con el objetivo de reducir los riesgos para la salud, así como fomentar el bienestar social de los trabajadores y trabajadoras.

- **Desarrollo de capacidades.**

Las organizaciones de Comercio Justo enfocan importantes esfuerzos y recursos en el desarrollo del talento humano y en el fortalecimiento de conocimientos y capacidades de los comerciantes, en toda la cadena de valor.

- **Promoción del Comercio Justo.**

Las organizaciones de Comercio Justo generan conciencia sobre el Comercio Justo y sobre la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial. Ofrecen a sus clientes información sobre la organización, sus productos y las condiciones en que estos son fabricados, respetando siempre los códigos éticos de publicidad y marketing.

- **Respeto por el ambiente.**

Las organizaciones de Comercio Justo promueven activamente mejores prácticas ambientales y el uso de métodos de producción responsables. Estas prácticas contemplan el uso sostenible de materias primas y embalajes, la gestión de los residuos, la agricultura ecológica, etc.(Coordinación Ecuatoriana de Comercio Justo, 2017)

5 HIPOTESIS

5.1 Formulación de Hipótesis

- El comercio formal incide en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna
- El comercio informal no incide en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna

5.2 VARIABLES

- **Variable Independiente**
Comercio Formal e Informal
- **Variable Dependiente**
Desarrollo Socioeconómico

6 METODOLOGÍA

La metodología es la teoría de los procedimientos generales de investigación que describe las características que adopta el proceso general del conocimiento científico y sus etapas, lo que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de la ciencia, los métodos aplicados permiten tener conocimientos seguros y confiables. (Bernal, 2010)

6.1 Método

Se establecieron métodos que permitió dar un direccionamiento a la presente investigación.

6.2 Método hipotético – deductivo

Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas. (José Sánchez, 2012).

La utilización de este método permitió recopilar una serie de alternativas encaminadas principalmente a dar solución a los problemas que se planteen.

6.3 Tipo de investigación

- **De campo.-** Ya que en la presente investigación se realizó en el lugar propio del problema y permitió obtener mayor información del sector de La Media Luna.
- **Explicativa.-** Porque permitió entender el origen, las causas y efectos que trae consigo, el comercio formal e informal con el propósito de mejorar el desarrollo socioeconómico del sector.

6.4 Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación fue explicativa y de campo, con el sustento del método hipotético - deductivo aplicando técnicas e instrumentos de investigación lo que permitió recolectar datos suficientes y así poder elaborar modelos adecuados a la situación del sector y de aquellos que realizan actividades comerciales.

6.5 Población y muestra

Población

La población es un conjunto de datos con características similares, lo cuales fueron estudiados para la elaboración de estrategias según sus condiciones de desarrollo (Mendoza, 2015).

De acuerdo a un previo estudio de observación, se logró determinar que aproximadamente existen 176 comerciantes, de las cuales 143 son negocios formales y 33 vendedores informales, mismos se encuentran ubicados en diferentes partes del sector comercial en estudio.

Muestra

En vista de que la población es pequeña, no se procedió a obtener una muestra por lo tanto se trabajó con toda la población.

6.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para recabar la información concerniente al problema de investigación se manejó las siguientes técnicas e instrumentos de investigación.

6.6.1 Técnicas

- **Encuesta:** Esta técnica se aplicó a cada comerciante formal e informal que labora frecuentemente en el sector de la Media Luna, con el propósito de recopilar información importante para el sustento de la presente investigación.
- **Observación:** Esta técnica permitirá constatar personalmente a todos aquellos que sean partícipes del comercio formal e informal.

6.6.2 Instrumentos

De acuerdo a las técnicas aplicadas se va utilizar los siguientes instrumentos:

- **Guía de observación:**
En este instrumento se registrarán los hechos observados, incluyendo el responsable, lugar y fecha, para ser incluidos en la presente investigación.
- **Cuestionario de encuesta:**
Es un conjunto de preguntas diseñadas que permitirá obtener información clara y precisa del mercado y los elementos que interactuar.

7 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de los datos se manejaron: cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos. La interpretación de los datos estadísticos se estableció a través de la técnica lógica de la inducción, y la discusión de los resultados. Esto se realizó en base a la síntesis, es decir desde el punto de vista del investigador. A continuación se detalla los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a los comerciantes formales e informales del sector de La Media Luna.

7.1 Encuesta dirigida a comerciantes formales del sector de la Media Luna

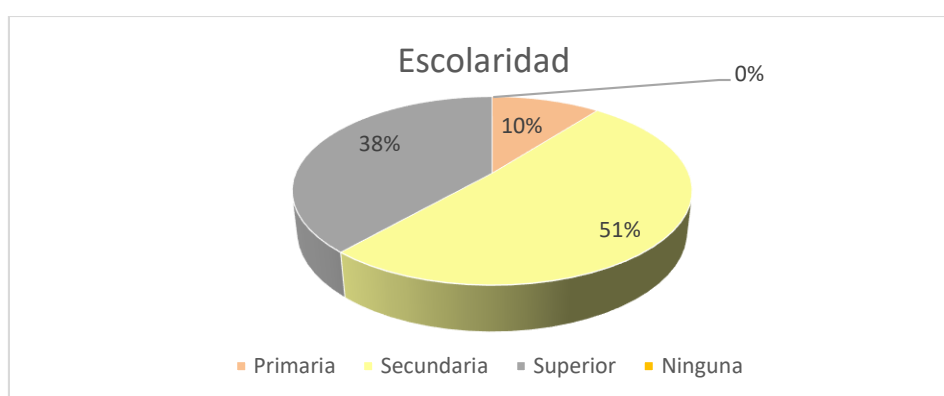
Cuadro 1 Escolaridad

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	¿Cuál es el nivel de escolaridad que usted tiene?	Primaria	15	10%
		Secundaria	73	51%
		Superior	55	38%
		Ninguna	0	0%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 1 Escolaridad



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

De acuerdo a la encuesta realizada a los comerciantes formales del sector de la Media Luna indica que el 10% posee un nivel de académico primario, el 51% posee nivel secundario, el 38% un título de tercer nivel y por último el 0% restante ha señalado que no posee ningún tipo de formación académica.

Interpretación.

Se ha determinado que la gran mayoría de comerciantes formales han tenido la oportunidad de poseer una formación académica de nivel superior, ya que han contado con el apoyo y respaldo necesario para lograr dicha formación, mismas que en la mayoría les ha abierto la oportunidad de incursionar en este tipo de negocios de carácter formal.

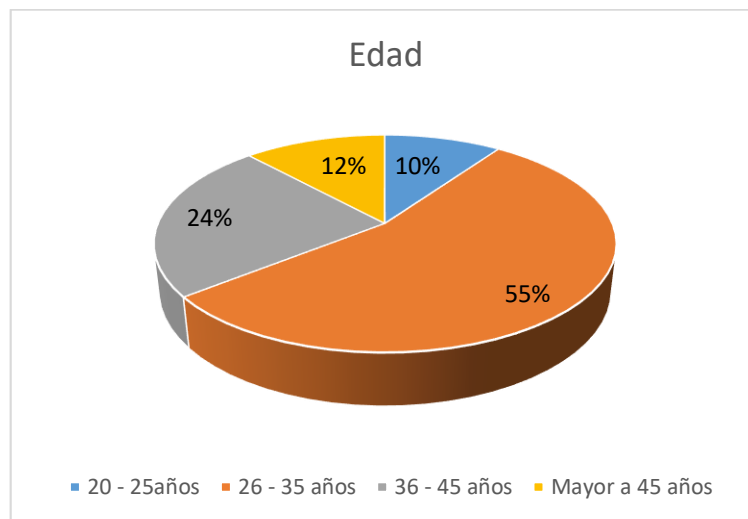
Cuadro 2 Edad

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
2	¿Cuál es la edad que usted tiene?	20 - 25años	14	10%
		26 - 35 años	78	55%
		36 - 45 años	34	24%
		Mayor a 45 años	17	12%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 2 Edad



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis:

Según los datos obtenidos se identifica que la mayoría de comerciantes formales 55% están en edades de 26 a 35 años, seguidos por el 24% que corresponde a personas con edades entre 36 a 40 años de edad, mientras que el 10% de personas poseen entre 20 a 25años y por ultimo tenemos que el 12% de comerciantes formales tiene una edad de más de 45 años.

Interpretación:

El bajo porcentaje de edad entre 20 a 25 años demuestra que para realizar actos de comercio formal no se requiere tener una edad específica sin embargo el mayor porcentaje de edad en personas de entre 26 a 35 años puede demostrar que dichos individuos pudieron haber culminado un nivel de estudios superior o simplemente la experiencia lo cual les ha permitido incursionar en el ámbito laboral formal.

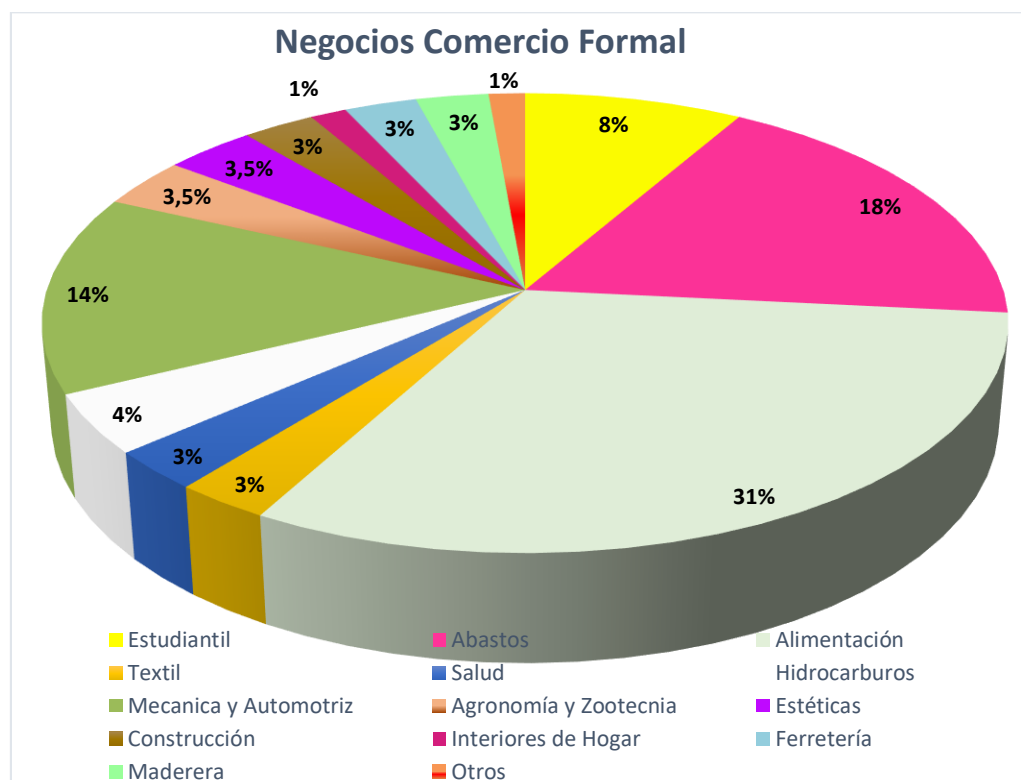
Cuadro 3 Sector Comercial

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
3	¿A qué sector comercial corresponde su Negocio?	Estudiantil	12	8%
		Abastos	26	18%
		Alimentación	45	31%
		Textil	4	3%
		Salud	4	3%
		Hidrocarburos	6	4%
		Mecánica y Automotriz	20	14%
		Agronomía y Zootecnia	5	3,5%
		Estéticas	5	3,5%
		Construcción	4	3%
		Interiores de Hogar	2	1%
		Ferretería	4	3%
		Maderera	4	3%
		Otros	2	1%
		TOTAL	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 3 Sector Comercial



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Los datos muestran que el 31% de la población labora en el sector Alimentación, por otro lado, el 18% en el sector de Abastos, mientras que con el 14% de la población ha señalado que ha laborado en el sector de Mecánica y Automotriz, con el porcentaje de 8% se encuentra el sector Estudiantil mientras que los sectores textil, salud, ferretería, maderera y de construcción poseen un porcentaje del 3% ; Los sectores de Estética, Agrónomos y Zootecnia un 3,5 %, continuando con el sector de hidrocarburos que posee un 4%, mientras que el 1% de comerciantes indicó que se dedica a otro tipo de negocio.

Interpretación

Se puede determinar que en el sector de la media Luna son aquellos negocios dedicados a la Alimentación que debido a la gran demanda son más los locales que ofrecen este tipo de producto. Este resultado tiene relación con el nivel de escolaridad ya que para establecer este tipo de negocio no necesario obtener un título de tercer nivel, por lo que muchas personas ven más factible optar por este tipo de negocios.

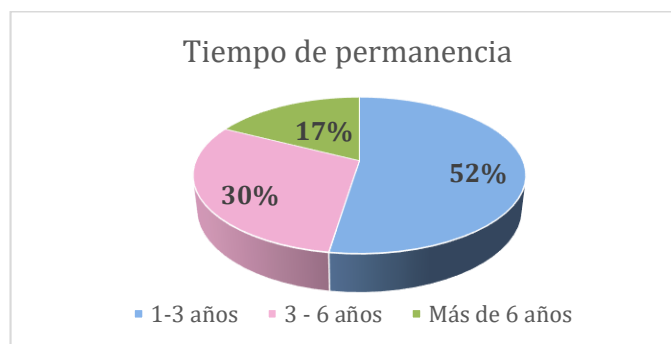
Cuadro 4 Tiempo de permanencia

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
4	¿Cuál es el tiempo que lleva en este negocio?	1-3 años	43	52%
		3 - 6 años	75	30%
		Más de 6 años	25	17%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 4 Tiempo de permanencia



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Los datos muestran que el 30% de la población considera su permanencia de 3 a 6 años, por otro lado, el 52% de la población ha señalado que ha laborado de 1 a 3 años y finalmente el 17% de comerciantes indicó que ha laborado más de 6 años.

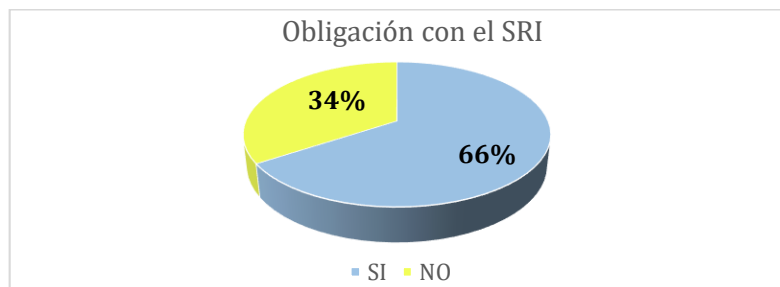
Interpretación

Se ha constatado que la mayoría de comerciantes ha permanecido laborando durante 3 a 6 años, lo que da a entender precisamente que es en la última década en la que el sector ha experimentado mayor crecimiento urbano y comercial.

Cuadro 5 Obligación con el SRI

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
5	¿Declara algún tipo de impuesto?	SI	94	66%
		NO	49	34%
		Total	143	100%

Grafico 5 Obligación con el SRI



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

La encuesta realizada refleja que el 66% de los comerciantes dedicados al comercio Formal en el sector de la Media Luna sí declaran impuestos, mientras que el otro 34% indicó que no.

Interpretación.

El 66% de comerciantes que realizan actividades económicas son titulares de bienes y derechos por lo tanto están en la obligación de declarar y contribuir al financiamiento del

estado mediante el pago de impuestos. Lo contrario sucede con la menor parte de las cifras mostradas las cuales no se han registrado y por lo tanto no contribuyen al estado y evaden impuestos.

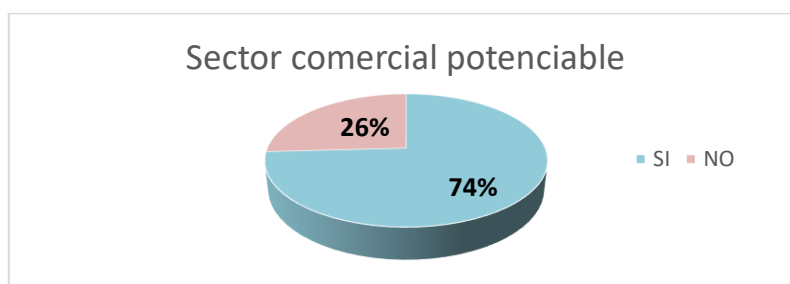
Cuadro 6 Sector comercial potencial

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
6	¿Considera que el sector de la Media Luna es un lugar potencial para el desarrollo comercial?	SI	106	74%
		NO	37	26%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 6 Sector comercial potencial



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los comerciantes formales, se ha identificado que el 74% indica que el sector de la Media Luna si es potencial y el otro 26% que no.

Interpretación.

Muchos comerciantes establecidos actualmente en el sector de la media Luna han visto a este un lugar un sector que se encuentra en vías de desarrollo urbanístico y poblacional y que poco a poco sigue teniendo más acogida, por lo que los comerciantes han visto factible la creación de pequeñas y micro negocios que permita beneficiar a ellos como ofertantes y a la población como los demandantes.

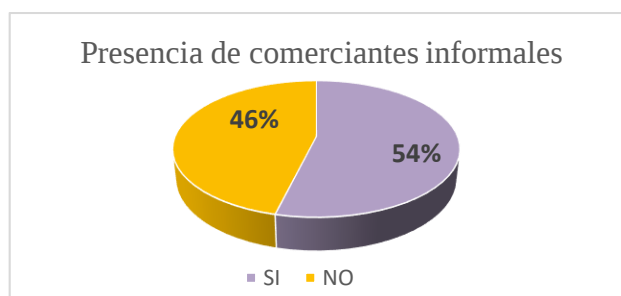
Cuadro 7 Presencia de comerciantes informales

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
7	¿Usted considera que la presencia de los comerciantes informales afecta a los comerciantes formales?	SI	77	54%
		NO	66	46%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 7 Presencia de comerciantes informales



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de las encuestas realizadas a los comerciantes formales, se muestra que el 54% indica que sí afecta al comercio formal y el 46% cree que no.

Interpretación

El comercio informal obstaculiza en un porcentaje bajo a ciertos comerciantes formales ya que los informales ofrecen similares productos a los de algunos locales comerciales pero con precios más bajos y con facilidad para adquirirlos, por lo que tienen la aceptación de muchas personas. Esto depende propiamente del comportamiento de las personas frente al consumo de productos y servicios que se ofertan en el sector de la Media Luna.

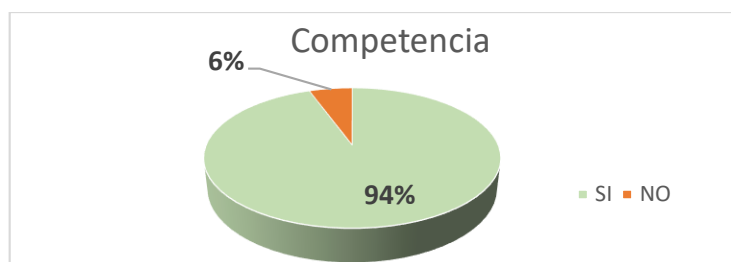
Cuadro 8 Competencia

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
8	¿Estaría dispuesto a utilizar estrategias que permitan desarrollar un comercio justo?	SI	135	94%
		NO	8	6%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 8 Competencia



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes formales, se ha identificado que el 94% indica que están de acuerdo utilizar estrategias que permitan desarrollar un comercio justo en la zona, mientras que el otro 6% indicó que no.

Interpretación

La mayoría de comerciantes está dispuesto a aplicar estrategias que permiten aplicar un comercio justo ya que les permiten mejorar y fortalecer la participación de los comerciantes en las actividades productivas mejorando el ingreso económico y la calidad de vida.

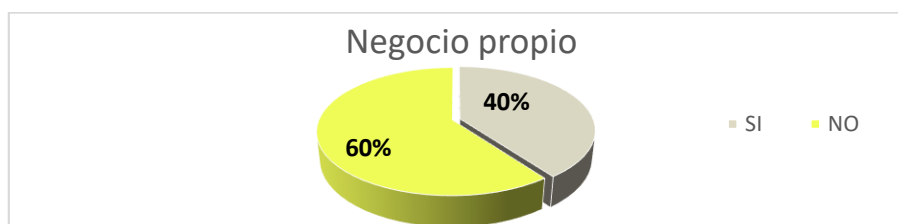
Cuadro 9 Negocio Propio

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
9	¿El establecimiento o local comercial en donde trabaja es propio?	SI	57	40%
		NO	86	60%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 9 Negocio Propio



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de una muestra de 143 negocios formales, se indica que el 40% de los

comerciantes en establecimientos o locales es propio, mientras que 60% trabajan en establecimientos o locales comerciales arrendados.

Interpretación

Los datos demuestran que el comercio formal abre la posibilidad y da apertura a la generación de renta, misma que puede proporcionar utilidad y beneficio a aquellas personas que poseen un espacio físico en el sector, aprovechado el desarrollo social y económico que se está dando en la Media Luna para generar un ingreso económico mediante la renta.

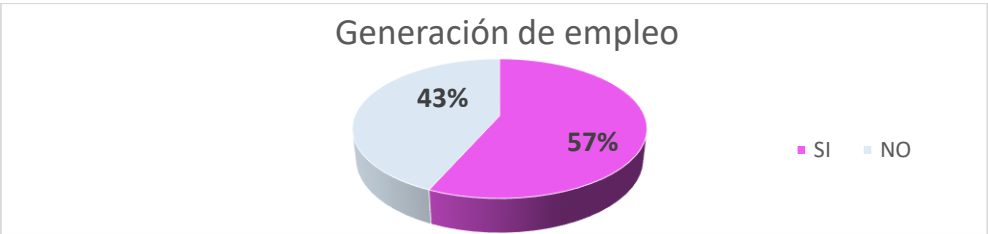
Cuadro 10 Generación de empleo

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10	¿Alguna vez ha dado empleo?	SI	81	57%
		NO	62	43%
		Total	143	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 10 Generación de empleo



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de las encuestas realizada a los comerciantes formales de una muestra de 143 negocios, el 57% sí ha generado empleo, mientras que el 43% indicó que no.

Interpretación.

El comercio formal en su mayoría ha generado al menos una plaza de empleo lo que indica que el desarrollo comercial sí permite que personas puedan acceder a un tipo de empleo que les permita generar ingresos y formar parte de la población económicamente activa.

7.2 Encuesta dirigida a comerciantes informales del sector de la Media Luna

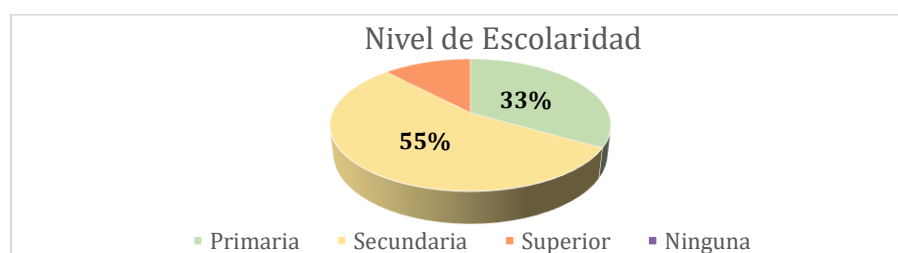
Cuadro 11 Escolaridad

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1	¿Cuál es el nivel de escolaridad que usted tiene?	Primaria	11	33%
		Secundaria	18	55%
		Superior	4	12%
		Ninguna	0	0%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 11 Escolaridad



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis

Los datos arrojados de las encuestas realizadas indican que el 55% posee el nivel educativo Secundario mientras que el 33% indico que posee un nivel de Primaria y el 12% indico que posee educación de tercer nivel.

Interpretación

La mayoría de las personas que se dedican a trabajar de manera informal poseen un nivel de escolaridad secundaria y primaria ya que no cuentan con los recursos necesarios ni el apoyo que no les permita culminar y alcanzar mejores niveles de educación. El 12% restante son inmigrantes que poseen un título de tercer nivel, sin embargo no pueden ejercer su profesión. Ambos casos por diferentes factores ya sea políticos o económicos se han visto en la necesidad de ejercer actos de comercio en la Media Luna.

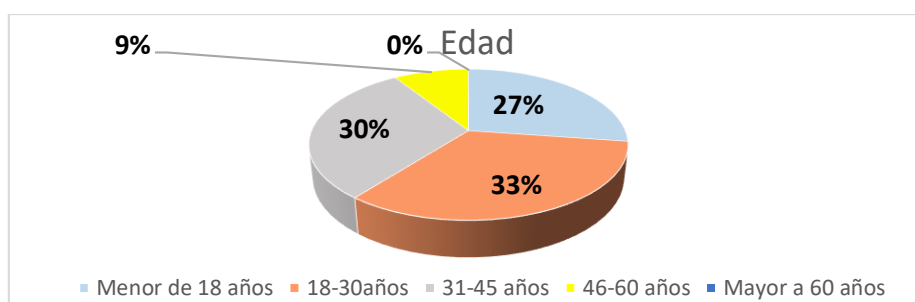
Cuadro 12 Edad

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
2	¿Cuál es la edad que usted tiene?	Menor de 18 años	9	27%
		18-30años	11	33%
		31-45 años	10	30%
		46-60 años	3	9%
		Mayor a 60 años	0	0%
		TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 12 Edad



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis

Según los datos de las encuestas realizadas a los comerciantes informales se muestra que el 33% poseen una edad de 18 a 30 años, 30% edades entre 31 a 45 años, el 27% mejores de 18 años mientras que el 9% de los comerciantes informales tienen una edad de 46 a 60 años y no existen comerciantes informales mayores de 60 años.

Interpretación

La mayoría de comerciantes informales son adultos jóvenes de entre 18 a 30 años, este porcentaje de personas se ha visto en la necesidad de comerciar informalmente ya que para ellos esta ha sido la opción más rápida pero la menos deseada que les ha permitido solventar sus gastos diarios para sobrevivir.

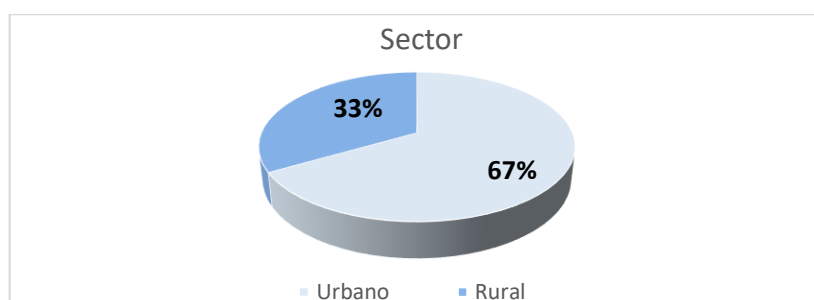
Cuadro 13 Sector

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
3	¿De qué sector proviene?	Urbano	22	67%
		Rural	11	33%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 13 Sector



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis

Según las encuestas realizadas a los comerciantes informales el 67% provienen del sector urbano mientras que el 33% pertenecen al sector rural.

Interpretación

Gran porcentaje de comerciantes residen en el sector o en lugares aledaños al mismo por lo que les resulta más fácil acudir al sector a realizar actos de comercio. Mientras que el 33% son personas del sector rural que han visto al sector un lugar estratégico para acudir a expender sus productos de manera informal.

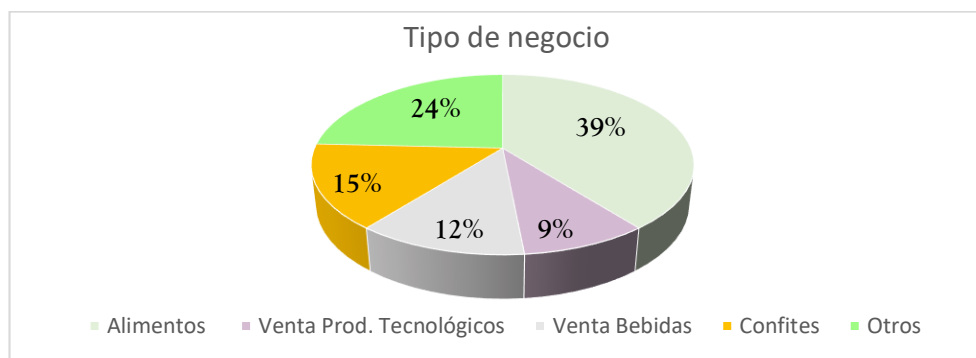
Cuadro 14 Tipo de negocio

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
4	¿A qué tipo de negocio se dedica?	Alimentos	13	39%
		Venta Prod. Tecnológicos	3	9%
		Venta Bebidas	4	12%
		Confites	5	15%
		Otros	8	24%
		TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Gráfico 14 Tipo de negocio



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis

Según las encuestas realizadas a comerciantes informales indica que el 39% de los comerciantes se dedican al expendio de alimentos, el 15% de comerciantes expende golosinas, seguidos por el 12% de comerciantes que se dedican a vender bebidas como aguas o jugos, el 9% dedicados a vender productos tecnológicos como cargadores, cd y por último el 24% se dedica a actividades varias.

Interpretación

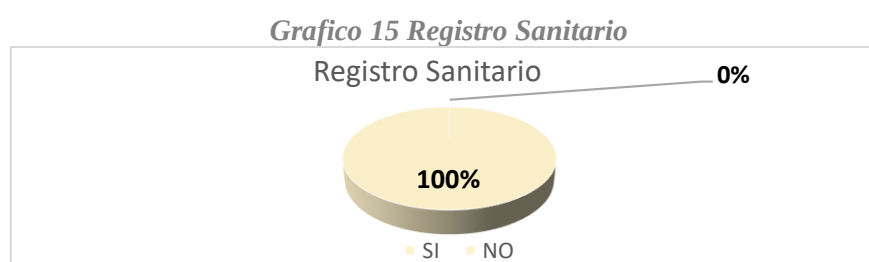
El número de comerciantes informales es variado, los datos mostrados son un número promedio de personas que se dedican a las diferentes actividades comerciales informales, prevaleciendo la venta de alimentos como el mayor sector a la que se dedican los comerciantes informales

Cuadro 15 Registro Sanitario

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
5	¿Los productos que expende poseen algún tipo de registro sanitario?	SI	0	0%
		NO	33	100%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de las encuestas realizadas a los comerciantes Informales el 100% indica que no los productos que expenden no poseen ningún tipo de registro sanitario.

Interpretación

Los productos que se expenden con mayor frecuencia en el sector de la Media Luna son productos inseguros para el consumo ya que no cuentan con un registro sanitario que garanticen el buen estado del mismo, además dichos productos poseen una calidad baja y no son sujetos a reclamos.

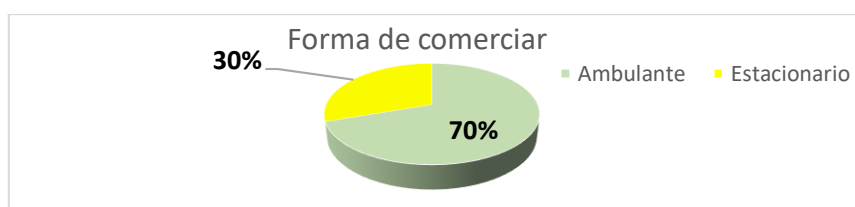
Cuadro 16 Forma de comerciar

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
6	¿De qué manera realiza la actividad?	Ambulante	23	70%
		Estacionario	10	30%
		TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 16 Forma de comerciar



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Los Datos Arrojadados de las encuestas realizadas a los comerciantes informales en el sector de la Media Luna indican que el 70% se dedican a comerciar de manera ambulante mientras que el 30% poseen un lugar estacionario donde expenden sus productos

Interpretación

La mayoría de comerciantes en el sector de la Media Luna realizan sus actividades de manera ambulante de manera que trasladan de un lugar a otro ofertando los diferentes productos y servicios a la ciudadanía principalmente a los vehículos particulares que realizan paradas obligatorias y en los buses que se detienen a recoger pasajeros.

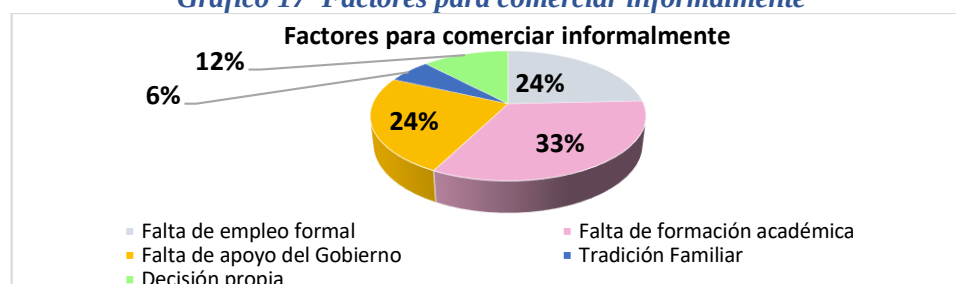
Cuadro 17 Factores para comerciar informalmente

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
7	¿Cuáles fueron los factores para comerciar informalmente?	Falta de empleo formal	8	24%
		Falta de formación académica	11	33%
		Falta de apoyo del Gobierno	8	24%
		Tradición Familiar	2	6%
		Decisión propia	4	12%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 17 Factores para comerciar informalmente



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación

Según los datos recogidos por medio de las encuestas realizadas muestra que el 33% por la falta de formación académica se han dedicado a comerciar informalmente, por otro lado el 24% de comerciantes que deciden por la informalidad es a causa de la falta de apoyo por parte del gobierno “no se puede esperar que un limpiador de vidrio que apenas gana para sobrevivir también contribuya, en su posición dichos comerciantes o contribuyen se alimentan”. Mientras que el otro 24% es debido a la falta de un nivel de escolaridad que le permita alcanzar un empleo formal. Por ultimo tenemos el 12% debido a que tomaron la decisión propia de dedicarse a la informalidad, y el 6% restante indicó que desconoce otra manera de comerciar por lo que dicha actividad se la ha realizado tradicionalmente y se ha vuelto una costumbre.

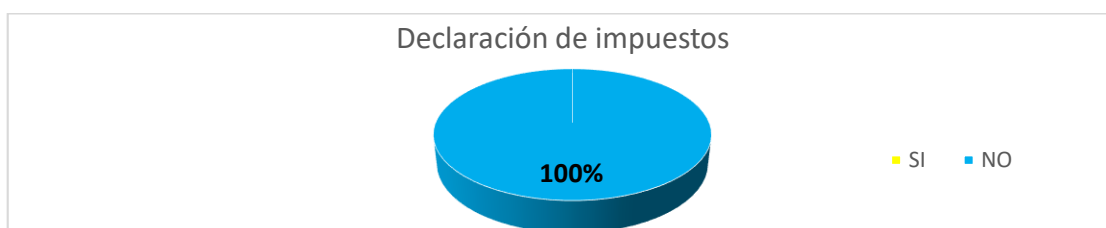
Cuadro 18 Declara impuestos

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
8	¿Declara algún tipo de impuesto o permiso?	SI	0	0%
		NO	33	100%
		TOTAL	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 18 Declaración de impuestos



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos recogidos mediante las encuestas realizadas a los comerciantes informales que comercian en el sector de la Media Luna, se indica que, el 100% de no paga ningún tipo de impuesto ni permisos.

Interpretación.

Las actividades informales reducen la base impositiva, con lo impiden el financiamiento sostenible de los bienes públicos y de protección social.

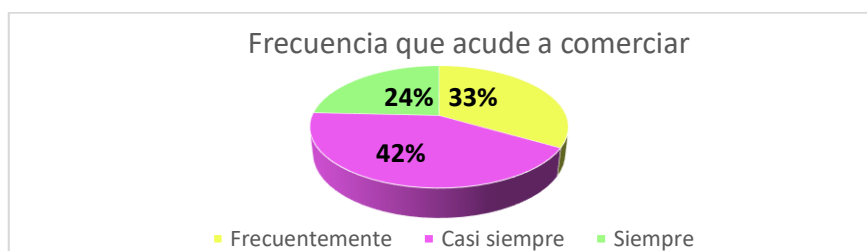
Cuadro 19 Frecuencia que acude a comerciar

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
9	¿Con qué frecuencia acude a comerciar en el sector de la Media Luna?	Frecuentemente	11	33%
		Casi siempre	14	42%
		Siempre	8	24%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 19 Frecuencia que acude a comerciar



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis

Según los datos mostrados de las encuestas realizadas a los comerciantes informales se indica que el 42% acuden casi siempre a comerciar, mientras que el 33% frecuentemente y el 24% acude siempre al comerciar en el sector de la Media Luna.

Interpretación

Los comerciantes que acuden frecuentemente son aquellos informales que se trasladan de un lugar a otro ya que no consideran al sector de la media luna como un lugar determinado y mayormente comercian los fines de semana, mientras que aquellos comerciantes que acuden siempre y casi siempre al sector son personas que viven en el mismo sector o las periferias del mismo cosa que les permite hacer del comercio informal su trabajo matutino.

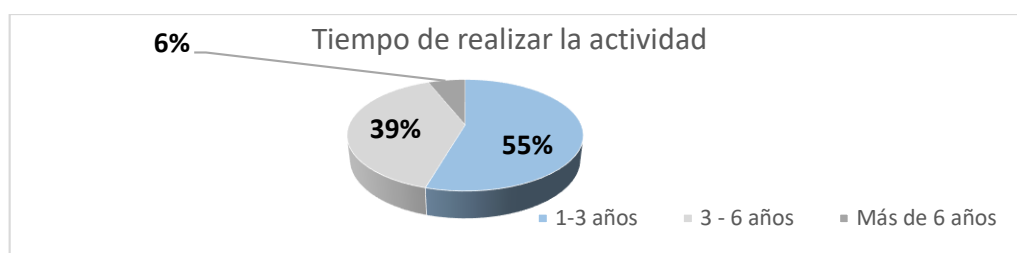
Cuadro 20 Tiempo de realizar la actividad

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10	¿Cuál es el tiempo que lleva en este negocio?	1-3 años	18	55%
		3 - 6 años	13	39%
		Más de 6 años	2	6%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 20 Tiempo de realizar la actividad



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de las encuestas realizadas a los comerciantes Informales, se indica que el 55% de los comerciantes lleva realizando actividades informales de 1 a 3 años, mientras que el 39% va desde 3 a 6 años y por último el 6% corresponde a personas que han laborado durante más de 6 años

Interpretación

Dichos datos indican que en los últimos años el comercio informal persiste y que no ha existido disminución alguna, al contrario se puede evidenciar que existe un aumento leve especialmente los feriados y fines de semana.

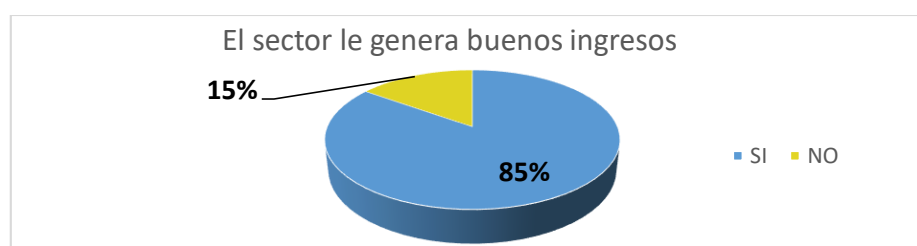
Cuadro 21 El sector le genera buenos ingresos

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
11	¿Cree que el sector comercial de la Media Luna le ha generado buenos ingresos para su economía?	SI	28	85%
		NO	5	15%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 21 El sector le genera buenos ingresos



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de las encuestas realizadas a los comerciantes Informales se muestra que el

85% de comerciantes sí generan ingresos económicos mientras que el 15% restantes indican que no.

Interpretación

Crecimiento poblacional y comercial en La Media Luna ha sido fundamental para que muchos comerciantes informales opten por expender los productos de necesidad básica con las ventajas que comerciar de esta manera otorga, por lo que la mayoría de comerciantes sí sacan provecho y generan ingresos que les permita sobrellevar sus necesidades. Mientras que el otro porcentaje no debido a que muchas veces los productos que expenden no son de interés o no va de acuerdo a las necesidades del consumidor.

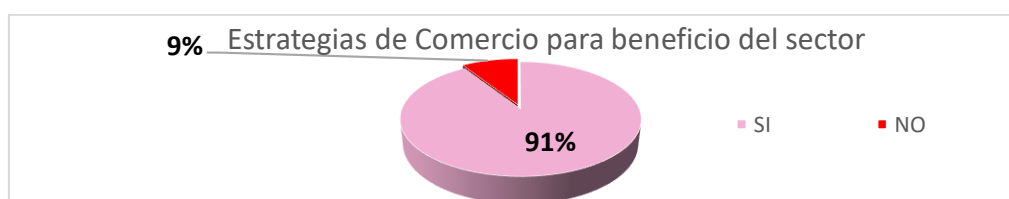
Cuadro 22 Estrategias de Comercio para beneficio del sector

No	Pregunta	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
12	¿Estaría dispuesto a utilizar estrategias que permitan desarrollar un comercio justo?	SI	30	91%
		NO	3	9%
		Total	33	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 22 Estrategias de Comercio para beneficio del sector



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis.

Según los datos de las encuestas realizadas a los comerciantes Informales indican que el 91% de comerciantes sí le interesa utilizar estrategias que les permita llevar a cabo un comercio justo mientras que el 9% restante indica que no están interesados.

Interpretación

Muchos comerciantes informales son conscientes que podrían sobrellevar los actos de comercio de manera justa que les permita trabajar sin perjudicar a nadie al contrario están dispuestos a encontrar alguna solución estratégica que permita llevar a cabo un comercio justo.

8 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

8.1 El comercio formal incide positivamente en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna

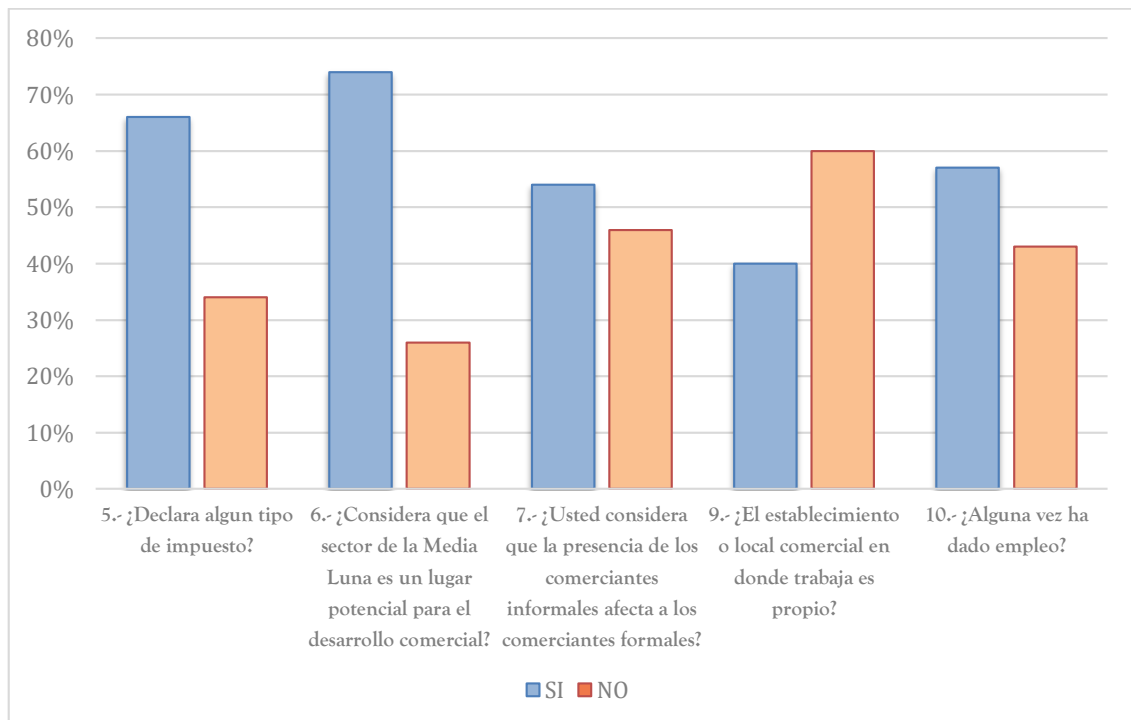
Cuadro 23 Comprobación de Hipótesis

Preguntas	Datos	SI	NO	Total
5.- ¿Declara algún tipo de impuesto?		66%	34%	100%
6.- ¿Considera que el sector de la Media Luna es un lugar potencial para el desarrollo comercial?		74%	26%	100%
7.- ¿Usted considera que la presencia de los comerciantes informales afecta a los comerciantes formales?		54%	46%	100%
9.- ¿El establecimiento o local comercial en donde trabaja es propio?		40%	60%	100%
10.- ¿Alguna vez ha dado empleo?		57%	43%	100%

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 23 Comprobación de Hipótesis



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes formales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes formales, podemos establecer que este tipo de comercio incide positivamente en el desarrollo socioeconómico del sector de la Media Luna. Lo cual comprueba la hipótesis planteada mediante los siguientes resultados establecidos.

- El 66% de comerciantes que realizan actividades económicas son titulares de bienes y derechos por lo tanto están en la obligación de declarar y contribuir al estado mediante el pago de impuestos.
- El 75% de comerciantes formales establecidos actualmente en el sector de la media Luna han visto a este un lugar un sector que se encuentra en vías de desarrollo urbanístico y poblacional y que poco a poco sigue teniendo más acogida, por lo que muchos comerciantes han visto factible la creación de pequeñas y micro negocios que permita beneficiar a ellos como ofertantes y a la población como los demandantes.
- El comercio informal obstaculiza en un 54% a ciertos comerciantes formales ya que los informales ofrecen similares productos a los de algunos locales comerciales pero con precios más bajos y con facilidad para adquirirlos, por lo que tienen la aceptación de muchas personas. Esto depende propiamente del comportamiento de las personas frente al consumo de productos y servicios que se ofertan en el sector de la Media Luna.
- Los datos demuestran que el comercio formal abre la posibilidad y da apertura a la generación de renta, misma que puede proporcionar utilidad y beneficio a aquellas personas que poseen un espacio físico en el sector, aprovechado el desarrollo social y económico que se está dando en la Media Luna para generar un ingreso económico mediante la renta.
- El comercio formal en su mayoría ha generado al menos una plaza de empleo lo que indica que el desarrollo comercial sí permite que personas puedan acceder a un tipo de empleo que les permita generar ingresos y formar parte de la población económicamente activa.

8.2 El comercio informal incide negativamente en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna.

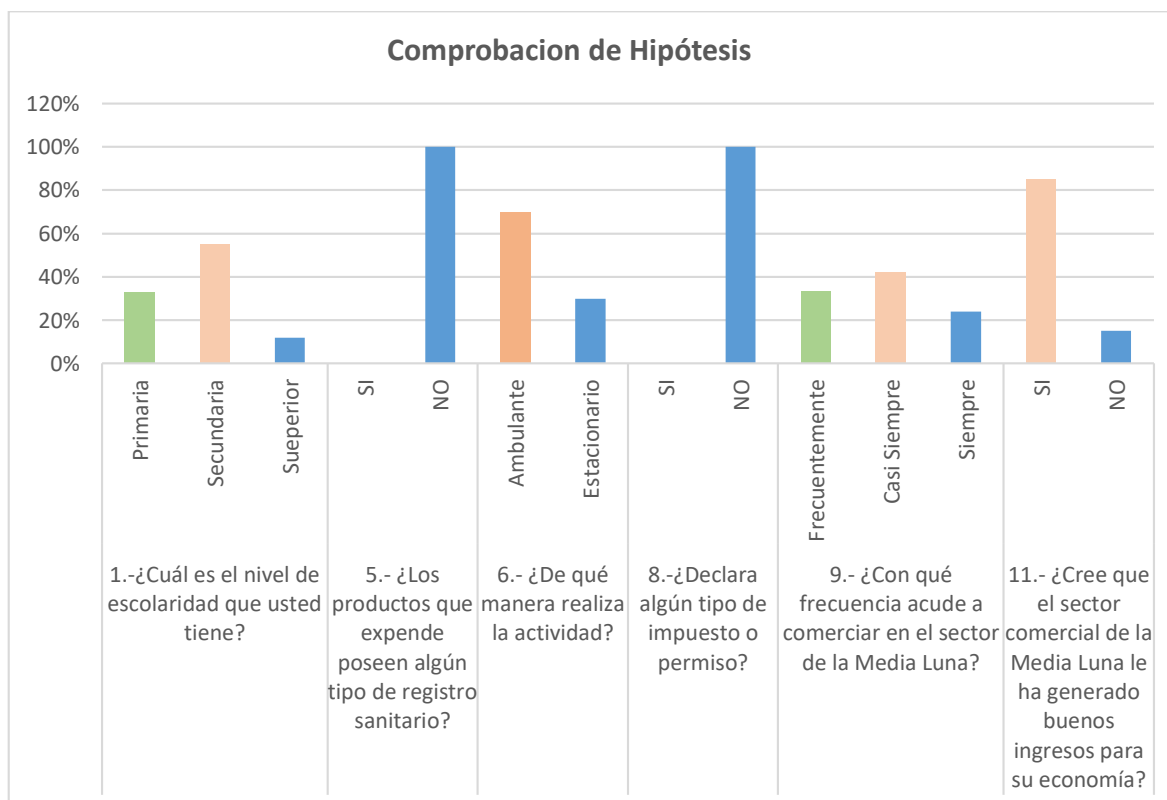
Cuadro 24 Comprobacion de Hipotesis Comercio Informal

Preguntas	Datos	Porcentajes	Total
1.- ¿Cuál es el nivel de escolaridad que usted tiene?	Primaria	33%	100%
	Secundaria	55%	
	Superior	12%	
5.- ¿Los productos que expende poseen algún tipo de registro sanitario?	SI	0%	100%
	NO	100%	
6.- ¿De qué manera realiza la actividad?	Ambulante	70%	100%
	Estacionario	30%	
8.-¿Declara algún tipo de impuesto o permiso?	SI	0%	100%
	NO	100%	
9.- ¿Con qué frecuencia acude a comerciar en el sector de la Media Luna?	Frecuentemente	34%	100%
	Casi Siempre	42%	
	Siempre	24%	
11.- ¿Cree que el sector comercial de la Media Luna le ha generado buenos ingresos para su economía?	SI	85%	100%
	NO	15%	

Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Grafico 24 Comprobación de Hipótesis



Fuente: Encuesta realizada a comerciantes informales del sector de la Media Luna

Elaboración: Propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes informales, podemos establecer que este tipo de comercio incide de manera negativa en el desarrollo socioeconómico del sector de la Media Luna. Lo cual comprueba la hipótesis planteada mediante los siguientes resultados establecidos.

- La mayoría de las personas que se dedican a trabajar de manera informal poseen un nivel de escolaridad secundaria y primaria ya que no cuentan con los recursos necesarios ni el apoyo que les permita culminar y alcanzar mejores niveles de educación. El 12% restante son inmigrantes que poseen un título de tercer nivel, sin embargo no pueden ejercer su profesión. Ambos casos por diferentes factores ya sea políticos o económicos se han visto en la necesidad de ejercer actos de comercio en la Media Luna.
- Los productos que se expenden con mayor frecuencia en el Sector de la Media Luna son productos inseguros para el consumo ya que no cuentan con un registro sanitario que garanticen el buen estado del mismo, además dichos productos poseen una calidad baja y no son sujetos a reclamos.
- Aquellos comerciantes ambulantes recorren los lugares de la zona ofreciendo los diferentes productos y suvenires y esto muchas veces ha obstaculizado el tránsito peatonal ocasionando malestar por los moradores del sector que principalmente los feriados y fines de semana que tienen que lidiar con esta problemática. Por otro lado aquellos comerciantes estacionarios han visto un pequeño lugar determinado para establecerse y comerciar, estos muchas veces no cuentan con las debidas normas de seguridad, salubridad e higiene.
- Las actividades informales reducen la base impositiva, con lo impiden el financiamiento sostenible de los bienes públicos y de protección social.
- Los comerciantes que acuden frecuentemente son aquellos informales que se trasladan de un lugar a otro ya que no consideran al sector de la media luna como un lugar determinado y mayormente comercian los fines de semana, mientras que aquellos comerciantes que acuden siempre y casi siempre al sector son personas que viven en el mismo sector o las periferias del mismo cosa que les permite hacer del comercio informal su trabajo matutino.

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones comercio formal

- Se ha podido identificar que en el sector de La Media Luna existen aproximadamente 176 negocios comerciales de los cuales 143 son establecimientos formales. La mayoría personas que se dedican al comercio formal poseen un nivel de educación secundario y de tercer nivel, mantienen un promedio de edad de entre 26 a 35 años, la principal actividad a la que se dedican se basa en el expendio de alimentos, el tiempo que han dedicado a las diferentes actividades comerciales va de entre 1 a 3 años, de los cuales la mayoría han indicado que si cumplen y declaran los debidos impuestos y permisos para comerciar tranquilamente pues consideran que el sector de la media Luna sí es un lugar potencial que les permitirá aventajarse económicamente. Aun siendo que muchos comerciantes formales especialmente del sector alimenticio sí se han visto afectados por la presencia de la informalidad.

Por otro lado el comercio formal ha impulsado la producción local potencializando las cadenas de valor permitiendo que muchas personas por ejemplo apuesten por la creación de Pyme's, cooperativas y micro emprendimientos, generando empleo local ayudando a potenciar los recursos que presenta el sector de la Media Luna.

- El comercio formal ha mejorado la productividad y dinamismo de la economía del sector de la Media Luna, así mismo ha permitido mejorar las condiciones de trabajo y de vida mediante la inclusión social y laboral de muchos comerciantes informales. Además que mediante dichas actividades comerciales ha permitido satisfacer las necesidades de una población determinada con la oferta de los diversos productos y servicios.
- La mayoría de comerciantes formales están de acuerdo a aplicar las estrategias que permita desarrollar un comercio justo, están conscientes que esto les ayudará a generar un mejor nivel de asociatividad y organización, creación de oportunidades para productores y consumidores en desventaja económica,

relaciones comerciales justas, pago de un precio Justo, respeto de las normas de trabajo infantil, explotación laboral y respeto por el ambiente.

9.2 Conclusiones comercio informal

- Se ha podido identificar que en el sector de La Media Luna existen 176 negocios comerciales de los cuales 33 lo conforman comerciantes ambulantes y estacionarios. La mayoría personas que se dedican al comercio informal poseen un nivel de educación primaria y secundaria, mantienen un promedio de edad de entre 18 a 45 años, la principal actividad a la que se dedican se basa en el expendio de alimentos, el sector del que provienen aquellos comerciantes es del sector urbano, de los cuales la mayoría han indicado que expende sus productos y servicios de manera ambulante y que el factor predominante para dedicarse a estas actividades es debido a que no cuentan con el apoyo suficiente de parte del gobierno y que además no cuentan con una formación académica que les permita la inclusión a un empleo formal. Laborar informalmente les ha significado a la gran mayoría librarse del pago de impuesto por lo que evaden a la misma y no cuentan con un permiso que avale su trabajo, a ello se suma que los productos que expenden no poseen un registro sanitario que garantice seguridad al momento de consumo. La mayoría de los comerciantes informales llevan en el sector un promedio de 1 a 3 años y casi siempre frecuentan debido a que consideran que el lugar sí ha generado buenos ingresos para su economía que les ha permitido solventar sus gastos básicos.
- La presencia de los comerciantes informales en el sector de la Media Luna conlleva a generar problemas de desorden público, disputas entre comerciantes, insalubridad, ruido, contaminación ambiental, además la población está propensa a ser víctimas de estafas, e inseguridad lo que da como resultado una mala imagen e impacto negativo hacia el desarrollo social y económico del sector.
- El comercio informal no aporta al desarrollo socio económico del sector ya que dichos comerciantes se benefician individualmente mas no generan ningún aporte social y económico al sector.

9.3 Recomendaciones

- Como el incremento poblacional y urbanístico de la ciudad es constante es indispensable que se creen espacios adecuados acordes a la demanda existente en el sector con la finalidad de reubicar a los comerciantes informales evitando así muchos de los inconvenientes presentados por la informalidad en el sector de la Media Luna.
- Es necesario que exista un control más exhaustivo por parte de las entidades correspondientes a los buses de transporte cantonal e interprovincial ya que estos también generan desorden, insalubridad, contaminación auditiva y ambiental, e impiden la libre circulación de las personas, obstaculizando el desarrollo en el sector de la Media Luna.
- Es importante que los comerciantes formales e informales del sector de La Media vean factible la conformación de una asociación que les permita hacer frente a las necesidades que tienen al realizar los actos de comercio y de esta manera fortalecer el comercio en temporadas de gran afluencia para que de esta manera poder realizar su actividad de manera justa y en las mejores condiciones.
- Debido a la gran afluencia de comerciantes formales e informales, es importante la aplicación de las estrategias que permita ejercer un comercio que beneficie al sector. Con la implementación de dichas estrategias se espera cambiar la situación actual del desorden, congestionamiento vehicular, insalubridad, delincuencia, estafa que forma parte de la actividad comercial cotidiana en el sector de la Media Luna.

10 BIBLIOGRAFÍA

- Avendaño, M. J. (31 de 05 de 2012). *Poblanerías .com*. Recuperado el 12 de 06 de 2019, de <https://www.poblanerias.com/2012/05/comercio-formal-vs-comercio-informal/>
- Casalis, A. (febrero de 2009). *CEDEL*. Proyecto de investigación, Buenos Aires. Recuperado el 04 de julio de 2019, de [municipios.unq.edu.ar: http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Que%20es%20el%20desarrollo%20local%20Casalis.pdf](http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Que%20es%20el%20desarrollo%20local%20Casalis.pdf)
- Cevallos, V. H. (27 de septiembre de 2017). El Universo. *Norma de tránsito afecta a negocios en Riobamba*. Recuperado el 20 de 06 de 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/09/27/nota/6402469/norma-transito-afecta-negocios>
- Comercio. (30 de 03 de 2017). *Significados.com*. Recuperado el 06 de 10 de 2019, de <https://www.significados.com/comercio/>
- Coordinacion Ecuatoriana de Comercio Justo. (junio de 2017). *Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo*. Ecuador. Recuperado el 05 de julio de 2019, de <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>
- Definicion.de. (2019). Recuperado el 24 de junio de 2019, de <https://definicion.de/comercio/>
- definicion.mx. (21 de noviembre de 2015). *definicion.mx*. Obtenido de <https://definicion.mx/nivel-socioeconomico/>
- Durand, F. (2007). *pucp.edu.pe*. Recuperado el 05 de 06 de 2019, de <http://escuela.pucp.edu.pe/gobierno/images/documentos/el%20peru%20fracturado%20-%20francisco%20durand.pdf>
- Espacios, R. (2018). *Revista ESPACIOS*. Recuperado el 12 de 06 de 2019, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n41/18394104.html>
- GADM Riobamba. (04 de 2017). *gadmriobamba.gob.ec*. Recuperado el 06 de 2019, de http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2017/abril/Ordenanza_006_2017_Ocupaci%C3%B3n_Via_y_Espacios_Publicos_R_O.pdf
- GADMRIOBAMBA, .. (2014). *Plan Estratégico Programático del Municipio de Riobamba*. Riobamba. Recuperado el 25 de junio de 2019, de http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2018/mayo/PlanEstrategicoProgramaticoInstitucional_mayo_2018.pdf
- Ibarra, L. (03 de marzo de 2014). *SlideShare*. Recuperado el 04 de julio de 2019, de <https://es.slideshare.net/leonelibarra/socioeconoma-31843998>
- 2018/Boletin%20tecnico%20de%20empleo%20diciembre%202018.pdf
- Izquierdo, R. (27 de diciembre de 2017). *Integria IMS*. Obtenido de <https://integriaims.com/factores-que-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor/>
- LEXIS. (20 de 08 de 2017). *LEXIS FINDER*. Recuperado el 06 de 10 de 2019, de *Codigo de comercio*: <http://www.lexis.com.ec/wp-content/uploads/2017/09/CODIGO-DE-COMERCIO.pdf>
- Lucio, V. G. (22 de septiembre de 2017). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Recuperado el 20 de junio de 2019, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9286/1/T-UCSG->

PRE-ECO-MD-ADM-85.pdf

- Maria Rosario Argos, J. (2016). *EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DEL CENTRO COMERCIAL POPULAR "LA CONDAMINE" SECCIÓN PRENDAS DE VESTIR DURANTE EL PERÍODO 2014*". Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba. Recuperado el 25 de junio de 2019, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3887/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2017-0016.pdf>
- Marin, K. C. (14 de Julio de 2010). *Slide Share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/kloper/comercio-formal-e-informal>
- OIT. (2014). Analizar el desempleo. 7-16. Recuperado el junio de 2019, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_563303.pdf
- Padilla, N. R. (2011). *EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA*. Universidad Tecnica del Norte. Ibarra: <http://repositorio.utn.edu.ec>. Recuperado el 10 de 06 de 2019, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2168/1/02%20IEF%2021%20TE SIS.pdf>
- Pérez, R. Q. (Enero de 2014). *rcientíficas.uninorte.edu.co. Investigacion y Desarrollo*. Recuperado el 12 de 06 de 2019, de http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewArticle/3078/5647#n**
- pibank. (16 de octubre de 2018). *pibank.es*. Obtenido de <https://www.pibank.es/indicadores-economicos/>
- Plan Estrategico Programatico Institucional, .. (mayo de 2018). *gadmriobamba.gob.ec*. Recuperado el 24 de junio de 2019, de http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2018/mayo/PlanEstrategicoProgramaticoInstitucional_mayo_2018.pdf
- Prensa, L. (10 de Julio de 2017). Mini-Terminal divide a vecinos y comerciantes . (AKREAR, Ed.) pág. 1. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de <http://www.laprensa.com.ec/interna.asp?id=13344#.XQJ-2FVKjIU>
- RUNAE. (2017). <http://repositorio.unae.edu.ec>. Recuperado el 12 de 06 de 2019, de <http://repositorio.unae.edu.ec/bitstream/123456789/235/1/runae%202017-12-186-206ed.2-%20diciembre%202017.pdf>
- Salas, C. (2018). *Univeristat de València*. Recuperado el 13 de 06 de 2019, de <https://www.uv.es/sasece/rese1.htm>
- Significados. (30 de Marzo de 2017). *Significados.com*. Recuperado el 20 de junio de 2019, de <https://www.significados.com/comercio/>
- UFG, U. F. (2017). <http://ri.ufg.edu.sv>. Recuperado el 11 de 06 de 2019, de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7592/2/341.582-V152e-CAPITULOS.pdf>

11 ANEXOS

11.1 Cuestionario



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**

✓ **Encuesta dirigida a comerciantes formales del sector de la Media Luna**

Objetivo: El presente cuestionario tiene fines académicos, se realizará con la final de obtener información acerca de los comerciantes Formales y así poder determinar la influencia que tienen en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna.

Indicaciones: Selecciones la opción que considere correcta de forma honesta

Pregunta 1.- ¿Cuál es el nivel de escolaridad que usted tiene?

Alternativa	Frecuencia
Primaria	
Secundaria	
Superior	
Ninguna	

Pregunta 2. ¿Cuál es la edad que usted tiene?

Alternativa	Frecuencia
20 - 25años	
26 - 35 años	
36 - 45 años	
Mayor a 45 años	

Pregunta 3. ¿A qué sector comercial corresponde su Negocio?

Alternativa	Frecuencia
Estudiantil	
Abastos	
Alimentación	
Textil	
Salud	
Hidrocarburos	
Mecánica y Automotriz	

Agronomía y Zootecnia	
Estéticas	
Construcción	
Interiores de Hogar	
Ferretería	
Maderera	
Otros	

Pregunta 4. ¿Cuál es el tiempo que lleva en este negocio?

Alternativa	Frecuencia
1-3 años	
3 - 6 años	
Más de 6 años	

Pregunta 5. ¿Declara algún tipo de impuesto?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 6. ¿Considera que el sector de la Media Luna es un lugar potencial para el desarrollo comercial?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 7. ¿Usted considera que la presencia de los comerciantes informales afecta el progreso y desarrollo local del sector?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a utilizar estrategias que permitan desarrollar un comercio justo?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 9 ¿El establecimiento o local comercial en donde trabaja es propio?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 10. ¿Alguna vez ha dado empleo?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

✓ **Encuesta dirigida a comerciantes informales del sector de la Media Luna**

Objetivo: El presente cuestionario tiene fines académicos, se realizará con la final de obtener información acerca de los comerciantes Informales y así poder determinar la influencia que tienen en el desarrollo socio económico del sector de la Media Luna.

Indicaciones: Selecciones la opción que considere correcta de forma honesta

Pregunta 1. ¿Cuál es el nivel académico que usted tiene?

Alternativa	Frecuencia
Primaria	
Secundaria	
Superior	
Ninguna	

Pregunta 2. ¿Cuál es la edad que usted tiene?

Alternativa	Frecuencia
20 - 25años	
26 - 35 años	
36 - 45 años	
Mayor a 45 años	

Pregunta 3. ¿De qué sector proviene?

Alternativa	Frecuencia
Urbano	22
Rural	11

Pregunta 4. ¿A qué tipo de negocio se dedica?

Alternativa	Frecuencia
Alimentos	
Venta Prod. Tecnológicos	
Venta Bebidas	
Confites	
Otros	

Pregunta 5. ¿Los productos que expende poseen algún tipo de registro sanitario?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 6.- ¿De qué manera realiza la actividad?

Alternativa	Frecuencia
Ambulante	
Estacionario	

Pregunta 7.- ¿Cuáles fueron los factores para comerciar informalmente?

Alternativa	Frecuencia
Falta de empleo formal	
Falta de formación académica	
Falta de apoyo del Gobierno	
Tradición Familiar	
Decisión propia	

Pregunta 8. ¿Declara algún tipo de impuesto o permiso?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 9. ¿Con qué frecuencia acude a comerciar en el sector de la Media Luna?

Alternativa	Frecuencia
Frecuentemente	
Casi siempre	
Siempre	

Pregunta 10.- ¿Cuánto tiempo tiene realizando esta actividad?

Alternativa	Frecuencia
1-3 años	
3 - 6 años	
Más de 6 años	

Pregunta 11. ¿Cree que el sector comercial de la Media Luna ha generado buenos ingresos para su economía?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

Pregunta 12. ¿Estaría dispuesto a utilizar estrategias que permitan desarrollar un comercio justo?

Alternativa	Frecuencia
SI	
NO	

11.2 Operacionalización de las variables

Variable Independiente.- Comercio Formal e Informal

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
Según Durand, F. (2007) “El Comercio formal la componen empresas y trabajadores que operan dentro de la legalidad, todos ellos, según las leyes y las normas vigentes deben pagar impuestos y contribuir al financiamiento del Estado”.	Producto	Productos con características propias.	Instrumentos Encesta
	Servicio	Unidades de Negocio	Observación directa
	Precio	Precios fijos	Técnica Cuestionario Observación

VARIABLE DEPENDIENTE: Desarrollo Socioeconómico

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
El desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales y con ello la dignidad humana.	Economía	Impacto económico	Instrumentos Encesta Observación directa
	Mercado	Productividad Progreso	Técnica Cuestionario Observación
	Satisfacción personales y sociales	Modelos para el comercio Justo	

11.3 SECTOR COMERCIAL DE LA MEDIA LUNA

✓ COMERCIO FORMAL



Fotografía 1 Encuesta a comerciante Formal



Fotografía 2 Encuesta a comerciante formal



Fotografía 3 Encuesta a comerciante Formal



Fotografía 4 Encuesta a comerciante Formal



Fotografía 5 Local Comercial Formal - Cabinas



Fotografía 6 Comercio Formal- Farmacia



Fotografía 7 comercio Formal-Gasolinera



Fotografía 8 Comercio Formal-Vulcanizadora



Fotografía 9 Comercio Formal-Aserradero



Fotografía 10 Comercio Formal- Bloquera



Fotografía 11 Comercio Formal- Night Club



Fotografía 12 Comercio formal- Restaurante

✓ COMERCIO INFORMAL



Fotografía 13 Comerciante Informal-Aguatero



Fotografía 14 Comerciante Informal-Alimentos



Fotografía 15 Comerciante Informal – Confites



Fotografía 16 Comerciante informal - Alimentos



Fotografía 17 Comerciante informal–Alimentos



Fotografía 18 Comercio informal-Otros

SECTOR MEDIA LUNA



Fotografía 19 Sector Media Luna Buses Provinciales



Fotografía 20 Sector Media Luna-Buses Intercantonales



Fotografía 21 Sector Media Luna