



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

**“ESTUDIO ECONÓMICO DEL SECTOR COMERCIAL
INFORMAL EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO
2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

MARIA SILVANA JIMENEZ MUÑOZ

Riobamba – Ecuador

2024



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

**“ESTUDIO ECONÓMICO DEL SECTOR COMERCIAL
INFORMAL EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO
2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: MARIA SILVANA JIMENEZ MUÑOZ

DIRECTOR: ECON. ANTONIO DURÁN PINOS

Riobamba – Ecuador

2024

© 2024, **Maria Silvana Jimenez Muñoz**

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

Yo, María Silvana Jiménez Muñoz, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 14 de marzo de 2024

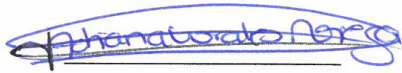
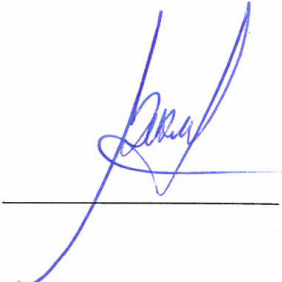
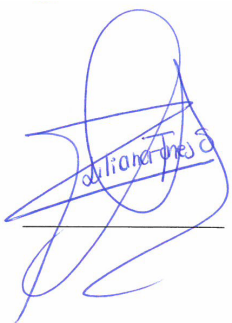


María Silvana Jiménez Muñoz

150123048-4

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, “**ESTUDIO ECONÓMICO DEL SECTOR COMERCIAL INFORMAL EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022.**”, realizado por la señorita: **MARIA SILVANA JIMENEZ MUÑOZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Econ. Adriana Margarita Morales Noriega PRESIDENTA DEL TRIBUNAL		2024-03-14
Econ. Antonio Durán Pinos DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2024-03-14
Ph.D Liliana Alejandra Funes Samaniego MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2024-03-14

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mi Padre Ángel por brindarme su apoyo incondicional en los momentos que más he necesitado, por su sacrificio, paciencia y amor constante, lo cual me ha impulsado a seguir mis sueños y por siempre creer en mí. A mis hermanos Alex y Cristian por ser mi ejemplo y por siempre alentarme a seguir adelante, cumplir mis metas y nunca dejarme caer en los momentos difíciles. A mi angelito en el cielo, mi abuelito Amable quien siempre confió en mí, y me brindo consejos cuando lo necesitaba. A través de este trabajo rindo un homenaje a la persona que fuiste y todo lo que me enseñaste.

Silvana

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios por dotarme de fuerza y sabiduría durante cada desafío académico. A los profesores de la carrera por compartir sus conocimientos y aportar en mi vida profesional. A mis compañeros de estudio, pero principalmente quiero agradecer a mi mejor amigo Bryan Landi quien siempre me ha brindado su apoyo incondicional, con quien he compartido alegrías y también momentos difíciles, por las palabras de ánimo, la paciencia y por siempre tener disposición para ayudarme.

Silvana

ÍNDICE DE CONTENIDO

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

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Objetivos	4
<i>1.3.1 Objetivo General.....</i>	<i>4</i>
<i>1.3.2 Objetivos Específicos</i>	<i>4</i>
1.4 Justificación	5
<i>1.4.1 Justificación Teórica</i>	<i>5</i>
<i>1.4.2 Justificación Metodológica</i>	<i>5</i>
<i>1.4.3 Justificación Práctica</i>	<i>5</i>

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.2 Estudio/ Análisis	8
2.3 Economía.....	8
2.4 Análisis Económico.....	9
<i>2.4.1 Importancia de un Análisis Económico</i>	<i>10</i>
<i>2.4.2 Enfoques del análisis económico</i>	<i>10</i>
<i>2.4.2.1 Microeconomía.....</i>	<i>10</i>
<i>2.4.2.2 Macroeconomía.....</i>	<i>11</i>
<i>2.4.3 Etapas de un análisis Económico</i>	<i>11</i>
<i>2.4.3.1 Etapa de diseño de la operación</i>	<i>12</i>

2.4.3.2	<i>Etapa de seguimiento y evaluación</i>	13
2.4.3.3	<i>Etapa de evaluación</i>	13
2.5	Contexto Económico	13
2.5.1	<i>Latinoamérica</i>	14
2.5.2	<i>Ecuador</i>	15
2.5.3	<i>Riobamba</i>	17
2.6	Mercado Formal	18
2.6.1	<i>Características del mercado formal</i>	19
2.6.2	<i>Ventajas y Desventajas</i>	19
2.7	Mercado Informal	19
2.7.1	<i>Características</i>	20
2.7.2	<i>Ventajas y desventajas</i>	21
2.7.3	<i>Tipos de comercio informal</i>	21
2.7.4	<i>Causas y efectos del comercio informal</i>	22
2.8	Indicadores de la Informalidad	25
2.8.1	<i>Empleo</i>	25
2.8.2	<i>Desempleo</i>	26
2.8.3	<i>Ventas</i>	26
2.8.4	<i>Ingresos</i>	27
2.8.5	<i>Rentabilidad</i>	27
2.8.6	<i>Nivel pobreza</i>	28
2.8.7	<i>Nivel de educación</i>	28
2.8.7.1	<i>Nivel de educación primaria</i>	29
2.8.7.2	<i>Nivel de educación secundaria</i>	29
2.8.7.3	<i>Nivel de educación superior</i>	29
2.8.8	<i>Nivel socioeconómico</i>	29
2.8.8.1	<i>Grupos socioeconómicos</i>	30
2.9	Emprendimiento e informalidad	31
2.10	El mercado	31
2.10.1	<i>Funcionamiento de los mercados</i>	32
2.10.2	<i>Mercados Municipales</i>	33
2.10.2.1	<i>Características de los Mercados Municipales</i>	33
2.10.2.2	<i>Importancia de los Mercados Municipales</i>	34
2.10.2.3	<i>Mercados Municipales: Función Económica y Social</i>	35
2.11	Mercados Municipales Riobamba	36
2.11.1	<i>Descripción de los mercados municipales de Riobamba</i>	37

2.11.1.1	Centro Comercial Popular “La Condamine”	37
2.11.1.2	Víctor Proaño (Santa Rosa)	37
2.11.1.3	Mariano Borja o “La Merced”	38
2.11.1.4	Pedro de Lizarzaburu o “San Francisco”	38
2.11.1.5	Simón Bolívar o “San Alfonso”	38
2.11.1.6	Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de “La Concepción”	39
2.11.1.7	Bolívar Chiriboga “El Prado”	39
2.11.1.8	“Gral. Juan Bernardo Dávalos”	39
2.11.1.9	La Esperanza 1	40
2.11.1.10	La Esperanza 2	40
2.11.1.11	Plaza San Francisco o de las Hierbas	40

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	42
3.1	Enfoques de investigación	42
3.1.1	Mixto	42
3.2	Nivel de Investigación	43
3.2.1	Exploratorio	43
3.2.2	Explicativo	43
3.2.3	Descriptivo	43
3.3	Diseño	44
3.3.1	No experimental	44
3.4	Tipo de estudio	44
3.4.1	Documental	44
3.5	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	45
3.5.1	Cálculo del tamaño de la muestra	45
3.6	Métodos, Técnicas e instrumentos	46
3.6.1	Métodos	46
3.6.1.1	Inductivo	46
3.6.1.2	Analítico	46
3.6.2	Técnicas	46
3.6.2.1	Encuestas	46
3.6.2.2	Observación	47
3.6.2.3	Entrevista	47
3.6.3	Instrumentos	47

3.6.3.1	<i>Cuestionario</i>	47
3.6.3.2	<i>Ficha de Observación</i>	48
3.6.3.3	<i>Guía de entrevista</i>	48

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	49
4.1	Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	49
4.2	Discusión	64

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	66
5.1	Antecedentes de la localidad	66
5.2	Datos Geográficos de la ciudad de Riobamba	66
5.3	Productos mercado formal vs mercado informal	67
5.4	Normativa que regula la informalidad	70
5.5	Distribución	71
5.6	Comparativa de Indicadores de la Informalidad	72
5.6.1	<i>Ingresos vs Satisfacción</i>	72
5.6.2	<i>Informalidad vs Nivel de Ventas</i>	73
5.6.3	<i>Formalización vs Satisfacción</i>	74
5.6.4	<i>Tiempo en la informalidad vs Motivos para optar por un negocio informal</i>	75
5.6.5	<i>Factores que impiden la formalización vs disposición para formalizar</i>	76
5.7	Estrategias para mejorar el sector informal	78

CAPÍTULO VI

6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
	CONCLUSIONES	81
	RECOMENDACIONES	82

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Ventajas y Desventajas del comercio formal	19
Tabla 2-2: Ventajas y Desventajas del comercio informal	21
Tabla 2-3: Mercados Municipales Riobamba.....	36
Tabla 4-1: Sexo	49
Tabla 4-2: Nivel de Escolaridad.....	50
Tabla 4-3: Tipo de negocio	51
Tabla 4-4: Tiempo en la informalidad.....	52
Tabla 4-5: Frecuencia para comercializar en los mercados	53
Tabla 4-6: Motivos para optar por un negocio informal.....	54
Tabla 4-7: Comercio informal como fuente de ingreso	55
Tabla 4-8: Nivel de ventas	56
Tabla 4-9: Ingresos percibidos por la informalidad.....	57
Tabla 4-10: Formalización del negocio.....	58
Tabla 4-11: Factores que impiden formalizar un negocio	59
Tabla 4-12: Principales problemas sociales del sector informal.....	60
Tabla 4-13: Apoyo y reconocimientos del sector informal.....	61
Tabla 5-1: Datos Geográficos	66
Tabla 5-2: Productos Formalidad vs Informalidad.....	67
Tabla 5-3: Distribución de Comerciantes	71
Tabla 5-4: Ingresos vs Satisfacción.....	72
Tabla 5-5: Informalidad vs nivel de ventas	73
Tabla 5-6: Formalización vs Satisfacción	74
Tabla 5-7: Tiempo en la informalidad vs Motivos para optar por un negocio informal	75
Tabla 5-8: Factores que impiden la formalización vs disposición para formalizar	76
Tabla 5-9: Cuadro de Estrategias	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1: Enfoques del Análisis Económico	10
Ilustración 2-2: Etapas de un análisis económico	11
Ilustración 2-3: Tasa de desempleo nacional 2019 – 2022	14
Ilustración 2-4: Indicadores de la informalidad	25
Ilustración 2-5: Nivel de Educación	28
Ilustración 2-6: Clasificación de los grupos socioeconómicos.....	30
Ilustración 2-7: Factores que influyen en el nivel socioeconómico	30
Ilustración 4-1: Sexo	49
Ilustración 4-2: Nivel de Escolaridad	50
Ilustración 4-3: Tipo de negocio.....	51
Ilustración 4-4: Tiempo en la informalidad	52
Ilustración 4-5: Frecuencia para comercializar en los mercados.....	53
Ilustración 4-6: Motivos para optar por un negocio informal	54
Ilustración 4-7: Comercio informal como fuente de ingreso	55
Ilustración 4-8: Nivel de ventas	56
Ilustración 4-9: Ingresos percibidos por la informalidad	57
Ilustración 4-10: Formalización del negocio	58
Ilustración 4-11: Factores que impiden formalizar un negocio.....	59
Ilustración 4-12: Principales problemas sociales del sector informal	60
Ilustración 4-13: Apoyo y reconocimiento del sector informal.....	61
Ilustración 5-1: Mapa Riobamba	66
Ilustración 5-2: Ingresos vs Satisfacción	72
Ilustración 5-3: Informalidad vs nivel de ventas.....	73
Ilustración 5-4: Formalización vs Satisfacción.....	74
Ilustración 5-5: Tiempo en la informalidad vs Motivos para optar por un negocio informal....	76
Ilustración 5-6: Factores que impiden la formalización vs disposición para formalizar	77

ÍNDICE DE ANEXOS

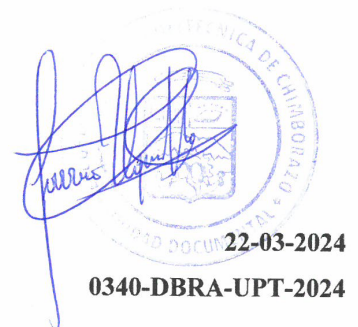
ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES INFORMALES

ANEXO B: GUÍA DE LA ENTREVISTA

RESUMEN

El sector comercial informal representa un 36,82% del total de los comerciantes en los mercados de la ciudad de Riobamba, ocasionando una alta competitividad y problemas para el sector formal, por lo tanto, el objetivo de la presente investigación fue realizar un estudio económico del sector comercial informal en los mercados municipales, mediante su caracterización, para proponer estrategias para mejora de la informalidad. La metodología implementada tuvo un enfoque mixto, se utilizó un diseño de investigación no experimental, la población en estudio fueron los comerciantes informales que se encuentran en los 11 mercados de la ciudad de Riobamba, siendo fundamental la aplicación de una investigación documental para obtener la información necesaria a través de métodos, técnicas e instrumentos, entre los cuales fueron la entrevista dirigida al gestor de mercados y la encuesta aplicada a una muestra determinada de los comerciantes informales. Mediante esta metodología se logró determinar que existe voluntad para una transición a la formalidad por parte de los encuestados siempre y cuando se les brinde respaldo para superar los desafíos que actualmente limitan su participación, los cuales son el desconocimiento de los requisitos y beneficios, la falta de recursos económicos, la ausencia de infraestructura en los mercados municipales y los procesos burocráticos municipales. En este contexto se concluye que el estudio económico propuesto podría contribuir significativamente a mejorar la situación económica de este grupo y fortalecer la economía local en general.

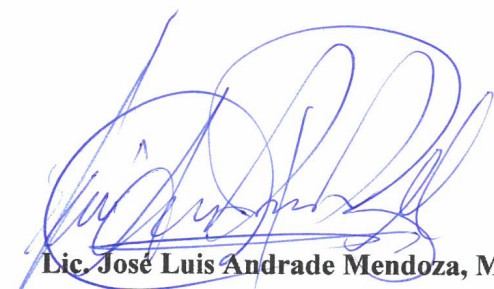
Palabras clave: <FINANZAS>, <COMERCIO>, <MERCADOS>, <INFORMALIDAD>, <ECONOMÍA>



ABSTRACT

The informal commercial sector represents 36.82% of the total merchants in the markets of the city of Riobamba, causing high competitiveness and problems for the formal sector, therefore, the objective of this research was to carry out an economic study of the informal commercial sector in municipal markets, through its characterization, to propose strategies to improve informality. The methodology implemented had a mixed approach, a non-experimental research design was used, the population under study were the informal traders found in the 11 markets of the city of Riobamba, the application of documentary research being essential to obtain the information. necessary through methods, techniques, and instruments, among which were the interview directed at the market manager and the survey applied to a specific sample of informal traders. Through this methodology, it was determined that there is a willingness for a transition to formality on the part of the respondents as long as they are given support to overcome the challenges that currently limit their participation, which are the lack of knowledge of the requirements and benefits, the lack of economic resources, the absence of infrastructure in municipal markets and municipal bureaucratic processes. In this context, it is concluded that the proposed economic study could contribute significantly to improving the economic situation of this group and strengthening the local economy in general.

Keywords: <FINANCE>, <TRADE>, <MARKETS>, <INFORMALITY>, <ECONOMY>



Lic. José Luis Andrade Mendoza, Mgs.
0603339334

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se centra en el sector comercial informal en los 11 mercados municipales de la ciudad de Riobamba misma que actualmente cuenta con 2500 informales. El comercio informal en Ecuador representa más del 50% de la población, lo cual es un problema que ha aumentado la precariedad laboral y esto ha ido incrementando a través de los últimos años

Actualmente se vive los estragos causados por la pandemia por COVID 19, lo que genero crisis económicas a nivel mundial e incertidumbre en las familias ya que varias empresas cerraron sus puertas ocasionando despidos, por ello muchas personas al quedarse sin empleo optaron por tener iniciativas en el sector comercial ofreciendo servicios a domicilio, sin embargo, al este comercio ser informal no ha logrado mejorar el desarrollo local.

Para conocer el estado actual del sector informal en la ciudad, se aplicó un tipo de estudio documental, basándose en la caracterización del sector, ventajas, desventajas los cuales permiten sustentar la investigación y posteriormente presentar posibles soluciones a través de estrategias para mejorar la informalidad

Luego de tomar en cuenta criterios expuestos por el gestor de mercado y la información proporcionada por el sector informal por medio de las encuestas se puede determinar de mejor manera la situación en la que se encuentra el comercio informal en los mercados de la ciudad de Riobamba, determinando los factores que pueden ser modificados con la finalidad de mejorar de manera significativa el sector.

Para el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta diversos capítulos que serán detallados a continuación:

Capítulo I: Se estableció el problema de la investigación que se basa en la situación del comercio informal en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba y la necesidad de mejorar el sector para que formen parte de la informalidad, así como los objetivos de la investigación cuyo objetivo general es “Realizar un estudio económico del sector comercial informal en los mercados municipales, mediante su caracterización, para proponer estrategias para mejora de la informalidad”, acompañados de la justificación de la investigación.

Capítulo II: Se realizó un marco teórico que respalde la investigación en los cuales se incluye conceptos sobre el mercado formal, mercado informal, sus características, ventajas y desventajas, los indicadores de la informalidad, un contexto económico en Latinoamérica, Ecuador y Riobamba; y finalmente una caracterización de los mercados municipales de la ciudad.

Capítulo III: Hace referencia a la metodología y los instrumentos utilizados para solventar la investigación y que ayuden a solucionar el problema; se estableció un enfoque mixto, como nivel de investigación exploratorio, explicativo y descriptivo, un diseño no experimental; los instrumentos utilizados fueron las encuestas y entrevistas las cuales brindaron información necesaria para la investigación.

Capítulo IV: Se analizó la información proporcionada por las encuestas y entrevistas en las cuales se encontró que las personas que forman parte del comercio informal se decidieron por dicho comercio por diversos motivos entre los principales el desempleo, así como también diversos factores que impiden que se formalicen como los procesos burocráticos municipales, la falta de infraestructura en los mercados, falta de recursos económicos, entre otros.

Capítulo V: Se realizó un marco propositivo que consta de antecedentes de la localidad, los datos geográficos de la ciudad, los productos que ofrecen tanto el mercado formal como el informal, la normativa que regula la informalidad, un análisis comparativo de varios indicadores que ayuden a solucionar el problema, así como establecer estrategias para mejorar la informalidad en la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

En el contexto actual la situación del comercio se ha visto afectada por la pandemia teniendo en este momento un escenario post pandemia donde se puede observar las consecuencias que ha tenido la misma en las familias y en la economía en general.

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

Varios sectores de la economía fueron afectados entre ellos el comercio, debido a que el confinamiento impidió que los trabajadores pudieran ir a las empresas, éstas detuvieron sus actividades, obligándolas finalmente a cerrar y despedir a miles de personas quienes al quedarse sin una fuente de ingreso para sustento de sus familias tuvieron que crear negocios de ventas informales.

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu) a junio del 2022 presento que el 51.6% de las personas con empleo se encontraban en el sector informal, que si se compara con junio del 2021 que represento el 49,9% de personas que estaban en informalidad, existió un incremento de 1.7 puntos porcentuales. (Coba, 2022)

El sector comercial informal ha crecido dejando un gran impacto en la población ecuatoriana, que, por la necesidad de tener ingresos a partir de la pandemia, vio como una oportunidad tomar la informalidad como una opción para cubrir las necesidades de sus familias. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el incremento del comercio informal provoca una pérdida de dinero para el estado ecuatoriano debido a que este tipo de negocio no declara impuesto lo que disminuye la recaudación de tributos.

“En la ciudad de Riobamba según las autoridades de control, al menos 1 500 mercaderes venden sus productos el sábado, que es día de feria. En el resto de la semana no superan los 700 comerciantes entre nacionales y extranjeros. Geovanny Bonifaz, director de Servicios

Municipales del Cabildo, afirma que, en las 11 plazas, mercados y un centro comercial popular con los que cuenta la ciudad trabajan alrededor de 5 840 comerciantes catastrados”. (Moreta , 2022)

Considerando que la economía de Riobamba se basa en parte al comercio y por ello se realizan grandes ferias de productos varios días en los principales mercados de la ciudad siendo esto el sustento de muchas familias, y que los mercados son los principales escenarios en donde el sector comercial informal labora teniendo en cuenta un incremento de este sector, se encuentra necesario analizarlos con la finalidad de conocer la situación actual del sector informal en la ciudad.

La ciudad de Riobamba al año 2022 cuenta con 4288 comerciantes formales y aproximadamente 2500 comerciantes informales recorriendo en toda la ciudad. El 36,82% del total de comerciantes en la ciudad de Riobamba corresponde al sector informal, lo que representa una alta competitividad y problemas para el sector formal.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera aporta un estudio económico del sector comercial informal en los mercados municipales a la mejora de la informalidad en la ciudad de Riobamba?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio económico del sector comercial informal en los mercados municipales, mediante su caracterización, para proponer estrategias para mejora de la informalidad.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer una base teórica mediante un análisis documental que permita el sustento del estudio de la informalidad.
- Diagnosticar la situación del comercio informal a través de herramientas e instrumentos metodológicos que determinen los factores más relevantes.
- Estructurar estrategias a considerar para disminuir la informalidad en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación Teórica

El desarrollo del presente trabajo de investigación se lo realiza con la recopilación de información de diversas fuentes bibliográficas como revistas, artículos científicos, tesis, etc.; que sirvan como sustento y respaldo en el estudio económico del comercio informal en los mercados de la ciudad de Riobamba, además, la información recopilada permitirá ampliar los conocimientos en el desarrollo del trabajo de investigación y determinar el impacto positivo y negativo del comercio informal.

1.4.2 Justificación Metodológica

En el presente trabajo de investigación se pondrá en práctica las diferentes metodologías adquiridas en la cátedra, así como también la aplicación de encuestas, entrevistas, métodos cualitativos y cuantitativos, que permitan realizar el análisis y las sugerencias correspondiente que den solución a la problemática.

1.4.3 Justificación Práctica

El presente trabajo investigativo se justifica con el desarrollo de un estudio económico de las iniciativas informales en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba permitiendo determinar la caracterización del sector comercial informal y con ello establecer estrategias que ayuden a mejorar este sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

El presente trabajo de titulación se basó en los siguientes antecedentes de trabajos e investigaciones similares nacionales e internacionales en los últimos 5 años:

Según (Moreno Iglesias, 2022) en su trabajo investigativo sobre un “Estudio económico post pandemia del sector comercial informal del cantón Rumiñahui, 2021”, hace alusión que:

La informalidad ha aumentado dramáticamente debido al desempleo, la crisis económica, el nivel educativo subdesarrollado y otros factores heredados de los países en transición que generan ingresos para satisfacer las necesidades básicas. El trabajo informal también se utiliza como una forma alternativa de hacer negocios para aquellos en desventaja por falta de experiencia o educación, así también los jóvenes, las mujeres y las personas sin educación tienen más probabilidades de trabajar en este campo (p. 2)

En su trabajo de investigación el autor manifiesta las principales causas que llevan al incremento del sector comercial informal, así como las consecuencias que este incremento causa en la población de estudio, estableciendo conceptos amplios que vinculan la informalidad con un escenario post pandemia

Acorde a lo expuesto por (Valderrama Barragán & Alava Rosero, 2020) en su artículo sobre “La informalidad y su relación con la recaudación tributaria. Estudios en el contexto de Ecuador”, en las conclusiones menciona:

“Un aspecto positivo del sector informal es que ha permitido la subsistencia de muchos ciudadanos desempleados en Ecuador y en América Latina, a pesar de las dificultades y desventajas que comporta desde el punto de vista tributario y de la regulación, en general. Por ello, se debe dar mayor impulso a la búsqueda de soluciones y respuestas innovadoras capaces de fomentar el trabajo decente para este sector, potenciando su capacidad de generar ingresos, garantizando los derechos de los trabajadores y empresas del mismo y facilitando el cumplimiento de sus obligaciones legales, incluidas las tributarias” (p. 11)

De igual manera mencionan aspectos negativos: “Un punto negativo en el trabajo informal es que no permite el crecimiento de empresas, ya que los agentes de este sector no tienen acceso a

la banca formal, lo que conlleva sobrecostos financieros” Valderrama Barragán & Alava Rosero (2020, p. 12)

En su artículo las autoras hacen alusión al comercio informal vinculándolo con la recaudación tributaria debido a que la informalidad provoca que los ingresos tributarios disminuyan, también manifiestan acerca del incremento de sector comercial en América latina y en Ecuador y como este provoca aspectos negativos y positivos.

(Quispe Fernández et al., 2020) en su artículo sobre “Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios” menciona en sus conclusiones acerca de los efectos del comercio informal lo siguiente:

“El comercio informal tiene un efecto en la obstrucción de las calzadas de la calle, precio de viviendas, creación de mayor Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios, competencia de precios de los productos, ingresos del sector formal, ingresos del Estado por evasión tributaria, así como en los ingresos del comercio formal.”
(p. 207)

El estudio toma como aspectos importantes a considerar las causas y efectos que tiene el comercio informal alrededor de los mercados de las ciudades intermedias del Ecuador manifestando de igual manera que la informalidad es un problema socioeconómico estructural en la economía del país.

Según (Simental Oroña, 2019) en su proyecto de investigación sobre “Comercio Informal en el Espacio Urbano de Ciudad Juárez, Chih. México: El Caso de los Mercados Populares 2016-2017” manifiesta que:

“La informalidad en la economía aparece inseparablemente del crecimiento económico capitalista, los datos acerca de los excedentes de mano de obra en los países son prueba de la relación entre los mercados insuficientes para contemplar al grueso de la población. Incluso sí existe recesión en un país, muchas personas se ven obligadas a insertarse en actividades dentro del sector informal, una forma de resistir a los desequilibrios económicos externos de los mercados.” (p. 13)

La informalidad se encuentra constantemente vinculada con el crecimiento económico, por ello el mercado formal se vuelve insuficiente que la población provocando que acudan a actividades de comercio informal.

“La pobreza en los países es una de las principales problemáticas que limita los medios para la obtención de un empleo formal, la falta de recursos para la educación y la falta de políticas incluyentes en un mercado de trabajo cada vez más demandante en cuestiones de especialización, vuelve más desafiante la inserción al sistema económico establecido.” (Simental Oroña, 2019, p. 13)

Finalmente, (Donoso Valdivieso et al., 2019) en su artículo sobre “El comercio informal en los mercados Mariano Borja y la Esperanza de Riobamba, un estudio descriptivo” manifiesta las siguientes conclusiones:

“El comercio informal es una fuente de generación de ingresos. considerando que no hay autoridad que regule la informalidad, se recomienda que se creen espacios en los cuales los comerciantes informales cancelen un rubro por ocupar el espacio sin restricciones” (p. 339)

2.2 Estudio/ Análisis

Podemos describir el análisis como el procedimiento mediante el cual trascendemos los datos para adentrarnos en la esencia del fenómeno de investigación, es decir, en su comprensión y entendimiento. Es el proceso a través del cual el investigador amplía los datos más allá de la narración descriptiva. (González-Gil & Cano, 2018, p. 1)

El objetivo del análisis es examinar más a fondo los datos recopilados con el fin de descubrir patrones, conexiones y significados fundamentales del fenómeno de investigación. Va más allá de simplemente describir los datos y se centra en comprender y explicar por qué y cómo se estudiaron los eventos o fenómenos.

A través del análisis, el investigador examina los datos desde una variedad de puntos de vista, utiliza los instrumentos y técnicas apropiadas y aplica su experiencia y conocimientos para llegar a conclusiones sólidas y significativas. El análisis es esencial para la creación de nuevas ideas, teorías y conocimientos, y proporciona una base sólida para la formulación de recomendaciones y la toma de decisiones informadas.

2.3 Economía

(Clement & Pool, 1997) en su libro ‘Economía: Enfoque América Latina’, definen la economía “como la rama de las ciencias sociales que estudia los procesos de producción y distribución y el carácter de los ingresos reales” (p. 13)

(Samuelson & Nordhaus, 2005) en su libro titulado 'Economía', definen la *economía* como: "El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos" (p. 3)

Por otro lado, (Mankiw, 2004), en su libro 'Principios de Economía', define la *economía* como "El estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos" (p. 3)

Para Adam Smith la economía está naturalmente ordenada a conseguir el aumento de la riqueza, y no se plantea la posibilidad de que ésta se ponga al servicio de otros fines, como el que todos los seres humanos dispongan de los bienes necesarios para vivir decentemente o que la riqueza producida se distribuya justamente. Nada en la naturaleza de la economía exige que se plantee como único o principal objetivo la producción ilimitada de riqueza (Izquierdo-Albert & Morell-Barrera, 2018, p. 6)

2.4 Análisis Económico

El análisis económico constituye el fundamento esencial en la investigación teórica y académica de las distintas economías. Su enfoque principal se centra en examinar el comportamiento de personas y entidades al momento de tomar decisiones y relacionarse con otros actores económicos. (Sánchez Galán, 2020)

El análisis económico se divide en dos ramas principales: la macroeconomía y la microeconomía. La macroeconomía se ocupa de examinar las políticas monetarias y fiscales adoptadas por los países, mientras que la microeconomía se enfoca en el estudio de las empresas y los hogares. (Sánchez Galán, 2020)

Para (Cuenin, 2009) El análisis económico se enfoca en examinar opciones de asignación de recursos con el objetivo de maximizar el bienestar de la sociedad. Para comprender una realidad compleja, se desarrollan modelos e instrumentos que permiten abordar esta tarea. Es fundamental que este enfoque requiere una colaboración interdisciplinaria sólida, donde los economistas incorporen las perspectivas de otros expertos. Esto evita simplificaciones excesivas que puedan llevar a tomar decisiones erróneas. (p. 5)

El análisis económico no solo se centra en el presente, sino que también considera el estudio de los efectos a largo plazo de las decisiones económicas. Se analizan los costos y beneficios a largo plazo de diferentes políticas y proyectos, teniendo en cuenta aspectos como la

sostenibilidad, el impacto ambiental y las desigualdades sociales. Esto ayuda a garantizar una visión más completa y a largo plazo de las implicaciones económicas de las decisiones tomadas.

2.4.1 Importancia de un Análisis Económico

Gracias a las herramientas proporcionadas por el análisis económico, se ha logrado avanzar gradualmente en la investigación académica sobre el estudio de comportamientos racionales. Esto implica examinar cómo los consumidores y productores eligen entre diversas alternativas al participar en actividades económicas. (Sánchez Galán, 2020)

El análisis económico ofrece herramientas esenciales para examinar y comprender los comportamientos racionales de los consumidores y productores. Este método ha mejorado la investigación y el conocimiento sobre cómo se toman decisiones económicas.

2.4.2 Enfoques del análisis económico

Según (Sánchez Galán, 2020) el análisis económico se puede entender desde dos enfoques; la microeconomía y la macroeconomía

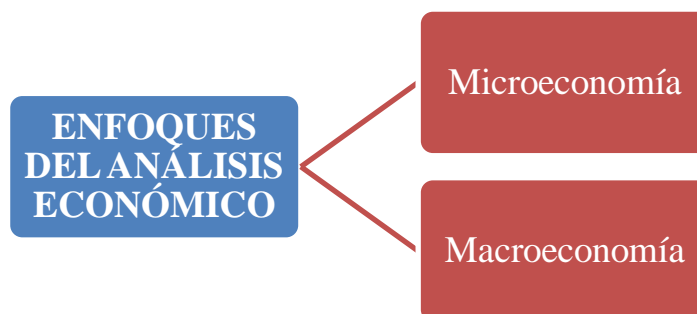


Ilustración 2-1: Enfoques del Análisis Económico

Fuente: Gil (2015)

Realizado por: Jiménez, María, 2023.

2.4.2.1 Microeconomía

Según (Gil, 2020c) “La microeconomía estudia las dinámicas a pequeña escala de la economía. Así, aborda temas como la forma en la que se fijan los precios, cómo el productor establece la cantidad que ofrecerá al mercado, qué elementos influyen en las preferencias del consumidor, entre otros.”

Uno de los objetivos de la microeconomía es examinar el efecto de los cambios de precios en los consumidores (demanda) y el efecto de los precios en los productores (oferta). Así, uno de sus principios básicos de análisis es la ley de la oferta y la demanda. La microeconomía elabora modelos matemáticos para desarrollar supuestos comportamientos de los individuos, por lo que estos modelos solo se cumplen cuando a la vez se cumplen esos supuestos. (Gil, 2020c)

2.4.2.2 Macroeconomía

Según (Gil, 2020b) “La macroeconomía estudia temas relacionados al análisis global de la economía. Es decir, no se centra en las dinámicas generadas entre dos agentes del mercado, sino que observa el conjunto del país (o región). Los aspectos en los que más suele centrarse la macroeconomía son la producción y los precios. Así, ambos se analizan con el fin de tomar decisiones de política económica. La macroeconomía es útil porque nos permite analizar la mejor forma de conseguir los objetivos económicos de un país.”

La política económica es la herramienta que tienen los gobiernos para alcanzar esos objetivos como, por ejemplo, conseguir la estabilidad en los precios, lograr el crecimiento económico, fomentar el empleo y mantener una balanza de pagos sostenible y equilibrada. (Gil, 2020b).

2.4.3 Etapas de un análisis Económico



Ilustración 2-2: Etapas de un análisis económico

Fuente: Cuenin, 2009

Realizado por: Jiménez, María, 2023.

2.4.3.1 *Etapa de diseño de la operación*

Dentro de la primera etapa se tiene los siguientes procesos:

Diagnóstico socioeconómico: Como parte del proceso de evaluación inicial, es fundamental reconocer a las partes interesadas clave del proyecto y comprender sus motivaciones, ya que sus acciones y decisiones tendrán un impacto directo en los resultados alcanzados. Aunque una opción puede parecer económicamente beneficiosa para la sociedad en general, es posible que no sea factible en la práctica si no se ajusta a los incentivos y las necesidades de los involucrados directa o indirectamente. (Cuenin, 2009)

Como parte del proceso de evaluación inicial, es fundamental reconocer a las partes interesadas clave y comprender sus motivaciones, ya que sus acciones y decisiones tendrán un impacto directo en los resultados alcanzados. Aunque una opción puede parecer económicamente beneficiosa para la sociedad en general, es posible que no sea factible en la práctica si no se ajusta a los incentivos y las necesidades de los involucrados directa o indirectamente.

Elección de alternativas: Una vez que se han establecido claramente los objetivos del plan, viene la etapa de encontrar y analizar las opciones disponibles que pueden alcanzar dichos objetivos de manera óptima. Estas alternativas pueden incluir una variedad de factores, incluidas las políticas, las estrategias de implementación, los tipos de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios ofrecidos. (Cuenin, 2009)

En esta etapa, es crucial evaluar minuciosamente todas las opciones en función de cuán efectivas y efectivas son para lograr los objetivos. Se deben tener en cuenta varios factores, incluidos los costos asociados, los efectos esperados, la viabilidad técnica y la capacidad de implementación. Además, es importante considerar el entorno socioeconómico, cultural y ambiental en el que se llevará a cabo el plan.

Identificación de indicadores para el seguimiento: Se determinarán indicadores de seguimiento para monitorear el cumplimiento y los objetivos establecidos después del diagnóstico socioeconómico, así como la definición más amplia de los objetivos, las alternativas y la viabilidad del proyecto. Estos indicadores son herramientas cruciales para evaluar y garantizar que se alcancen los beneficios económicos previstos. (Cuenin, 2009)

2.4.3.2 *Etapa de seguimiento y evaluación*

Dentro de la segunda etapa se encuentran los siguientes procesos:

Evaluaciones intermedia y final: Las evaluaciones intermedias y finales, se centran en analizar el grado de logro de los objetivos de resultados establecidos en el plan, tanto los alcanzados como los que se están comenzando a lograr. Estas evaluaciones suelen requerir indicadores que están relacionados con metas de resultados específicos establecidos en un cuadro lógico, que sirve como base para calcular los beneficios económicos. (Cuenin, 2009)

Durante todo el programa, se realizan evaluaciones intermedias para evaluar el progreso y los resultados obtenidos hasta el momento. Estas evaluaciones dan la oportunidad de cambiar estrategias y acciones para garantizar el logro de los resultados finales deseados y permitir identificar posibles desviaciones, obstáculos o áreas de mejora.

2.4.3.3 *Etapa de evaluación*

Dentro de la tercera etapa se presenta el siguiente proceso:

Evaluación de impactos: El objetivo principal de una evaluación de impacto es determinar si un programa ha tenido los efectos esperados en las personas, familias e instituciones, así como si estos efectos pueden atribuirse directamente a la implementación de los componentes planificados. El objetivo es comparar el bienestar de las familias que han logrado en el programa con el bienestar que habrían tenido si no lo hubieran hecho. (Cuenin, 2009)

Esta evaluación implica analizar y medir los cambios que se han observado tanto antes como después de la implementación del programa en variables relevantes como el nivel de ingresos, la calidad de vida, la educación, la salud u otros indicadores de bienestar. Para determinar la relación causal entre la intervención del programa y los resultados obtenidos

2.5 Contexto Económico

Según (González Consuegra & Gómez Ochoa, 2008) analizan el contexto como una “serie de condiciones conexas que influyen en el individuo, en las cuales se desarrolla cualquier actividad y que afectan el desarrollo de la sociedad y por ende de las personas que la constituyen.” (p. 78)

De acuerdo con (González Consuegra & Gómez Ochoa, 2008) definen al contexto económico como “Condiciones de producción que se orientan a la satisfacción de las necesidades humanas; comprenden las actividades productivas entre las que aparecen los medios, formas y relaciones de producción.” (p. 78)

Las condiciones y circunstancias en las que se llevan a cabo las actividades de producción para satisfacer las necesidades humanas se conocen como el contexto económico. Los medios utilizados en la producción, las diversas formas de organización y los tipos de relaciones establecidas durante el proceso de producción son parte de este contexto.

2.5.1 *Latinoamérica*

El descenso de la actividad económica provocado por la pandemia del Covid-19 ha afectado al mercado laboral. Se observa un rápido aumento del desempleo en 2021, a pesar de la tasa de crecimiento económico de ese año, con una nueva disminución en 2022. (Zuniga Quevedo, 2022)

La pandemia por COVID-19 tuvo una gran afectación en la economía de los países de América Latina, que a pesar de tener un crecimiento económico sostenible provoco altos índices de desempleo en el mercado laboral, esto sucedió principalmente durante el inicio de la pandemia, aun en la actualidad los países latinoamericanos luchan contra las afectaciones que tuvo la crisis sanitaria en cada uno de ellos.

A la fecha, México tiene la tasa de desempleo más baja (3,0%), seguido de Ecuador (4,8%) y Bolivia (5,9%). Se puede decir que un número significativo de países no ha logrado reducir el desempleo en comparación con los niveles de 2019. (Zuniga Quevedo, 2022)

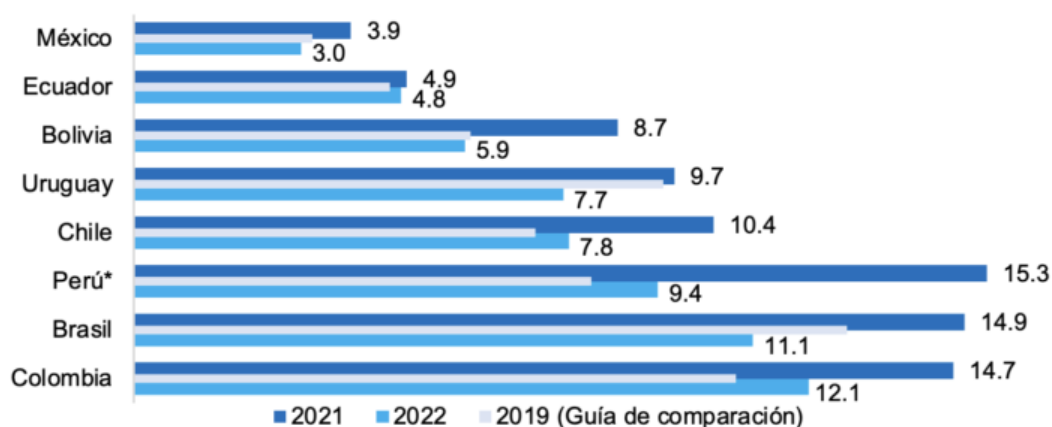


Ilustración 2-3: Tasa de desempleo nacional 2019 – 2022

Fuente: Institutos Nacionales de Estadística, 2022.

En febrero, la **Organización Internacional del Trabajo (OIT)** enfatizó que la crisis de empleo de la región se prolongaría, en el peor de los casos, hasta el 2024. Según cifras de la OIT, se estima que a la fecha hay 28 millones de personas en América Latina buscando trabajo. (Zuniga Quevedo, 2022)

La crisis del empleo va en incremento debido a que cada día existe mayor cantidad de personas que se encuentran sin un empleo digno lo que provoca que dicha parte de la población opte por un negocio informal.

En este contexto, no solo interesa un crecimiento del sector informal, sino también un incremento del subempleo. Muchos de los empleadores, principalmente de pequeñas empresas, optarían por contratar empleados por salarios más bajos que antes de la pandemia o por reducir las horas de trabajo. Como resultados, los perjudicados siempre serían los trabajadores. (Zuniga Quevedo, 2022)

Actualmente el índice de desempleo en los países de América Latina está incrementando y se pronostica que seguirá hasta el año 2024, esto se debe principalmente al incremento a nivel de Latinoamérica de la informalidad y el subempleo, después que durante la pandemia varias de las empresas tuvieron que reducir los sueldos de sus empleados para no incurrir en gastos mayores, perjudicando principalmente a los trabajadores de todos los sectores.

Un aumento tanto en el sector informal como en el subempleo podría tener consecuencias negativas para los trabajadores. El incremento del sector informal implica que más personas se ven obligadas a trabajar en empleos no regulados y sin protección laboral, lo que puede llevar a una mayor precariedad y vulnerabilidad laboral.

Asimismo, el incremento del subempleo, entendido como la situación en la que los trabajadores no están empleados a tiempo completo o no están utilizando plenamente sus habilidades y capacidades, puede conducir a una disminución de los ingresos y oportunidades laborales para los trabajadores.

2.5.2 Ecuador

La economía ecuatoriana está experimentando una mejora gradual tras la contracción causada por la pandemia, lo cual ha revelado algunas deficiencias estructurales. Estas incluyen la excesiva dependencia de las exportaciones de petróleo, la falta de medidas de protección

macroeconómica, la limitada capacidad de acceder a los mercados financieros, la alta informalidad laboral y las notables brechas en el acceso a servicios públicos (Banco Mundial, 2023)

Es importante abordar estas deficiencias estructurales para fortalecer la economía ecuatoriana y promover un desarrollo sostenible e inclusivo. Esto requiere la implementación de políticas que diversifiquen la economía, fortalezcan la protección macroeconómica, mejoren el acceso a los mercados financieros, reduzcan la informalidad laboral y promuevan la igualdad de acceso a los servicios públicos.

El gobierno tiene como objetivo retomar un camino de crecimiento y prosperidad sostenible y compartida. Su enfoque se centra en mejorar las oportunidades de empleo de calidad al establecer un entorno propicio para la inversión y la productividad, al tiempo que continúa mejorando la sostenibilidad y la transparencia de las finanzas públicas. Además, reconoce la necesidad de abordar una amplia gama de problemas que afectan a los ciudadanos, como mejorar el acceso y la calidad de la atención médica y la educación, combatir la desnutrición crónica infantil y mejorar la seguridad ciudadana. También se busca iniciar una transición ecológica a través de una gestión más eficiente de los recursos naturales, incluida una administración integral de los recursos hídricos, así como la implementación de medidas de adaptación y mitigación del cambio climático. (Banco Mundial, 2023)

El enfoque del gobierno del Ecuador de buscar un crecimiento y prosperidad sostenible y compartida, así como abordar una amplia gama de problemas que afectan a los ciudadanos, como la atención médica, la educación, la desnutrición infantil y la seguridad ciudadana, es positivo y muestra una preocupación por el bienestar de la sociedad

Aunque hubo mejoras en términos de desempleo, persistió la precariedad en las condiciones de trabajo, siendo el sector informal la principal fuente de empleo para la mayoría de los trabajadores, y aproximadamente una tercera parte de la población continuó viviendo en condiciones de pobreza. (CEPAL, 2022, p. 1)

A pesar de algunas mejoras en el desempleo, persisten condiciones precarias en el mercado laboral, donde el sector informal sigue siendo la principal fuente de empleo para la mayoría de los trabajadores. Además, que aproximadamente una tercera parte de la población continúa viviendo en condiciones de pobreza.

En diciembre de 2021, el 50,6% de la población económicamente activa (PEA) estaba empleada en el sector informal, mientras que el 43,2% se encontraba en el sector formal. En comparación con diciembre de 2020, esto representa un aumento de 2,3 puntos porcentuales en el empleo formal y una disminución de 1 punto porcentual en el empleo informal. Sin embargo, al comparar con diciembre de 2019, antes de la pandemia, cuando la tasa de empleo informal era del 46,7% y la del empleo formal del 44,7%, se puede observar un empeoramiento de la precariedad laboral. Específicamente, la reactivación de las actividades informales ha sido el principal impulsor de la recuperación del mercado laboral en 2021. (CEPAL, 2022, p. 8)

La información proporcionada muestra que más del 50% de la población se encuentra actualmente en la informalidad en el país lo que se representa un problema aumentando la precariedad laboral, esto ha ido incrementando a través de los últimos años.

2.5.3 Riobamba

En términos generales, el principal problema causado por la COVID-19 es el impacto en el mercado laboral debido al aislamiento obligatorio. Esto ha tenido un efecto directo en el aumento de la pobreza en términos de ingresos y consumo en la provincia. Es probable que la desigualdad de ingresos también se incremente como resultado. El aislamiento obligatorio ha alterado temporalmente los ingresos de los hogares, lo cual ha afectado especialmente a aquellos que dependen de trabajos informales. Estas personas dependen de ingresos diarios y si no trabajan en un día determinado, no obtienen dinero para cubrir sus necesidades básicas. (Pombosa Junez et al., 2022, p. 17)

El aislamiento ha afectado especialmente a aquellos que dependen de trabajos informales, quienes se encuentran en una situación más vulnerable al depender de ingresos diarios para cubrir sus necesidades básicas. Esto pone de manifiesto las desigualdades existentes en la sociedad y cómo la crisis ha exacerbado estas disparidades.

Se plantea un panorama preocupante en términos de impacto económico y social de la pandemia poniendo en énfasis la necesidad de abordar los desafíos que enfrentan las personas más vulnerables y encontrar soluciones que brinden apoyo y protección a aquellos afectados por la pérdida de empleo y la disminución de los ingresos en la ciudad de Riobamba.

Para Pombosa Junez et al. (2022, p. 20) en el contexto económico de la provincia de Chimborazo y de Riobamba manifiesta que “Debemos valorar que el sector empresarial es pequeño y que más bien su sector comercial es pilar del desarrollo local, las cifras de desempleo por tanto afectaron

en mayor proporción a los negocios y comercios de Riobamba y de sus diez cantones, si bien no hay cifras publicadas ni oficiales en torno al número de desempleos las tendencias muestran que hablamos de por lo menos 27 mil personas que perdieron su empleo en la provincia y lo reportaron al IESS”

Se resalta la importancia del sector comercial en la economía local y cómo la crisis ha impactado significativamente en términos de desempleo y menciona la falta de cifras oficiales, lo cual dificulta tener una visión completa de la situación. Sin embargo, las tendencias apuntan a un número considerable de personas que han perdido su empleo.

En general, se muestra una realidad preocupante en cuanto a la pérdida de empleo y sus consecuencias económicas y sociales en la provincia y resalta la necesidad de abordar y mitigar los efectos negativos en el mercado laboral, así como de apoyar a los negocios y comercios locales para fomentar la recuperación económica

2.6 Mercado Formal

Según (Hernández Sampieri et al., 2016) el comercio formal se caracteriza por estar registrado legalmente, operar en locales comerciales establecidos, cumplir con las obligaciones fiscales y laborales, y seguir normas y regulaciones específicas en relación con la calidad de los productos y la protección del consumidor.

El comercio formal constituye todas las actividades comerciales que se realizan dentro del marco legal, cumpliendo con las regulaciones y requisitos gubernamentales, como el registro formal, el pago de impuestos, entre otros

A diferencia del sector informal, el comercio formal goza de más garantías legales y protecciones. Las empresas formales tienen acceso a servicios financieros, seguridad social y otros beneficios laborales. Además, el cumplimiento de sus obligaciones fiscales contribuye al desarrollo y financiamiento de servicios públicos y proyectos de infraestructura.

Además, el comercio formal es un elemento clave en el desarrollo económico de una región, ya que contribuye a la generación de empleo formal

2.6.1 Características del mercado formal

Según (Argos, 2018) las principales características que presenta el mercado formal son las siguientes:

- Actúa en un sistema organizado con reglas y responsabilidades.
- Cuenta con un lugar fijo.
- Cuenta con un estimado de sus ingresos.
- Ofrece mayor variedad de mercadería para la venta
- El comprador va en busca de artículos destinados para la venta.

2.6.2 Ventajas y Desventajas

Al analizar las ventajas y desventajas del comercio formal, es importante considerar tanto los factores internos como los externos que influyen en la comercialización o venta de un producto como se presentan a continuación:

Tabla 2-1: Ventajas y Desventajas del comercio formal

COMERCIO FORMAL	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• Trabajo amparado por la ley• Garantías en los productos ofrecidos• Instalaciones apropiadas y limpias• Entorno seguro• Amplia gama de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none">• Costos elevados,• Pago de impuestos y patentes• Disminución en la demanda debido a los precios altos• Pago de arriendos por concesiones al municipio

Fuente: Valderrama 2019

Realizado por: Jiménez, María 2023

2.7 Mercado Informal

La OIT, en el párrafo 5 (1) de la resolución de la 15ª CIET señala (Organización Internacional del Trabajo, 2013):

“El sector informal puede describirse, generalmente, como un conjunto de unidades que producen bienes o servicios principalmente con la finalidad de crear empleos e ingresos para las personas involucradas. Estas unidades, que tienen un bajo nivel de organización, operan a pequeña escala y de manera específica, con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital como factores de

producción. Las relaciones de empleo - cuando existen -se basan sobre todo en el empleo ocasional, los parentescos o las relaciones personales y sociales más que en acuerdos contractuales que implican garantías en buena y debida forma”

Basándonos en lo mencionado previamente y con el fin de impulsar la presente investigación, podemos concluir que la informalidad o comercio informal se refiere a todas aquellas actividades comerciales que tienen por objetivo de obtener ingresos, ya sea mediante la venta ambulante o estacionaria, sin contar con los permisos necesarios que respalden su actividad comercial. En otras palabras, estas actividades no están respaldadas por las leyes comerciales o laborales.

En el ámbito del comercio informal, predominan las familias que operan con recursos limitados y manejan volúmenes pequeños de mercancías. Esto se debe a que factores como la ubicación, la captación de clientes o la especialización de las tiendas pueden influir en que productos físicamente idénticos se vendan a diferentes precios, lo cual no sería posible en un mercado de competencia perfecta. Esto demuestra la presencia de un elemento de monopolio en el comercio informal. (González Padilla, 2013)

La mención de un elemento de monopolio en el comercio informal es relevante y muestra cómo ciertos comerciantes informales pueden tener cierto control sobre los precios debido a la falta de competencia directa. Esto puede generar desigualdades en los precios y limitar las opciones disponibles para los consumidores.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el comercio informal también puede estar influenciado por otros factores, como la falta de acceso a recursos financieros, la ausencia de regulaciones formales y la limitada protección legal. Estos aspectos pueden afectar tanto a los comerciantes informales como a los consumidores.

Es importante tener en cuenta los diversos factores que influyen en el comercio informal y buscar soluciones que promuevan la equidad y el desarrollo sostenible tanto para los comerciantes como para los consumidores.

2.7.1 Características

Según (Argos, 2018) las principales características que presenta el mercado informal son las siguientes:

- Deambula por las calles de la ciudad.

- El vendedor va en busca de sus clientes.
- No posee instrumentos para exhibir su mercancía.
- Ofrece poca variedad de mercadería para la venta.
- Actúa fuera de los parámetros legales para ejercer comercio.

El empleo informal se caracteriza por tener una organización limitada, una baja división del trabajo y escaso capital. La mano de obra y la tecnología utilizada suelen ser poco calificadas. Los activos fijos pertenecen a los propietarios del negocio o servicio y pueden ser utilizados tanto por su empresa no constituida como por su hogar. No existen garantías formales de contratación y las transacciones y pasivos se realizan únicamente en nombre propio. (Serrano Mancilla, 2010)

2.7.2 *Ventajas y desventajas*

Para el estudio del sector comercial informal es importante conocer sus ventajas y desventajas las cuales se presentan a continuación:

Tabla 2-2: Ventajas y Desventajas del comercio informal

COMERCIO INFORMAL	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • No tiene garantía ni se acepta devoluciones. • Son comercializados los productos en la vía pública. • No contribuye con el pago de impuestos • Precios bajos. • Oportunidad de trabajo a personas sin preparación académica y límite de edad. • Aumento de demanda por precios bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se presta a multas y decomisos de mercadería. • Se pueden encontrar productos robados o con deficiencias. • No contribuyen con el estado al pago de impuestos. • Falta de garantía en los productos y servicios. • Contribuye al desorden público

Fuente: Argos (2018)

Realizado por: Jiménez, María, 2023.

2.7.3 *Tipos de comercio informal*

Según Serrano (2010, p. 147) se puede concluir que el trabajo informal puede ser:

- **Trabajadores por cuenta propia dueños de sus propias empresas del sector informal;** trabajan por cuenta propia, solos o con una o más personas adicionales, tienen un empleo independiente, no contratan a personas asalariadas de manera continua, sus socios pueden ser o no miembros de la misma familia.
- **Empleadores dueños de sus propias empresas del sector informal;** Trabajan por cuenta propia, solos o con una o más personas adicionales, tienen un empleo independiente, pero a diferencia de los por cuenta propia, contratan una o varias personas como asalariados para que trabajen para ellos, pero no los registran en los sistemas de seguridad social.
- **Trabajadores familiares auxiliares,** independientemente de si trabajan en empresas del sector formal o informal; son aquellos trabajadores que tienen un empleo independiente en un establecimiento con orientación de mercado, dirigido por una persona de su familia que vive en el mismo hogar, pero que no pueden considerarse como socios, trabajan en forma parcial, no están registrados en los sistemas de seguridad social ni perciben salario.
- **Asalariados;** se consideran asalariados a los trabajadores del servicio doméstico que tienen una actividad establecida, un horario de trabajo impuesto por su patrono, que recibe un salario por sus servicios pero que no está registrado en la seguridad social ni goza de los beneficios adicionales de los trabajos formales.
- **Productores;** trabajadores por cuenta propia que producen bienes exclusivamente para el propio uso final de su hogar

2.7.4 Causas y efectos del comercio informal

De acuerdo con (González Padilla, 2013) menciona que hay diversas causas que contribuyen en mayor medida al surgimiento de la economía informal. La migración, como resultado de la marginalización, ha llevado al colapso de los sistemas urbanos y ha dado lugar a lo que ahora conocemos como mercado informal. Además, los altos costos asociados a la formalidad, tanto en términos de acceso como de permanencia, son otro factor que impulsa la existencia de un sector informal. (20p. 61)

La informalidad, además, surge como una manera de salir adelante, como una forma de sobrevivir que se ha ido extendiendo. La alta inestabilidad ocupacional que generan algunas actividades promovidas por la modalidad de desarrollo.(González Padilla, 2013, p. 62)

El crecimiento demográfico y urbanístico ha generado un aumento en la afluencia de personas hacia áreas en desarrollo urbano. Esto ha llevado a los comerciantes informales a considerar estos sectores como lugares estratégicos para llevar a cabo su comercio y satisfacer la demanda

de la población en dichas áreas. Además, el crecimiento de la población, incluyendo a los propios comerciantes, ha provocado una saturación de puestos en mercados y locales comerciales competitivos, lo que ha llevado a los comerciantes a buscar oportunidades en estos sectores en desarrollo debido a la presencia de personas que se establecen en estas áreas. (Vallejo Méndez, 2019, p. 8)

El nivel educativo es otro factor que contribuye a la informalidad, ya que cada vez somos más competitivos entre nosotros. Según RUNAE (2017), "estudiar no garantiza el acceso a un empleo, pero no estudiar garantiza la falta de acceso al empleo". Esto significa que, tanto con educación formal como sin ella, no tenemos la certeza de obtener un empleo formal. Sin embargo, contar con respaldo académico o un título reconocido aumenta nuestras posibilidades de ingresar y ser considerados para trabajar en un empleo estable con los beneficios correspondientes. (Vallejo Méndez, 2019, p. 9)

La baja eficiencia gubernamental mencionada por (Jiménez, 2012). En numerosos casos, los gobiernos locales y estatales tienden a asociar la informalidad con la delincuencia, sustentando esta creencia en teorías que no siempre son verificables. En varias ocasiones, se ha observado una falta de compromiso en fomentar un cambio de mentalidad entre los comerciantes informales. La clave radica en lograr que comprendan que tienen acceso a ventajas sociales como atención médica, educación y vivienda, aspectos fundamentales para elevar la calidad de vida.

Los vendedores ambulantes representan una solución inmediata ante una economía que ha decepcionado a numerosas personas. Por lo tanto, en lugar de prohibirles realizar actividades comerciales, sería más beneficioso estimularlos y motivarlos para que participen en el comercio, preferiblemente en lugares adecuados y apropiados para sus actividades. De esta manera, podrán acceder a los beneficios que el Estado ofrece. (Vallejo Méndez, 2019, p. 9)

Carencia cultural. Varios vendedores ambulantes optan por esta actividad no necesariamente debido al desempleo o la pobreza, sino como una elección consciente basada en la lógica de que es más lucrativo instalar 20 puestos en espacios públicos en lugar de abrir un establecimiento sujeto a impuestos. Incluso hay individuos con recursos financieros considerables que generan importantes ingresos a través del comercio informal y se establecen cómodamente en ese entorno. (Jiménez, 2012)

Los elevados niveles de pobreza en el cantón Riobamba generan disparidades entre las áreas rurales y urbanas. Hay "parroquias en las que la cantidad de personas en situación de pobreza

extrema es 14 veces mayor que en la ciudad de Riobamba. Esto implica que, por cada individuo pobre en la ciudad, hay catorce personas pobres en las parroquias." (Quispe Fernández et al., 2018)

Ausencia de empleos formales disponibles, a pesar de que el cantón ha experimentado un modesto incremento en su actividad comercial en comparación con una década atrás. Sin embargo, la carencia de oportunidades laborales sigue siendo un dilema económico y social que impacta las condiciones de vida de la población y desencadena otros problemas vinculados a la pobreza y la marginación social. Esto es especialmente cierto para aquellos individuos que han tenido la opción de acceder a trabajos regulares. Esta circunstancia ha sido el factor determinante para que muchas personas opten por la economía informal. (Vallejo Méndez, 2019, p. 10)

Dentro de este mismo contexto, la informalidad debido al desempleo está conectada con el panorama macroeconómico. Este elemento macroeconómico también ha sido un factor primordial en el aumento de la migración extranjera hacia diversas regiones nacionales en los últimos años. Riobamba no es una excepción, ya que ha experimentado un aumento en la llegada de extranjeros, principalmente de países cercanos como Venezuela, Colombia y Perú. Estos individuos consideran que trabajar en la economía informal es una etapa temporal y de transición hacia la formalidad, la cual eventualmente les brindará la oportunidad de no estar sin empleo mientras obtienen un ingreso suficiente para subsistir de manera digna (Vallejo Méndez, 2019, p. 10)

Eludir el pago de impuestos en el contexto de la economía y las finanzas; la evasión fiscal es un rasgo distintivo de la actividad económica informal y su impacto puede ser considerable, como lo demuestra el indicador de recaudación de impuestos. Esto puede deberse a la falta de conocimiento de las leyes y regulaciones, así como a una falta de interés voluntaria. (Quispe Fernández et al., 2018)

2.8 Indicadores de la Informalidad



Ilustración 2-4: Indicadores de la informalidad

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

2.8.1 Empleo

Marx define el empleo como la relación entre los trabajadores y los medios de producción en un sistema capitalista. Según él, el empleo implica la venta de la fuerza de trabajo del trabajador al empleador, quien se apropia del valor creado por el trabajador en forma de ganancias.

Según el (INEC, 2022) propone diferentes clasificaciones del empleo para conocer el panorama económico del Ecuador, las cuales son:

- **Población con empleo:** Personas de 15 años y más que, durante la semana de referencia, se dedicaron a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de remuneración o beneficios.
- **Empleo adecuado/ pleno:** Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales
- **Subempleo:** Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el

deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos.

2.8.2 *Desempleo*

Para el (INEC, 2022) el desempleo comprende a las “Personas de 15 años y más que en el período de referencia, no estuvieron empleados y presentan ciertas características:

- No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar
- Buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores.

Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto

- **Desempleo abierto:** Personas sin empleo, que no estuvieron empleados en la semana pasada y que buscaron trabajo e hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio, en las cuatro semanas anteriores a la entrevista.
- **Desempleo oculto:** Personas sin empleo que no estuvieron empleados la semana pasada, que no buscaron trabajo y no hicieron gestiones concretas para conseguirlo o para establecer algún negocio, en las cuatro semanas por alguna de las siguientes razones: tiene un trabajo esporádico u ocasional; tiene un trabajo para empezar inmediatamente; espera respuesta por una gestión en una empresa o negocio propio; espera respuesta de un empleador o de otras gestiones efectuadas para conseguir empleo; espera cosecha o temporada de trabajo o piensa que no le darán trabajo o se cansó de buscar.

2.8.3 *Ventas*

(Romero, 1997), en el libro "Marketing", define a la **venta** como "la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas" (p. 35)

(Fischer & Espejo, 2004), autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la **venta** es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan,

además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)" (p. 26 y 27)

El volumen de ventas se define como el total de ventas de bienes o servicios realizados por una empresa durante un período específico. Se refiere principalmente a la cantidad de unidades vendidas durante un período determinado, este se hace con la finalidad de conocer si el producto que se está comercializando se está vendiendo de tal manera que se recupere el dinero que se invirtió en dicho producto.

En el caso del comercio informal es importante conocer el volumen o nivel de ventas que poseen los productos porque de lo contrario no se tendría ingresos para cubrir las necesidades, de la misma manera si se obtiene un buen nivel de ventas quiere decir que el producto tiene una gran aceptación por la población en general.

2.8.4 Ingresos

Un ingreso se refiere a cualquier beneficio obtenido a través de la venta de un bien o servicio, que suele ser recibido en forma de pago monetario. (Gil, 2020a)

Los ingresos se definen como los flujos de dinero que ingresan a una empresa debido a sus actividades comerciales habituales, como la venta de bienes y servicios a los clientes. En resumen, los ingresos representan el total de efectivo generado por un negocio antes de deducir los gastos. (Camino Financiamiento, 2023)

2.8.5 Rentabilidad

La rentabilidad se refiere a la disparidad entre los ingresos y los gastos, y también representa el rendimiento obtenido de una inversión. Es una evaluación utilizada en la gestión empresarial y se calcula considerando las ventas, los activos y el capital involucrado (Contreras Salluca & Díaz Correa, 2018, p. 40)

La rentabilidad se refiere a las ganancias obtenidas o potenciales, tanto en el contexto de inversiones como en la creación de un negocio o la venta de un producto. Es un concepto de gran importancia, ya que constituye un indicador significativo del rendimiento de una inversión en desarrollo. (Sevilla Arias, 2020)

2.8.6 Nivel pobreza

Para la ONU la pobreza es “la condición caracterizada por una privación severa de necesidades humanas básicas, incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información. La pobreza depende no sólo de ingresos monetarios sino también del acceso a servicios” (Spicker et al., 2009, p. 294)

Si consideramos que la pobreza se define principalmente en función de la necesidad, entonces bastaría con una necesidad no originada por una limitación de recursos para considerar a alguien como pobre. Sin embargo, si entendemos que la pobreza es simplemente el resultado de recursos limitados, entonces la mera necesidad no sería para clasificar a alguien como pobre. (Spicker et al., 2009, p. 294)

Según (Spicker et al., 2009) El enfoque más comúnmente utilizado para evaluar la pobreza es el basado en los ingresos, hasta el punto de que algunos expertos en ciencias sociales sostienen que la pobreza se equipara a niveles bajos de ingresos. (p. 294)

En la actualidad, la pobreza extrema se calcula considerando a las personas que viven con menos de 1,90 dólares al día. Esta carencia económica, la falta de ingresos, es un elemento fundamental en la mayoría de las definiciones de pobreza. Sin embargo, este enfoque no toma en cuenta el impacto social, cultural y político de la pobreza. (Naciones Unidas, 2023)

2.8.7 Nivel de educación

El nivel educativo de una persona se establece mediante una secuencia de programas educativos organizados en función de una progresión de experiencias de aprendizaje, conocimientos, habilidades y competencias que se imparten en cada uno de estos programas. Con frecuencia, los niveles reflejan el grado de complejidad y especialización del contenido de un programa educativo, ya sea básico o avanzado. (INEE, 2023)



Ilustración 2-5: Nivel de Educación

Fuente: INEE, 2023

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

2.8.7.1 Nivel de educación primaria

El nivel de educación primaria es la etapa educativa que sigue al nivel inicial dentro de los sistemas educativos nacionales y forma parte de la educación básica. La edad típica para cursar el nivel primario varía según el país y suele comprender a niños de entre 6 y 12 años. La asistencia al nivel primario es obligatoria en todos los países de la región. (UNESCO, 2019b)

2.8.7.2 Nivel de educación secundaria

El nivel secundario es la tercera etapa educativa en los sistemas nacionales de educación. La edad típica para cursar el nivel secundario varía según el país y generalmente abarca a adolescentes de entre 11 y 17 años. En conjunto, este grupo poblacional, que consta aproximadamente de 75,7 millones de adolescentes, representa alrededor del 12% de la población total según la CEPAL. (UNESCO, 2019c)

Para poder ingresar a la secundaria inferior, es necesario haber completado y aprobado el nivel primario. Los programas educativos de la secundaria inferior tienen como objetivo principal fortalecer los conocimientos adquiridos en el nivel primario. (UNESCO, 2019c)

2.8.7.3 Nivel de educación superior

La educación superior se compone de los programas educativos que se imparten después de la educación secundaria y son ofrecidos por universidades u otras instituciones debidamente autorizadas como instituciones de enseñanza superior por las autoridades competentes del país y/o sistemas reconocidos de homologación. (UNESCO, 2019a)

Los programas educativos de nivel superior se apoyan o parten de los conocimientos adquiridos en la educación secundaria (UNESCO, 2019a)

2.8.8 Nivel socioeconómico

El concepto de "nivel socioeconómico" se emplea para describir a personas que ocupan una posición social particular, considerando factores como el acceso al empleo, el tipo de trabajo (empleador o empleado), los logros educativos, los ingresos e incluso el reconocimiento en comparación con otros individuos. Esta medida puede aplicarse a nivel individual, familiar o comunitario. (Agualongo Quelal & Garcés Alencastro, 2020)

2.8.8.1 Grupos socioeconómicos

En Ecuador según el INEC el nivel socioeconómico se clasifica en varios grupos donde va desde el grupo A que sería el nivel más alto, hasta el grupo D considerado el nivel más bajo

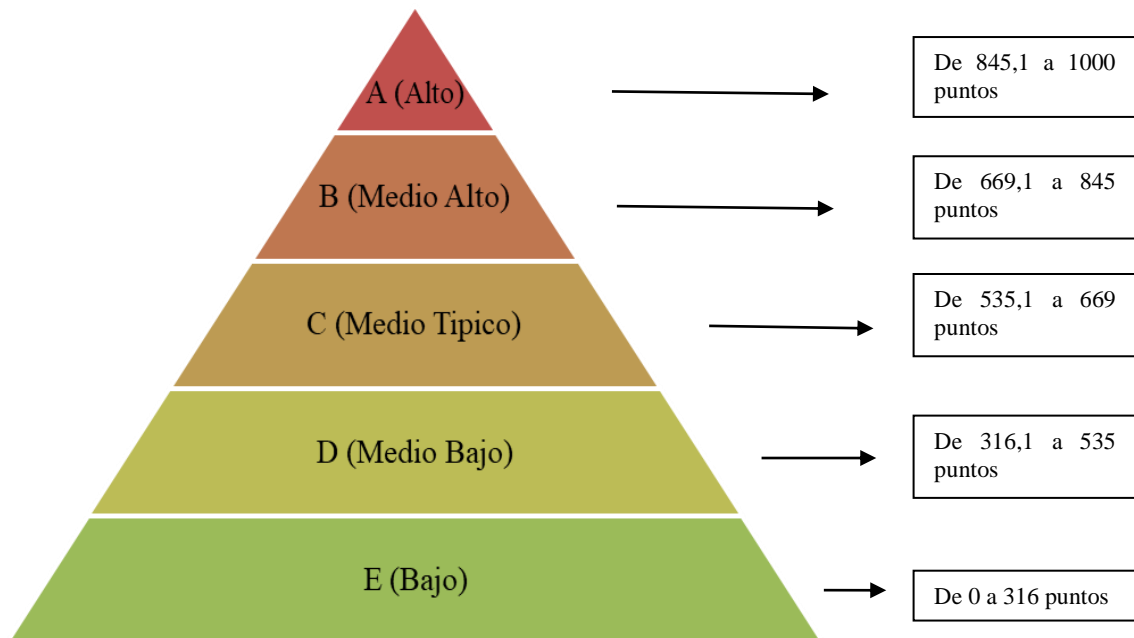


Ilustración 2-6: Clasificación de los grupos socioeconómicos

Fuente: INEC, 2023.

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Para conocer el nivel socioeconómico al que corresponde cada familia del país se tiene en cuenta factores como la educación, tecnología, los bienes que poseen, entre otros, cada variable tiene un puntaje que al sumarlos da como resultado 1000 puntos como se muestra a continuación:



Ilustración 2-7: Factores que influyen en el nivel socioeconómico

Fuente: INEC, 2023

2.9 Emprendimiento e informalidad

Cuando investigamos las razones dadas por aquellos que trabajan en la economía informal, encontramos las siguientes explicaciones. Un argumento común y significativo sostiene que la motivación radica en el deseo de ser independiente, de trabajar por cuenta propia y de ser su propio jefe. Estas respuestas están estrechamente relacionadas entre sí. La decisión también está relacionada con la insatisfacción respecto al salario percibido y la necesidad de generar mayores ingresos para el sustento de toda la familia (Páez, 2019, p. 10).

En la mayoría de los casos, se suele describir al emprendedor informal como alguien que se involucra en la economía informal por necesidad, ya que no cuenta con otras opciones para garantizar su subsistencia. (Boyle, 1994; Hughes, 2006; Singh y DeNoble, 2003 citado en Lafuente Ibáñez et al., 2018, p. 25) . Sin embargo, existe consenso entre muchos autores al argumentar lo opuesto: los emprendedores eligen participar de manera voluntaria en la economía informal debido a que encuentran en ella mayores niveles de autonomía, flexibilidad y libertad en comparación con la alternativa contraria. (Cross, 1997; Gerxhani, 2004; Snyder, 2004 citado en Lafuente Ibáñez et al., 2018, p. 25). En este contexto, parece haber cierta contradicción en los estudios, ya que, al utilizar la misma clasificación de emprendedores formales e informales, se establece una distinción entre aquellos motivados por necesidad y aquellos motivados por oportunidad. Si un emprendedor elige el sector informal, ya no estaría actuando por necesidad, sino que estaría tomando una decisión consciente. (Lafuente Ibáñez et al., 2018, p. 25)

Tanto los emprendimientos formales como los informales utilizan diversas formas de financiamiento para respaldar sus operaciones. Estas modalidades incluyen instituciones bancarias, entidades de microcrédito, prestamistas informales, proveedores y redes familiares y sociales. En el caso específico de los prestamistas informales, los intereses de los préstamos son considerablemente más altos que los ofrecidos por el sistema financiero formal. Esto refleja la capacidad de generación de recursos en la economía informal. (Páez, 2019, p. 11)

2.10 El mercado

El término "mercado" se utiliza para describir todas las transacciones económicas que ocurren entre compradores y vendedores de bienes y servicios. Por lo tanto, hace referencia a la interacción entre empresas y consumidores en la que se intercambian bienes y servicios por dinero u otras formas de trueque. Su función es crucial en la economía, ya que contribuye a establecer precios, asignar recursos y generar riqueza. Por esta razón, es de suma importancia

que tanto las empresas como los hogares comprendan el funcionamiento del mercado para optimizar sus oportunidades de éxito. (López, 2022)

De hecho, constituye el proceso fundamental mediante el cual las compañías funcionan y generan ganancias, a cambio de compensar a los empleados, quienes a su vez obtienen la principal fuente de ingresos para sus familias respectivas. (López, 2022)

El intercambio de productos o servicios entre vendedores y compradores es viable debido a que, aunque puedan parecer tener intereses opuestos, en realidad es esa misma dinámica la que posibilita la realización de esta actividad económica y sus acuerdos, ya que uno es dependiente del otro. (TodaMateria, 2020)

En este contexto, los mercados actúan como los lugares designados para llevar a cabo acuerdos económicos relacionados con una amplia variedad de bienes o servicios que se ofrecen y se demandan según las necesidades de los consumidores, como individuos, empresas e instituciones, entre otros. (TodaMateria, 2020)

Los precios finales estarán determinados por la oferta y la demanda en el mercado, ya sea que estas sean altas o bajas para los productos o servicios disponibles. (TodaMateria, 2020)

2.10.1 Funcionamiento de los mercados

El mercado opera mediante acuerdos de intercambio o negociación entre ofertantes y demandantes, estableciendo una relación comercial que ambas partes deben respetar para lograr sus objetivos de manera satisfactoria. (TodaMateria, 2020)

Es importante destacar que los mercados operan con la participación de dos roles fundamentales (TodaMateria, 2020):

- **Comprador o consumidor:** Esta es la persona que busca adquirir un bien o servicio. Se acerca al mercado con la intención de satisfacer una necesidad específica. Durante el proceso de intercambio, el comprador se esforzará por optimizar sus recursos y adquirir el producto al precio más conveniente. (TodaMateria, 2020)
- **Vendedor o productor:** En este caso, se trata del proveedor dispuesto a recibir pago a cambio de un bien o servicio. El vendedor establecerá los precios de sus productos o

servicios basándose en su percepción del valor más alto que puede obtener sin sufrir pérdidas económicas. (TodaMateria, 2020)

2.10.2 Mercados Municipales

Para (Delgadillo, 2016), Los mercados locales son como puntos centrales en las ciudades que atraen a diversos segmentos de la población para aprovisionarse, interactuar y reunirse. Además de su función práctica, poseen un significado simbólico y cultural asociado a formas de consumo que no pueden observarse en las tiendas grandes, como el regateo. (2016, p. 1)

Los mercados locales desempeñan un papel de relevancia histórica, social y cultural, incluso en el progreso de las urbes. La venta de alimentos tiene un papel crucial en su viabilidad, ya que estos mercados tuvieron sus orígenes en áreas públicas y dieron forma a lugares de interacción social. Asimismo, organizan la actividad de un sector y contribuyen a forjar una identidad. (Robles, 2014, Massey, 1995, Hernández y Andreeva, 2016 citado en Elguera Chumpitazi, 2018)

Las relaciones de confianza en este tipo de mercados permiten la manifestación del “fiado” y con ello la aparición de "clientes de por vida" basada en la lealtad y fidelidad, y a cambio de la confianza del vendedor hacia el cliente este devuelve su lealtad a su negocio. Tal lealtad del cliente a través de la "fiado" basada en la confianza mutua es única y especial de los pequeños comerciantes. (Vallejo Tixi, 2022, p. 16)

En líneas generales, el concepto de mercado abarca un lugar público, ya sea al aire libre o cerrado, donde se lleva a cabo el intercambio de bienes y servicios, incluyendo la adquisición y venta de alimentos y productos esenciales. El mercado implica la competencia entre los artículos ofrecidos y demandados, a la vez que es un motor para el crecimiento socioeconómico. (Vallejo Tixi, 2022, p. 16)

2.10.2.1 Características de los Mercados Municipales

Las particularidades del mercado se basan en la presencia de: "Vendedores y compradores que encarnan la oferta y la demanda, lo cual resulta en relaciones comerciales y transacciones de bienes. Los precios de los productos tienden a homogeneizarse y estos valores son determinados por la interacción de la oferta y la demanda". (García, K., 2014 citado en Vallejo Tixi, 2022, p. 16)

Se identifica comúnmente como mercado municipal o de abastos a una instalación de propiedad municipal en la que los comerciantes ofrecen productos frescos al público en puestos

individuales. Aunque hay mercados amplios y variados, se distingue de otras formas de actividad por tres características principales, como se detalla a continuación. (Schuetz y Frigerio, 2001 citado en Vallejo Tixi, 2022, p. 16)

- Atraer compradores a la ciudad o sus alrededores y proporcionar oportunidades de comercio minorista para pequeños empresarios.
- Los mercados se encuentran en ubicaciones urbanas y tienen impactos tanto positivos como negativos en su entorno. Esto resalta el mercado como un atractivo para el público en general y ofrece la ocasión de reconsiderar zonas urbanas privilegiadas en el corazón de la ciudad.
- Un tercer elemento relevante es que estos mercados están compuestos por comerciantes locales que son los propietarios. Esta característica contribuye a la creación de un ambiente cálido y acogedor en el mercado.

Según (Crespi; Montserrat & Domínguez, 2016) Los mercados municipales o de abastos suelen destacarse por su amplia variedad de productos de calidad, siendo los vendedores responsables de garantizar esta calidad del producto. La confianza, la experiencia y la autenticidad que caracterizan al mercado tradicional contribuyen a la reputación y la percepción positiva de estos espacios comerciales. (p. 4)

No obstante, resulta asombroso observar que estos mercados con frecuencia demandan labores de reparación y cuidado. La deterioración de estos espacios ha ido empeorando y persistiendo a lo largo del tiempo, debido en gran medida a que los responsables municipales usualmente adoptan un enfoque pasivo en la administración de los mercados y no fomentan de manera activa el progreso comercial. (Vallejo Tixi, 2022, p. 17)

2.10.2.2 Importancia de los Mercados Municipales

"Los mercados locales desempeñan una función de gran relevancia en las comunidades en términos sociales, económicos y urbanos".(Rojas 2009 citado en Vallejo Tixi, 2022, p. 17)

- Desde la perspectiva económica, los mercados desempeñan un papel esencial en la generación de una parte significativa de la economía local, impulsando dinamismo y oportunidades comerciales en las comunidades, y generando una mayor cantidad de empleos en comparación con otros sistemas comerciales.

- En el ámbito social, tienen una función vital como espacios de encuentro e intercambio entre ciudadanos, contribuyendo al tejido social y al sentido de comunidad.
- En lo que respecta a la dimensión urbana, poseen un valor especial como cimientos para los procesos de reactivación y revitalización urbanas.

Los mercados, como construcciones culturales humanas, evolucionan constantemente y se adaptan a nuevas tendencias y necesidades sociales. (Vallejo Tixi, 2022, p. 18)

Dentro del contexto de una urbe comercial, el mercado municipal es un elemento fundamental, actuando como epicentro de intercambio y oferta de bienes esenciales, además de ser un punto de referencia dentro de la estructura de la ciudad. (Vallejo Tixi, 2022, p. 16)

En términos de modernización, es relevante destacar los mercados municipales que han logrado mantenerse en una fase madura de su ciclo de vida, evitando el riesgo de declive. Estos mercados exhiben aspectos económicos y sociales de importancia, enfocados en su función de servicio público, influencias externas, roles sociales, estrategias comerciales y configuración urbana. (Vallejo Tixi, 2022, p. 16)

2.10.2.3 Mercados Municipales: Función Económica y Social

(Vallejo Tixi, 2022, p. 20), en su artículo Mercados Municipales: un servicio público que aúna tradición y modernidad identifica las siguientes funciones:

- **Función de abastecimiento:** Tiene como objetivo prevenir la interrupción en las cadenas de distribución, permitiendo la provisión constante de suministros a las ciudades.
- **Función de fomentar economías de aglomeración:** Simplifica el proceso de compra para los consumidores, gracias a la variedad de establecimientos que ofrecen tanto productos perecederos como no perecederos.
- **Rol en la regulación de precios y competencia:** Refuerzan este efecto al disminuir los costos para los vendedores, lo que les permite ofrecer sus productos a precios más competitivos.

- **Creación de externalidades positivas:** Los mercados desempeñan un papel esencial en la revitalización de barrios y áreas históricas.
- **Generación de servicios:** Promueven el crecimiento del sector terciario de la economía al impulsar el desarrollo de servicios.
- **Impacto en la imagen social:** Contribuyen a formar una percepción generalizada de una relación equilibrada entre calidad y precio.

2.11 Mercados Municipales Riobamba

Actualmente alrededor de la ciudad de Riobamba se existen 11 mercados municipales que se encuentran bajo las ordenanzas de los órganos de control del GAD municipal de la ciudad, y estos son:

Tabla 2-3: Mercados Municipales Riobamba

MERCADO	UBICACIÓN	UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Centro Comercial Popular “La Condamine”	Carabobo y Esmeraldas	1,6728S 78,6560W
Víctor Proaño (Santa Rosa)	Rocafuerte y Villaroel	1,6727S 78,6542W
Mariano Borja o “La Merced”	Colon y Guayaquil	1,6736S 78,6503W
Pedro de Lizarzaburu o “San Francisco”	1era Constituyente y Juan de Velasco	1,6745S 78,6472W
Simón Bolívar o “San Alfonso”	Argentinos y 5 de junio	1,6714S 78,6465W
Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de “La Concepción”	Orozco y Larrea	1,6710S 78,6488W
Bolívar Chiriboga “El Prado”	Espejo y Cordovez	1,6660S 78,6444W
“Gral. Juan Bernardo Dávalos”	Febres Cordero y Pichincha	1,6657S 78,6484W
La Esperanza 1	Galo Plaza y Lizardo García	1,6616S 78,6418W
La Esperanza 2	Juan de Dios Martínez e Ignacio de Veintimilla	1,6606S 78,6402W
Plaza San Francisco o de las Hierbas	Av. 21 de abril y Otto Arosemena	1,6727S 78,6542W

Fuente: Riobamba

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

2.11.1 Descripción de los mercados municipales de Riobamba

2.11.1.1 Centro Comercial Popular “La Condamine”

Es un mercado diverso y amplio, que abarca desde la venta de platos típicos acompañados de los tradicionales jugos naturales de fruta, muy populares en Riobamba, hasta la comercialización de prendas de vestir, tejidos y otros productos. (Vallejo Tixi, 2022, p. 25)

El Mercado La Condamine de Riobamba está diseñado con dos plantas con el objetivo de brindar un orden adecuado a los consumidores y facilitar el acceso a los productos buscados.

En la planta baja, se encuentran los puestos donde se comercializan legumbres, carnes, productos de despensa, aves, pescado, frutas y lácteos. También se encuentran diversos puestos de comida tradicional, como el caldo de gallina, el caldo de mondongo, el morocho de leche acompañado de empanadas de viento, el hornado y los jugos naturales de frutas, que son muy populares en toda la provincia del Chimborazo. (Vallejo Tixi, 2022, p. 25)

En la planta alta, se encuentran los puestos de venta de ropa, zapatos, tejidos y artículos de bazar, además de las oficinas administrativas. (Vallejo Tixi, 2022, p. 25)

2.11.1.2 Víctor Proaño (Santa Rosa)

Este mercado es un símbolo de historia y tradición en Riobamba, y en sus alrededores se encuentran establecimientos comerciales complementarios y de servicios. Además de eso, en este mercado se venden al público una variedad de productos agrícolas y artículos de consumo diario. (Vallejo Tixi, 2022, p. 28)

Secciones en el Mercado Santa Rosa:

- Sección Ropa
- Sección sogas
- Sección tiendas casa barrial
- Sección legumbres internas
- Sección legumbres externas
- Sección frutas
- Secciones papas
- Secciones comidas

- Sección tercenas y viseras
- Sección motes y pescado
- Sección tiendas internas
- Sección tiendas externas
- Sección pan
- Sección sombreros
- Sección varios

2.11.1.3 Mariano Borja o “La Merced”

En este mercado tradicional, se puede disfrutar de una amplia selección de platos típicos de la gastronomía riobambeña. Existe una gran diversidad de opciones gastronómicas para deleitar el paladar de turistas y visitantes (Vallejo Tixi, 2022, p. 30)

Este mercado es el centro comercial principal de la ciudad de Riobamba y su principal atractivo es la gastronomía. En este lugar, trabajan alrededor de 120 personas en diversas áreas. Aquí se puede encontrar una amplia selección de productos frescos, legumbres, frutas y verduras. En términos de gastronomía, se pueden saborear una variedad de platos tradicionales y típicos. (Vallejo Tixi, 2022, p. 30)

2.11.1.4 Pedro de Lizarzaburu o “San Francisco”

En el Mercado San Francisco, se ofrecen diversos productos para el consumo diario, como legumbres, frutas, pollo, carnes, pescado, lácteos y puestos de comida. Además, en este lugar se puede disfrutar de los tradicionales helados de crema y hielo, que se venden desde 1969 en el Mercado de San Francisco. Se preparan diariamente una amplia variedad de sabores, como taxo, mora, chocolate y coco, que son muy populares entre los habitantes de Riobamba y son los más solicitados cuando se desea disfrutar de un postre. (Vallejo Tixi, 2022, p. 32)

2.11.1.5 Simón Bolívar o “San Alfonso”

El mercado de San Alfonso es reconocido como uno de los mercados más populares durante las ferias que se realizan los miércoles y sábados. En este mercado, se encuentran varias secciones destinadas a la venta de productos como frutas, legumbres, hortalizas, patatas y carnes. Además, cuenta con puestos de comida que atraen a numerosos consumidores todos los días. (Vallejo Tixi, 2022, p. 31)

2.11.1.6 Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de “La Concepción”

La Plaza Roja, o Plaza de la Concepción de Riobamba está ubicada en las calles José de Orozco entre Juan Larrea y Cristóbal Colón, tiene el nombre de Plaza de la Concepción por estar situada al frente de la iglesia de la Inmaculada Concepción (Vallejo Tixi, 2022, p. 33)

Este lugar es reconocido como el mejor para apreciar y adquirir prendas de vestir y una amplia variedad de artesanías de los pueblos andinos. También es conocida como la "Plaza Artesanal de la Concepción", donde los Salasacas de Tungurahua, Saraguro de Loja, Otavalo de Imbabura y Puruhás de Chimborazo se reúnen en un mismo sitio para comerciar sus artesanías y prendas de vestir tradicionales, como ponchos, bolsos, fajas, sombreros, productos de cabuya y una diversidad de artesanías que reflejan la identidad riobambeña y las culturas indígenas de la sierra. (Vallejo Tixi, 2022, p. 33)

2.11.1.7 Bolívar Chiriboga “El Prado”

Este mercado es considerado relativamente nuevo en comparación con los mercados existentes en la ciudad de Riobamba. Se encuentra ubicado en las calles Luis Cordovéz y Espejo, en el espacio que antes ocupaba la fábrica El Prado. En este lugar, un grupo de personas comenzó a comercializar inicialmente especies menores como cuyes, conejos y gallinas. Con el tiempo, la oferta se amplió e incluyó la venta de artículos de hierro, como ventanas, puertas y cocinas, además de ropa nueva y usada, calzado, dispositivos celulares y otros productos. (Vallejo Tixi, 2022, p. 34)

El mercado Bolívar Chiriboga es el lugar donde se congregan los comerciantes que han estado participando en las ferias que se llevan a cabo los sábados, ocupando las calles del perímetro del mercado San Alfonso, la calle Guayaquil y el Centro Comercial La Condamine en la ciudad de Riobamba. En este mercado se realizan las ferias tanto los miércoles como los sábados. (Vallejo Tixi, 2022, p. 34)

2.11.1.8 “Gral. Juan Bernardo Dávalos”

El Mercado Juan Bernardo Dávalos, ubicado en las calles Nueva York y Pichincha, es uno de los principales centros comerciales de la ciudad de Riobamba. Forma parte de una red de plazas, mercados y centros comerciales populares que brindan servicios tanto a la población local como a visitantes de cantones vecinos. (Vallejo Tixi, 2022, p. 35)

En este mercado se ofrecen productos de primera necesidad como abarrotes, legumbres, frutas, verduras, carne y mariscos. También se comercializan artesanías y artículos elaborados con totora, como canastos y esteras. Además, es importante destacar que este mercado también ha funcionado como terminal de autobuses con destino al cantón Guano. (Vallejo Tixi, 2022, p. 35)

2.11.1.9 La Esperanza 1

En el lugar conocido como La Esperanza, se ofrece una amplia variedad de productos, tanto usados como nuevos, que provienen de remates adquiridos principalmente por comerciantes de Guayaquil o Manabí. Algunos evitan que ciertos objetos terminen en la basura, esperando que encuentren un nuevo hogar. (Vallejo Tixi, 2022, p. 36)

En este espacio, conviven herramientas nuevas y usadas, como palas, martillos, baldes y picos, que son vendidos por personas dedicadas a la albañilería y posteriormente vuelven a ser adquiridos. (Vallejo Tixi, 2022, p. 36)

También se encuentran prendas de vestir de segunda mano, que son de utilidad para las personas de bajos recursos en un país donde el empleo escasea, permitiéndoles ahorrar los pocos dólares que tienen. Este mercado está ubicado en el sector oriental y cobra vida cada miércoles y sábado, que son los días de feria. (Vallejo Tixi, 2022, p. 36)

2.11.1.10 La Esperanza 2

En el año 2011, la Jefatura de Mercados y la Dirección de Planificación comenzaron la búsqueda de un lugar para construir una plataforma destinada a albergar a comerciantes de los diferentes mercados de la ciudad de Riobamba. El objetivo era recuperar los espacios públicos y las vías para permitir un tránsito libre de peatones y vehículos. Como resultado, se trasladó a los vendedores de frutas y legumbres de la vía pública del mercado San Alfonso al mercado La Esperanza 2, y se trasladó la sección de especies menores del Mercado Bolívar Chiriboga "El Prado". (Vallejo Tixi, 2022, p. 37)

2.11.1.11 Plaza San Francisco o de las Hierbas

En 2011, se decidió reubicar a los comerciantes de hierbas hacia un nuevo espacio conocido actualmente como la Plaza de San Francisco o Plaza de las Hierbas. Esta plaza está situada en las calles Otto Arosemena Gómez y Víctor Emilio Estrada, y proporciona servicios a la

población de Riobamba. Recientemente, se han añadido nuevas instalaciones sanitarias para mejorar las condiciones del servicio para los usuarios. (Vallejo Tixi, 2022, p. 38)

Esta Plaza tiene cinco secciones:

- **Sección 1:** Venta de Alfalfas
- **Sección 2:** Planta de Alfalfas
- **Sección 3:** Hojas de maíz
- **Sección 4:** Venta de semillas
- **Sección 5:** Venta de zanahorias y coles

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoques de investigación

3.1.1 *Mixto*

De acuerdo con (Ortega, 2018), el enfoque de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos. (p. 26)

El presente trabajo de investigación se realizó de manera mixta, es decir cualitativa y cuantitativa porque a partir de las ideas, cifras, opiniones y datos encontrados del sector informal en los mercados municipales se abre el análisis estadístico y no estadístico de la información los cuales tienen como finalidad establecer conclusiones que ayuden a solucionar la problemática.

En la presente investigación se utilizó los siguientes indicadores cualitativos

- Nivel socioeconómico
- Nivel de educación
- Nivel de satisfacción

En cuanto a los indicadores cuantitativos se utilizó los siguientes:

- Nivel de ingresos
- Nivel de pobreza
- Nivel de rentabilidad
- Empleo adecuado
- Subempleo
- Desempleo
- Liquidez
- Nivel de ventas
- Rentabilidad

3.2 Nivel de Investigación

3.2.1 Exploratorio

De acuerdo con (Cabezas Mejía et al., 2018) Los estudios exploratorios buscan establecer las bases y sentar el terreno para la investigación. En esencia, son una forma de aproximarse a un fenómeno desconocido para el investigador, y preceden a otros niveles de investigación. Los estudios exploratorios se llevan a cabo cuando el objetivo de la investigación es examinar un tema que ha sido poco estudiado hasta el momento o del cual se dispone de escasa información. (p. 68)

Se utilizó el nivel exploratorio para tener una visión general acerca de la situación del sector comercial informal en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba y con ello poder emitir mejores criterios y análisis acerca de la problemática planteada.

3.2.2 Explicativo

De acuerdo con (Cabezas Mejía et al., 2018) Los estudios explicativos van más allá de la descripción de características o fenómenos, así como de establecer relaciones entre conceptos. Su objetivo principal es analizar las causas que subyacen en los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales. Estas investigaciones son más exhaustivas y están mejor organizadas en términos de su estructura y metodología. (p. 69)

Se utilizó el nivel explicativo para determinar por qué se encuentra informalidad en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba, y con ello establecer las causas y consecuencias que lo provocan

3.2.3 Descriptivo

Según (Cabezas Mejía et al., 2018) El objetivo de los estudios descriptivos es identificar y detallar las propiedades, características y perfiles relevantes de personas, grupos, poblaciones, comunidades u otros fenómenos sujetos a análisis. Estos estudios se centran en la descripción de situaciones, eventos o hechos, recopilando datos sobre diversas cuestiones y realizando mediciones. Además, buscan explicar detalladamente lo que está ocurriendo en un momento específico y lo interpretan. (p. 68)

Este tipo de investigación se centró en realizar la descripción completa de cada uno de los factores por los que las personas optan por dedicarse a un negocio informal entre los principales la falta de recursos económicos, el desempleo, necesidad y por la pandemia por Covid-19, analizando por consiguiente las características del sector informal en los mercados municipales de Riobamba

3.3 Diseño

3.3.1 *No experimental*

De acuerdo (Cabezas Mejía et al., 2018) , en este tipo de investigación, las variables estudiadas no son manipuladas intencionalmente. El objetivo de esta investigación es observar los fenómenos tal como se presentan en su entorno natural y luego analizarlos. A diferencia de los estudios experimentales, en los que se crean situaciones controladas, en los estudios observacionales se observan situaciones existentes. (p. 79)

El presente trabajo de investigación se lo realizó con el diseño no experimental por el hecho que se va a trabajar con la información recopilada de fuentes confiables, teniendo en cuenta a la población de la ciudad de Riobamba a quienes se les aplicó las encuestas facilitando la recolección de información necesaria para la investigación.

3.4 Tipo de estudio

3.4.1 *Documental*

De acuerdo con (Cabezas Mejía et al., 2018) este tipo de investigación tiene como propósito recopilar información para enunciar teorías que respalden el estudio de fenómenos y procesos. La obtención de esta información se realiza a través de un nivel exploratorio de investigación. El objetivo principal es familiarizarse con los conocimientos existentes en el campo relacionado con el objeto de estudio de la investigación.

El presente trabajo de investigación se lo realizó con un estudio documental ya que se acudirá al uso de artículos científicos y fuentes confiables que sirvan de soporte con el marco teórico y la conceptualización de la temática a investigar, así como también la información que se recopile de las encuestas y entrevistas.

3.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

La población para la investigación constituye a las personas pertenecientes al sector comercial informal de los mercados municipales de Riobamba dando un total de 2500 informales de los 11 mercados existentes. Debido a que son una población medianamente grande se procedió a calcular una muestra representativa para aplicar los instrumentos y obtener la información necesaria para solventar la problemática.

3.5.1 Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{ND^2 + Z^2(PQ)}$$

n = tamaño muestral

Z = nivel de confianza

P = probabilidad de ocurrencia

Q = probabilidad de No ocurrencia

D = precisión prefijada

N = Tamaño poblacional

Donde:

Z = 1,96-2,00

P = 0,50

Q = 0,50

D = 0,05

N = 2500

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0,5 * 0,5 * 2500}{(2500 * (0,05)^2) + ((1.96)^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{2401}{6.25 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2401}{7.2104}$$

$$n = 332.99$$

n = 333 personas

3.6 Métodos, Técnicas e instrumentos

3.6.1 Métodos

3.6.1.1 Inductivo.

De acuerdo con (Cabezas Mejía et al., 2018) El razonamiento inductivo se basa en la observación de casos particulares para llegar a conclusiones generales. Se parte de enunciados específicos y se busca generalizar las inferencias a partir de un conjunto de evidencias. Este tipo de inferencia se realiza de manera ascendente, partiendo de casos individuales hacia una conclusión general. (p. 16)

El presente trabajo utilizó el método inductivo ya que nos va a ayudar a identificar el problema y a conocer la situación socioeconómica de manera individual y de ahí generalizar los aspectos conflictivos del sector informal que afecta el desarrollo económico de la ciudad de Riobamba

3.6.1.2 Analítico

Desde el punto de vista de (Cabezas Mejía et al., 2018) La descomposición de un fenómeno en sus componentes o elementos constituyentes, conocida como análisis, ha sido una herramienta ampliamente empleada a lo largo de la historia para comprender las distintas dimensiones de la realidad. Mediante esta técnica, se busca desglosar un fenómeno en sus partes constitutivas con el fin de obtener un mayor conocimiento y comprensión de sus diversas facetas. (p. 18)

El método analítico nos sirvió para el estudio de la situación actual, analizando los diferentes comportamientos en el mercado informal, facilitando con ello la interpretación y el análisis de los resultados que se obtengan en la investigación.

3.6.2 Técnicas

3.6.2.1 Encuestas

Según (Cabezas Mejía et al., 2018) La encuesta se emplea para investigar y obtener opiniones a través de preguntas estructuradas, siguiendo un proceso metodológico que involucra la operacionalización de variables. Al formular preguntas sobre un fenómeno específico objeto de investigación, se busca obtener respuestas objetivas y fundamentadas. (p. 81)

En el presente estudio se realizó encuestas dirigidas a los comerciantes informales de los mercados municipales ubicados en la ciudad de Riobamba a quienes se aplicó el tamaño de la muestra para la obtención de resultados y su interpretación.

3.6.2.2 Observación

Según (Cabezas Mejía et al., 2018) La observación es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas.

Se procedió a visitar los mercados municipales ya que es el lugar en el cual se enfocó el estudio debido a su gran relevancia en cuanto a comercio informal en la ciudad de Riobamba

3.6.2.3 Entrevista

Según (Cabezas Mejía et al., 2018) La entrevista es una técnica cualitativa de recolección de datos que se encuentra dentro del proceso de investigación. Existen diferentes tipos de entrevistas, tanto estructuradas como no estructuradas, y pueden denominarse enfocadas o de profundidad. Estas entrevistas se caracterizan por establecer un estímulo que guía a los participantes hacia un discurso continuo, generalmente en forma escrita, dentro del marco de referencia de la investigación. (p. 118)

Al obtener testimonios más concisos en la investigación nos ayudó a interpretar de mejor manera los datos obtenidos este instrumento se aplicó al gestor de mercados municipales de la ciudad de Riobamba

3.6.3 Instrumentos

3.6.3.1 Cuestionario

Según (Significados, 2022) Un cuestionario es aquel que plantea una serie de preguntas para extraer determinada información de un grupo de personas.

Se los utilizó al momento de ejecutar las encuestas a la muestra para obtener información de real de la situación a estudiar y que ayude analizar la problemática

3.6.3.2 Ficha de Observación

Necesarias para plasmar las observaciones con el fin de generar un sustento que posteriormente se pueda revisar y sacar conclusiones sobre el tema que se va a investigar y evaluar

3.6.3.3 Guía de entrevista

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

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Pregunta N°1. Sexo con el que se identifica

Tabla 4-1: Sexo

1. Sexo con el que se identifica		
Sexo	Frecuencia	%
Masculino	140	42%
Femenino	193	58%
Total	333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

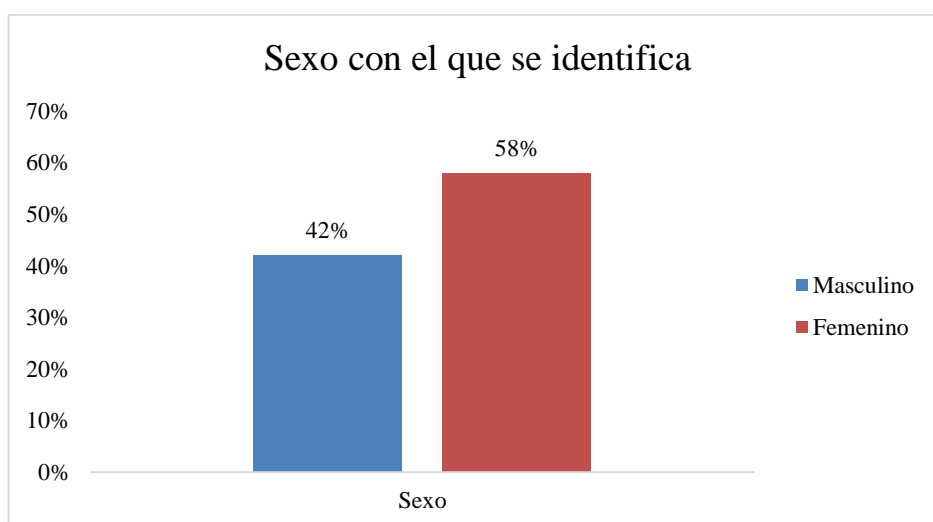


Ilustración 4-1: Sexo

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación

En la Ilustración 4-1 de la encuesta realizada a los comerciantes informales de los diferentes mercados de la ciudad de Riobamba se puede identificar que el 58% de comerciantes corresponden al sexo Femenino lo que refleja la desigualdad aun existente al encontrar trabajo para una mujer y el 42% restante representa al sexo Masculino con una menor participación en la informalidad.

Pregunta N°2. ¿Cuál es el nivel de escolaridad que posee usted?

Tabla 4-2: Nivel de Escolaridad

2. ¿Cuál es el nivel de escolaridad que posee usted?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Ninguna	10	71%	4	29%	14	4%
Primaria	65	63%	38	37%	103	31%
Secundaria	64	38%	104	62%	168	50%
Superior	20	42%	28	58%	48	14%
Total	159		174		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

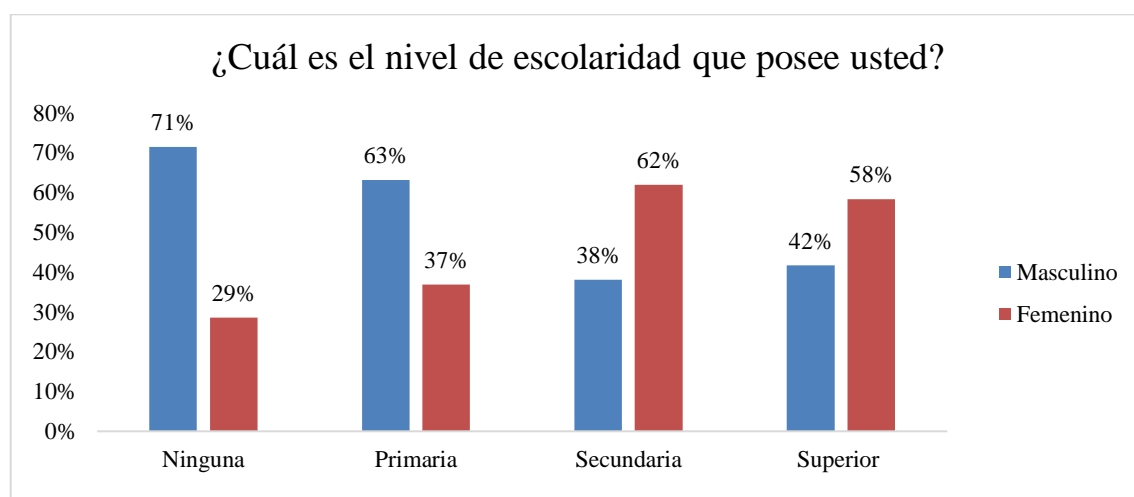


Ilustración 4-2: Nivel de Escolaridad

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación

En la Ilustración 4-2 se evidencia que el nivel de escolaridad que prevalece en el sector informal corresponde a los encuestados que posee un nivel de escolaridad hasta secundaria de los cuales el 62% corresponden al sexo femenino y la minoría al sexo masculino, de hasta primaria, el 65% son de sexo masculino, dichos resultados encontrados reflejan un problema que puede afectar al momento de encontrar un trabajo formal lo que conlleva a que dichas personas opten por un negocio informal donde no es un requisito tener un nivel de escolaridad alto.

Pregunta N°3. ¿A qué tipo de negocio se dedica?

Tabla 4-3: Tipo de negocio

3. ¿A qué tipo de negocio se dedica?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Alimentos Preparados	8	17%	38	83%	46	14%
Bebidas	22	50%	22	50%	44	13%
Legumbres y Frutas	38	35%	72	65%	110	33%
Cárnicos	34	68%	16	32%	50	15%
Otros	38	46%	45	54%	83	25%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

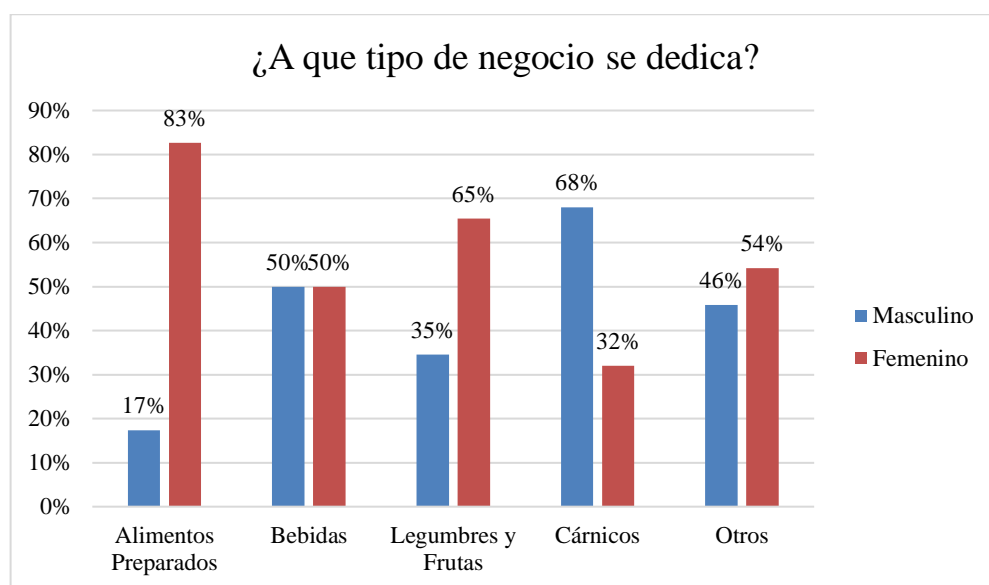


Ilustración 4-3: Tipo de negocio

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación

En la Ilustración 4-3, la mayoría de los encuestados manifiesta que su negocio es el de Legumbres y Frutas debido a que son productos de consumo diario para las familias y representa así la mejor decisión de comercio de los cuales el sexo Femenino tiene una mayor participación, de igual manera en alimentos preparados, lo contrario sucede con la venta de cárnicos en la cual tiene mayor participación el sexo masculino.

Pregunta N°4. ¿Qué tiempo lleva realizando su actividad comercial?

Tabla 4-4: Tiempo en la informalidad

4. ¿Qué tiempo lleva realizando su actividad comercial?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
De 1-3 años	48	37%	81	63%	129	39%
De 3-6 años	58	48%	62	52%	120	36%
Más de 6 años	34	40%	50	60%	84	25%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

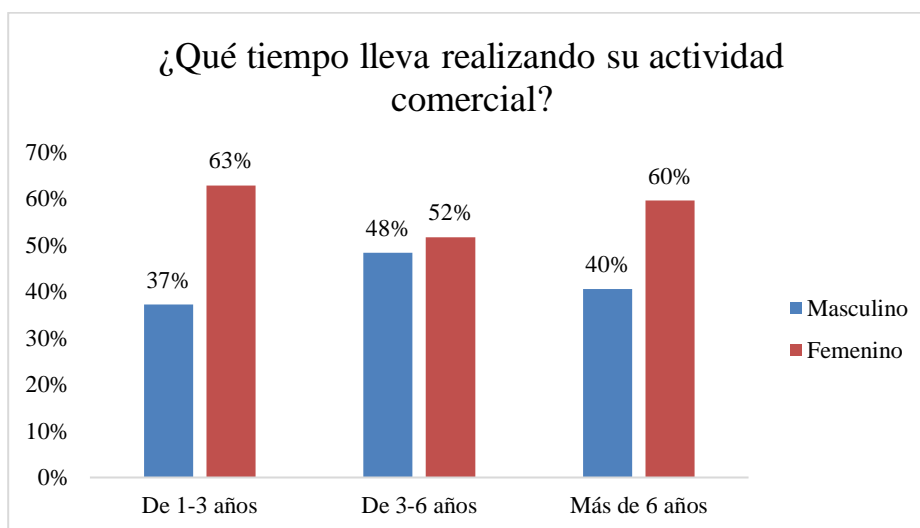


Ilustración 4-4: Tiempo en la informalidad

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación

Según la Ilustración 4-4 de las encuestas muestran que gran parte de los comerciantes informales llevan trabajando en la informalidad entre 1 – 3 años, la respuesta a esta pregunta se relaciona de alguna forma a diferentes factores como en este caso es la pandemia por COVID – 19, donde varias personas quedaron sin empleos y por ello emprendieron un negocio informal en el cual un gran porcentaje corresponden al sexo femenino.

Pregunta N°5. ¿Con que frecuencia acude a los mercados municipales de la ciudad a comercializar sus productos?

Tabla 4-5: Frecuencia para comercializar en los mercados

5. ¿Con que frecuencia acude a los mercados municipales de la ciudad a comercializar sus productos?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
1 vez a la semana	12	24%	38	76%	50	15%
2 veces a la semana	36	46%	42	54%	78	23%
3 veces a la semana	28	39%	43	61%	71	21%
4 veces a la semana	20	43%	26	57%	46	14%
5 veces a la semana	24	44%	30	56%	54	16%
6 veces a la semana	8	67%	4	33%	12	4%
Todos los días	12	55%	10	45%	22	7%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

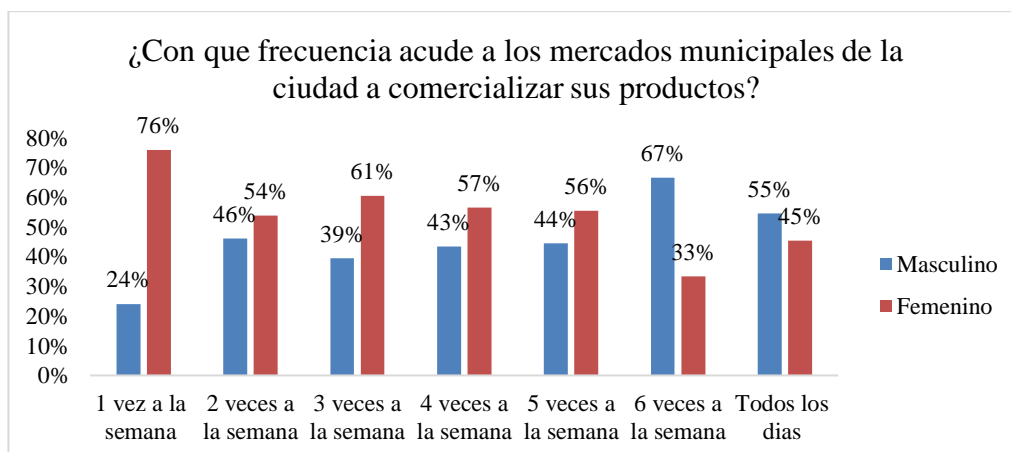


Ilustración 4-5: Frecuencia para comercializar en los mercados

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación:

Según la Ilustración 4-5 la frecuencia con la que los comerciantes informales acuden a los mercados de la ciudad a comercializar sus productos varía principalmente por los días de feria que tiene cada mercado, debido a que en dichos días hay mayor circulación de posibles compradores, por ello los resultados reflejan que la frecuencia es de entre 2 y 3 veces a la semana con una mayor participación del género femenino con un porcentaje del 54%.

Pregunta N°6. ¿Cuáles fueron los motivos para optar por un negocio informal?

Tabla 4-6: Motivos para optar por un negocio informal

6. ¿Cuáles fueron los motivos para optar por un negocio informal?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Decisión propia	66	46%	78	54%	144	43%
Desempleo	48	52%	44	48%	92	28%
Necesidad	10	33%	20	67%	30	9%
Pandemia por Covid19	16	24%	51	76%	67	20%
Total	82		129	39%	333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

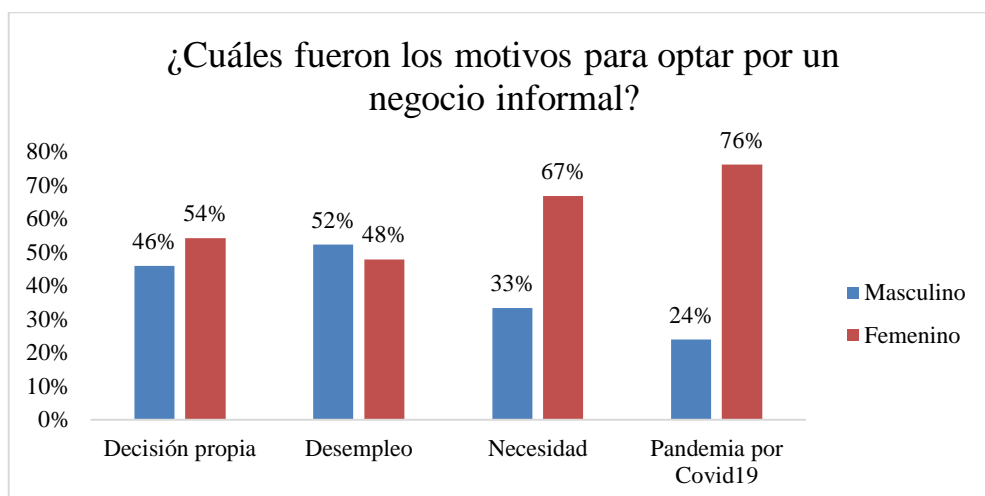


Ilustración 4-6: Motivos para optar por un negocio informal

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación:

En la Ilustración 4-6 se evidencia que un gran porcentaje de los encuestados menciona que los motivos por los cuales opto por la informalidad es el desempleo, lo que se refleja en la falta de oportunidades de empleo en el país para la población, predominando el sexo masculino, otro de los motivos es por necesidad de ingresos en las familias y por la pandemia por COVID -19. El sexo que prevaleció fue el sexo femenino.

Pregunta N°7. ¿Desempeña el comercio informal como única fuente de ingreso?

Tabla 4-7: Comercio informal como fuente de ingreso

7. ¿Desempeña el comercio informal como única fuente de ingreso?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Si	114	41%	167	59%	281	84%
No	26	50%	26	50%	52	16%
Total	140		193	109%	333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

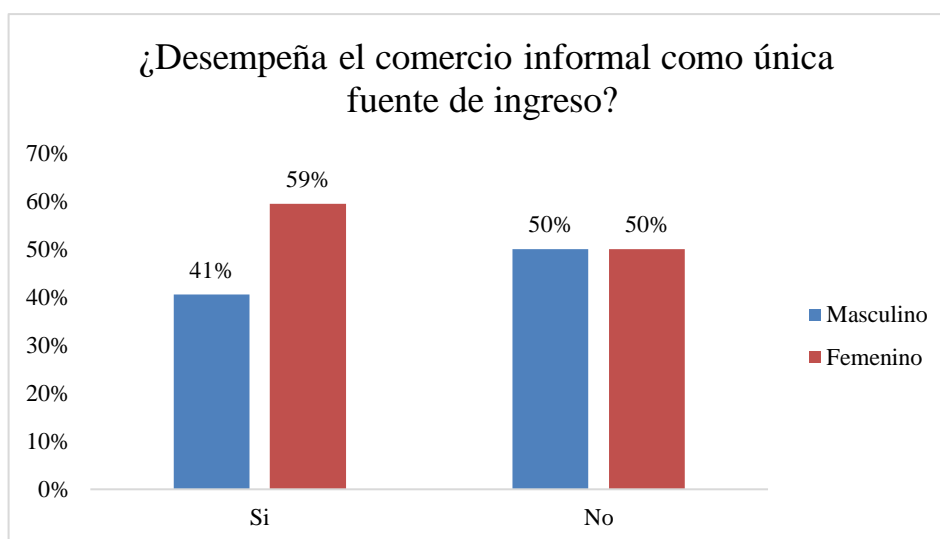


Ilustración 4-7: Comercio informal como fuente de ingreso

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con la Ilustración 4-7 el 84% de los encuestados manifiesta que desempeña el comercio informal como única fuente de ingresos lo que refleja que se sienten satisfechos con los ingresos que reciben de dicha actividad de los cuales el 59% corresponde al sexo femenino y el restante al masculino, mientras que un 16% menciona que la informalidad no es su única fuente de ingresos teniendo una igualdad de genero

Pregunta N°8. ¿Cuál es el nivel de ventas semanalmente que genera su negocio?

Tabla 4-8: Nivel de ventas

8. ¿Cuál es el nivel de ventas semanalmente que genera su negocio?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Entre 0 - 100 dólares	66	35%	123	65%	189	57%
Entre 100 - 200 dólares	58	50%	58	50%	116	35%
Más de 200 dólares	16	57%	12	43%	28	8%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

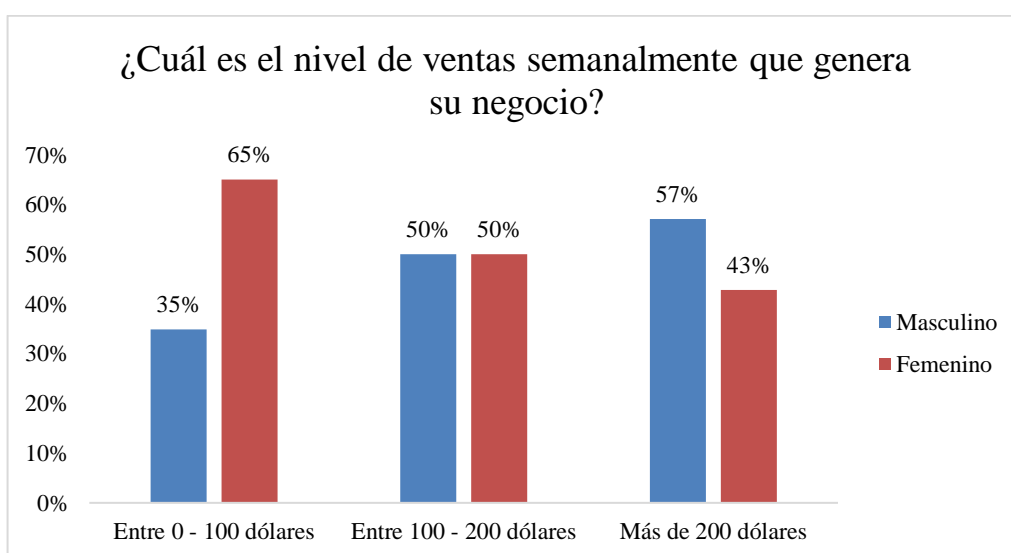


Ilustración 4-8: Nivel de ventas

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación:

En la Ilustración 4-8 se puede observar que el nivel de ventas de la mayoría de los encuestados es entre 0 – 100 dólares semanales, perteneciente principalmente al género femenino

Se puede determinar que la gran mayoría de los comerciantes informales tiene un nivel de ventas semanal entre 0 – 100, lo que se relaciona con la respuesta de la pregunta 5 de la presente encuesta donde la mayoría de los comerciantes informales manifestaba que acudía a comercializar su producto de 2 a 3 veces por semana, entendiéndose que de dichos días proviene el nivel de ventas que posee un mayor porcentaje.

Pregunta N°9. ¿Los ingresos percibidos por la actividad comercial que realiza satisfacen sus necesidades básicas?

Tabla 4-9: Ingresos percibidos por la informalidad

9. ¿Los ingresos percibidos por la actividad comercial que realiza satisfacen sus necesidades básicas?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Si	66	44%	83	56%	149	45%
No	74	40%	110	60%	184	55%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

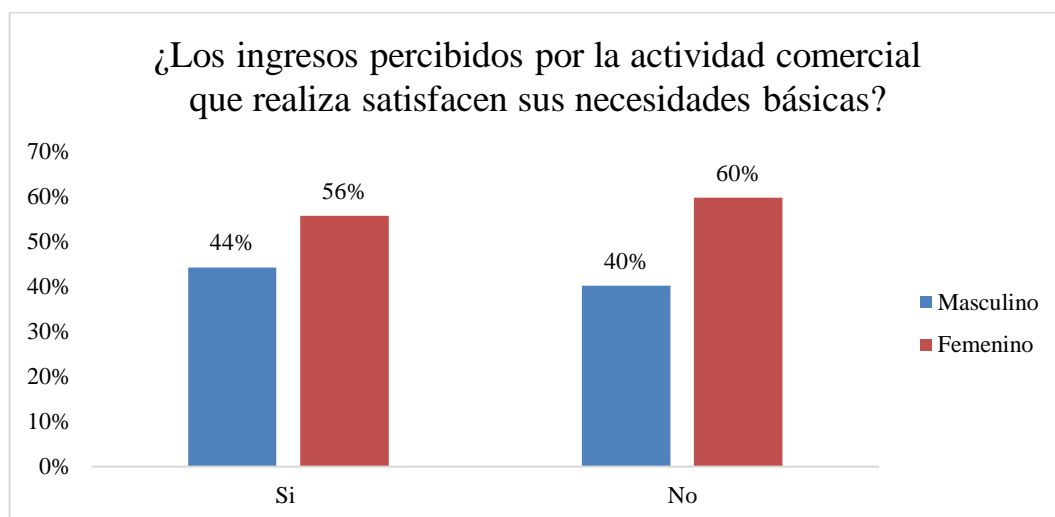


Ilustración 4-9: Ingresos percibidos por la informalidad

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación:

Como se observa en la Ilustración 4-9 La mayoría de los comerciantes informales manifiestan que los ingresos que perciben por la actividad que realizan no satisfacen sus necesidades básicas, mientras que un el porcentaje restante menciona que, si satisfacen sus necesidades, esto es debido a que el nivel de ventas que poseen es entre 0 – 100 lo que representa un bajo ingreso para mantener sus hogares y teniendo en cuenta que el sexo que prevalece es el femenino.

Pregunta N°10. ¿Ha considerado usted formalizar su negocio?

Tabla 4-10: Formalización del negocio

10. Ha considerado usted formalizar su negocio.						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Si	116	47%	131	53%	247	74%
No	24	28%	62	72%	86	26%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

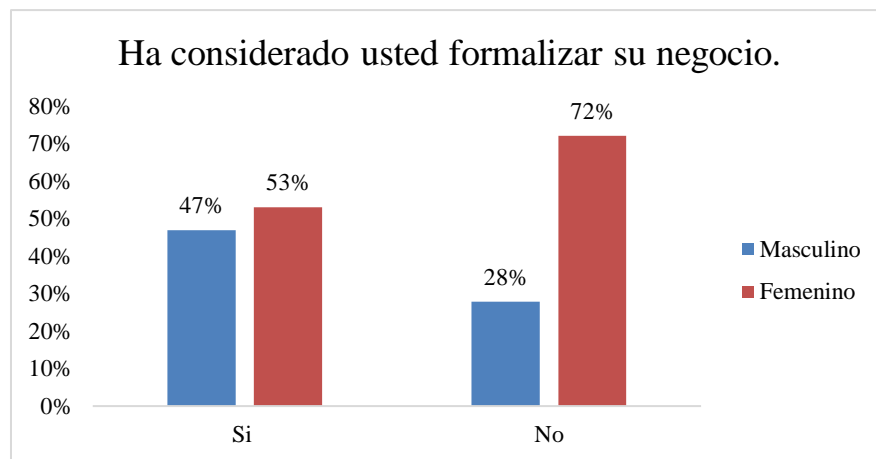


Ilustración 4-10: Formalización del negocio

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis:

En la Ilustración 4-10 se observa que los encuestados que están dispuestos a formalizar su negocio informal un gran porcentaje corresponde al género femenino, de igual manera sucede con los encuestados que prefiere mantenerse en la informalidad.

Los resultados obtenidos se podrían relacionar con la pregunta 8 en la que se menciona un nivel de ventas de entre 0 -100 dólares, esta con la finalidad de que perteneciendo a la formalidad sus ventas sean mayores.

Pregunta N° 11. ¿Cuál cree usted que son los principales factores que le impiden formalizar su negocio?

Tabla 4-11: Factores que impiden formalizar un negocio

11. ¿Cuál cree usted que son los principales motivos que le impiden formalizar el negocio?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Desconocimiento de requisitos y beneficios de la formalización	36	43%	48	57%	84	25%
Falta de recursos económicos	48	36%	86	64%	134	40%
Falta de infraestructura en los mercados municipales	18	43%	24	57%	42	13%
Otros	2	17%	10	83%	12	4%
Procesos Burocráticos municipales	36	59%	25	41%	61	18%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, María, 2023.

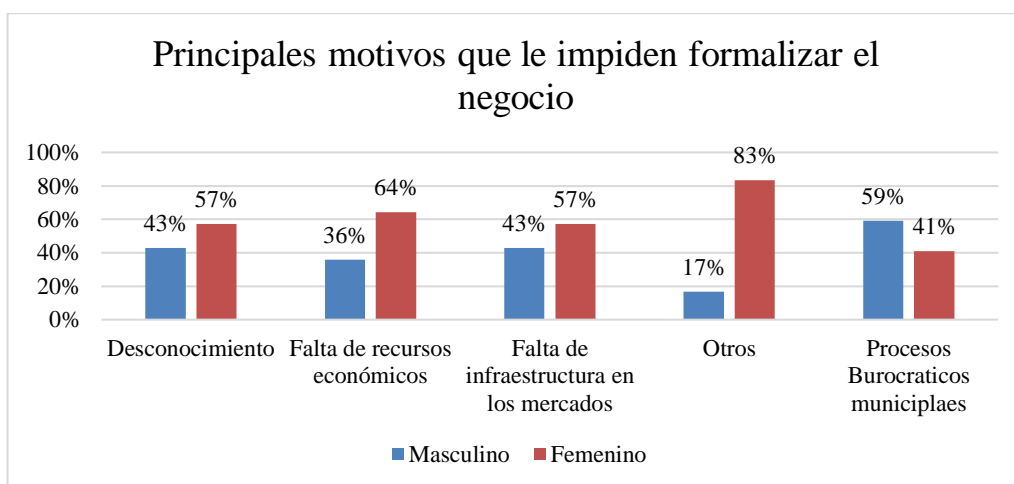


Ilustración 4-11: Factores que impiden formalizar un negocio

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, María, 2023.

Análisis e Interpretación:

En la Ilustración 4-11 de la encuesta realizada a los comerciantes informales de la ciudad, se refleja que la formalización de los negocios informales se ve afectada por diversos factores uno de los principales es la falta de recursos económicos, así como la falta de infraestructura que no es suficiente para ubicar a más comerciantes dentro de los mercados, y el desconocimiento de los procesos para formalizarse que en el mayor de los casos no se comprende el procedimiento ni los beneficios que podrían tener al formar parte de la formalidad.

Pregunta N°12. ¿Cuál considera que es el principal problema social que enfrenta debido a su trabajo en el sector informal?

Tabla 4-12: Principales problemas sociales del sector informal

12. ¿Cuál considera que es el principal problema social que enfrenta debido a su trabajo en el sector informal?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Dificultades para acceder a servicios de salud	24	42%	33	58%	57	17%
Competencia entre comerciantes informales	27	41%	39	59%	66	20%
Dificultades para mejorar su situación laboral	20	43%	26	57%	46	14%
Acceso limitado a créditos o financiamiento	18	34%	35	66%	53	16%
Otro	16	50%	16	50%	32	10%
Discriminación o estigmatización	22	47%	25	53%	47	14%
Falta de protección social	13	41%	19	59%	32	10%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, María, 2023.

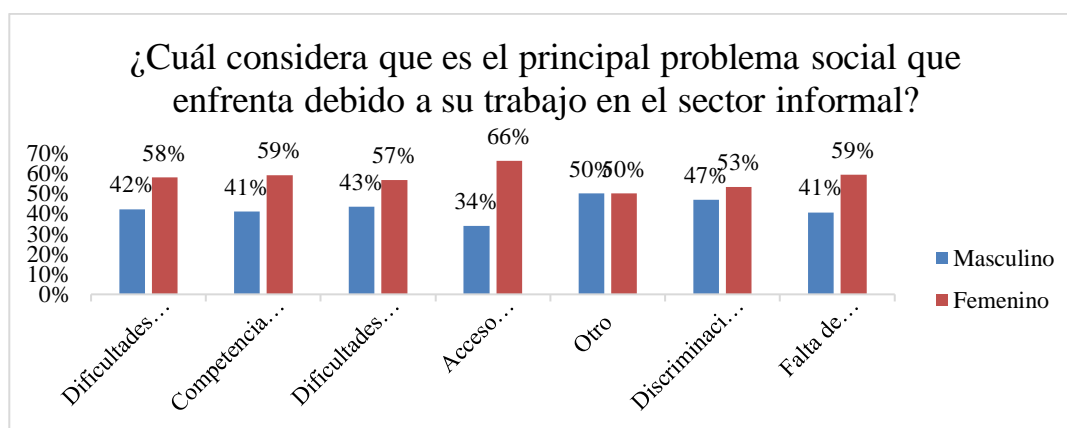


Ilustración 4-12: Principales problemas sociales del sector informal

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, María, 2023.

Análisis e Interpretación:

En la Ilustración 4-12 de la encuesta realizada se evidencia que la mayoría de los encuestados manifiestan que el principal problema social que enfrenta en el sector informal es la competencia entre comerciantes informales, de igual manera las dificultades para acceder a servicios de salud, el acceso limitado a créditos o financiamiento.

Pregunta N°13. ¿Cree que el sector informal recibe suficiente apoyo y reconocimiento por parte de las autoridades y la sociedad en general?

Tabla 4-13: Apoyo y reconocimientos del sector informal

13. ¿Cree que el sector informal recibe suficiente apoyo y reconocimiento por parte de las autoridades y la sociedad en general?						
	Masculino		Femenino		Total	
	Valores	%	Valores	%	Valores	%
Si	39	36%	68	64%	107	32%
No	61	42%	83	58%	144	43%
No estoy seguro/a	40	49%	42	51%	82	25%
Total	140		193		333	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

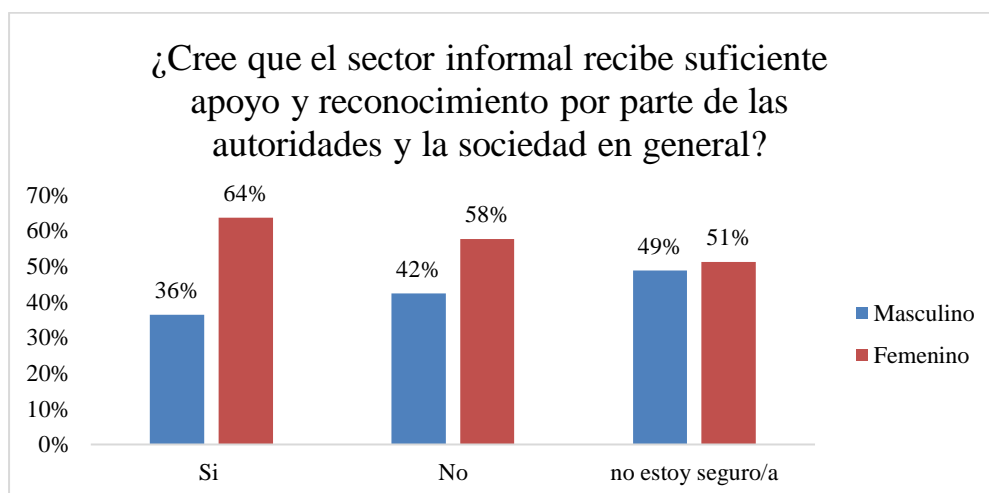


Ilustración 4-13: Apoyo y reconocimiento del sector informal

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con la Ilustración 4-13 la mayoría de los encuestados menciona que no recibe el suficiente apoyo y reconocimiento por parte de las autoridades y sociedad en general, en la cual una mayor participación lo tiene el sexo femenino, el porcentaje restante manifiesta que si recibe reconocimiento y que no están seguros.

**ENTREVISTA DIRIGIDA AI ING. MARCELO CHÁVEZ GESTOR DE MERCADOS
DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

NOMBRE: Ing. Marcelo Chávez

OBJETIVO: La presente entrevista tiene fines académicos y ha sido realizada para obtener información que permita obtener información sobre la situación actual del comercio informal en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba

FECHA: 22 / 06 / 2023

1. ¿Cree usted que el nivel de educación de las personas influye en la decisión de iniciar un negocio informal?

R. Sí, debido a que cuando no poseen un nivel de educación alto se les dificulta a la población encontrar un trabajo estable lo que los lleva a optar por un negocio informal, en el cual para la informalidad no se necesita de educación.

2. ¿Las personas que se dedican al comercio informal que condiciones socioeconómicas cree usted que tienen?

R. De las experiencias como gestor se ha visto gente que, si son de buena posición, aunque también existen personas que son de un bajo nivel económico, más bien depende de comodidad y de cultura de cada uno de ellos

3. ¿Cuál cree usted que son los principales motivos por los cuales las personas optan por iniciar un negocio informal?

R. Estimo que más bien es la cultura y la forma de trabajar, hay que mencionar de igual manera la cultura de la gente que les compra también porque si no les comprara la gente no existiría informales

4. ¿Considera que el trabajo informal puede causar más problemáticas porque no hay distinción de edades para esta actividad?

R. por supuesto porque el control que se realiza a las personas informales es bastante fuerte en poca por ejemplo de vacaciones de los estudiantes hay mucha afluencia de vendedores

ambulantes, de esa edad que son hijos de los trabajados informales que se posan en cada uno de los mercados.

5. Según su experiencia, en el sector informal ¿cuál género ha evidenciado que predomina?

R. Por lo general tanto en la informalidad como la formalidad hay mayor cantidad de mujeres que de hombres, esto se puede deber a la distinción que se hace al momento de encontrar un trabajo formal

6. ¿Mediante su experiencia con el sector informal, ellos han mencionado alguna vez que tienen un mayor nivel de ingresos y ventas por ende una mejor rentabilidad en este tipo de mercado, que en un mercado formal?

R. Por su puesto porque es una competencia desleal hacia todos los comerciantes formales que arriendan un lugar en los mercados, incluso el producto que se comercializa no se garantiza como los productos que se venden internamente en los mercados.

7. ¿Qué se necesita para pasar de la informalidad a la formalidad en un negocio?

R. nada solicitar un espacio en cada uno de los mercados de comercio, la copia de la cedula, papeleta de votación, un oficio dirigido al señor director, certificado de no adeudar al municipio y certificado de no tener puesto en algún otro mercado.

8. ¿Qué tipo de actividades comerciales conoce que pertenezcan al sector económico informal?

R. la mayor cantidad tenemos con legumbres, sin embargo, se tiene en algunos espacios de comercio en los perímetros de los mercados calzado, ropa, bisutería e incluso se apuestan por carnes y pollos en algunos espacios.

4.2 Discusión

Una vez que se han recopilado las respuestas de la entrevista, así como de las encuestas realizadas las personas que realizan comercio informal en la ciudad de Riobamba, es posible utilizar la información recolectada de cada pregunta para identificar patrones que revelen los problemas que tiene la informalidad y con ello mejorarla para que se convierta en formalidad.

Las respuestas obtenidas por la encuesta en las preguntas 1 y 2 reflejan que actualmente sigue existiendo falta de oportunidades para un trabajo formal por el género donde mayormente en la informalidad se encuentra un gran porcentaje de mujeres, lo cual también se manifiesta en la entrevista realizada, al igual que en el nivel de escolaridad en la cual hay mayor participación de personas que tienen su nivel hasta la secundaria. Por otro lado, la respuesta de la pregunta 3 hace alusión que los comerciantes informales prefieren comercializar productos de consumo diario ya que representa la mejor decisión.

En base a las respuestas de las preguntas 4 y 6 se ha obtenido una relación entre el tiempo que llevan en la informalidad con los motivos para optar por un negocio informal, donde se determinó que a partir de la Pandemia se incrementó la informalidad debido al desempleo que hubo en la misma, por ello la mayoría de negocio tienen de 1 – 3 años funcionando.

Las respuestas de las preguntas 5, 7, 8 y 9 de la encuesta brinda información esencial acerca de los ingresos obtenidos por los negocios informales y el nivel de satisfacción que tienen por dicha actividad.

Varios de los encuestados manifiestan que los ingresos obtenidos no satisfacen sus necesidades básicas, debido a que su nivel de ventas es bajo para mantener a una familia, considerando de igual manera que la mayoría acude a los mercados de la ciudad a comercializar sus productos en un máximo de 2 veces por semana, posiblemente los días de ferias en dichos mercados.

Las respuestas de las preguntas 10 y 11 de la encuesta permite conocer que porcentaje de los encuestados estaría dispuesto a formalizar su negocio y las razones del porque no lo han hecho hasta el momento.

Teniendo de esa manera que efectivamente la mayoría de los comerciantes informales encuestados ha considerado formalizar su negocio pero que por diferentes circunstancias no lo

han logrado, siendo una de las principales la falta de recursos económicos, así como la infraestructura insuficiente dentro de las instalaciones de los mercados y el desconocimiento.

Por último, las respuestas de la pregunta 12 mencionan los problemas sociales por los que pasan los comerciantes informales siendo la principal la competencia entre miembros del sector informal, así como las dificultades para acceder a servicios de salud. Por otro lado, en la pregunta 13 el sector informal manifiesta que no recibe apoyo y reconocimiento de las autoridades y la sociedad en general.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1 Antecedentes de la localidad

El comercio, tanto formal como informal, es la actividad económica principal en el cantón Riobamba. En la actualidad, se observa un cambio y modernización con la aparición de áreas comerciales que han mejorado la calidad y diversidad de los productos. A pesar de esto, en Riobamba aún prevalece la presencia de tiendas de barrio y mercados dedicados a la venta de alimentos.

5.2 Datos Geográficos de la ciudad de Riobamba



Ilustración 5-1: Mapa Riobamba

Fuente: Riobamba

Tabla 5-1: Datos Geográficos

Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Extensión y Territorio	146 324 habitantes
Ubicación	188 kms. al sur de Quito, Capital del Ecuador, en la Sierra Central
Mercados Municipales	11

Fuente: Riobamba, 2023

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

5.3 Productos mercado formal vs mercado informal

Tabla 5-2: Productos Formalidad vs Informalidad

MERCADO	PRODUCTOS FORMALIDAD	PRODUCTOS INFORMALIDAD
Centro Comercial Popular “La Condamine”	Legumbres, Ropa de adulto hombre y mujer, Electrodomésticos, Hierbas, Ropa de niño/a Productos de higiene persona, Frutas, Ropa deportiva, Accesorio de celulares, Chochos, Zapatillas, Balanceado para animales, Lácteos, Zapatos, Librería, Tercenas, Bazares, Bicicletas, Pollos, Atuendo indígena, Ropa, Gorras, Motos, Harinas Mochilas, Pañaleras, Aliños, Sombreros, Camas, colchones	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
Víctor Proaño (Santa Rosa)	Sogas, Sombreros, Tejidos, bayetas, fajas, Tercena, Tienda, Varios, Venta de Comida, Venta de Frutas, Viseras, Mote, Pan, Papas, Quesos, Hornado, Hortalizas, Huevos, Chochos, Cocinas Industriales, Harinas, Abastos, Artículos de Plástico, Costuras, Retazos, Detergentes, Baza	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
Mariano Borja o “La Merced”	Venta de Comida, Venta de Frutas, Hortalizas, Flores, Hornado, Mote, Mariscos, Marisquería, Pollos pelado, Tercena, Tienda, Frituras, Harinas, Abastos, Aliños, Almacén de Plásticos, Artículos	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros

	de Plástico Bazar, Ceviches, Productos naturales, Refrescos	
Pedro de Lizarzaburu o “San Francisco”	Abastos, Artículos de Plástico, Artículos de Telefonía, Bazar, Chochos, Heladería, Hortalizas, Mote con fritada, Pan, Papas, Pescados, Refrescos, Comidas, Sastrería, Tercena, Tiendas Internas, Tiendas externas, Varios, Venta de Frutas, Viseras	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
Simón Bolívar o “San Alfonso”	Aliños, Animales, Aves, Artículos de Barro, Abastos, Chochos, Ceviches, Flores, Frituras, Frutas tropicales, Granos, Hierbas Medicinales, Hornado, Hortalizas, Mote, Pan, Papas porciones, Pollos pelados, Productos pecuarios, Quesos, Refrescos, Salón de Comidas, Sogas, Tercena, Tienda, Venta de Comida, Venta de Frutas, Venta de Humas, Venta de Productos Lácteos	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de “La Concepción”	Alpargatas, artesanías, cobijas, Comidas, Rebozos, Sombreros, Fajas, Ponchos, Collares, Telas para anacos, Chumbis, Textiles tejidos, Blusas bordadas, trajes, Refrescos, Sastrería, semillas, tintas.	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
Bolívar Chiriboga “El Prado”	Accesorios de vehículos, Almacén de juguetes, Animales, Aves, Artículos de Caucho, Artículos de Cuero, Artículos de Ferretería, Artículos de Plástico, Artículos de Telefonía,	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros

	Artículos Usados, Bisutería, Calzado, Comidas, Comidas Rápidas, Cosméticos, Flores, Frutas tropicales, Gorras, Hornado, Hortalizas, Papas, Ropa, telas y afines, Ropa, y afines, Ropa, y afines, Plataforma Baja.	
“Gral. Juan Bernardo Dávalos”	Abastos, Ajos, Aliños, Artesanías, Artículos de Plástico, Cebolla Blanca, Cebolla Colorada, Chochos, Comidas Rápidas, Papas, Flores, Harinas, Hierbas, Hornado, Hortalizas, Huevos, Mariscos, Mote, Pan, Pescados, Sogas, Tercena, Tienda, Varios, Venta de frutas, Venta de productos, Lácteos	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
La Esperanza 1	Accesorios de Vehículos, Artículos de Caucho, Artículos de Ferretería, Artículos de Plástico, Artículos de Telefonía, Artículos usados, Ropa usada, Ropa Nueva, Palas, Martillos, Bailejos, Picos, Reverberos, Juguetes, Artículos de bronce, Ruedas de carros, Ruedas de andadores, Ventanas, Puertas, Muebles de madera, Sogas	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros
La Esperanza 2	Abastos, Artículos de limpieza, Chochos, Harinas, Hierbas medicinales, Hornado, Hortalizas, Huevos, Mariscos, Papas, Pan, Pescados y mariscos, Plantas, Ropa, telas y	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros

	afines, Ropa usada, Sogas, Tercenas, Varios, Venta de Comida, Venta de Frutas, Venta de Productos Lácteos, Venta de Animales Domésticos, Aves	
Plaza San Francisco o de las Hierbas	Alfalfa, Planta de alfalfa, Col, Hoja de maíz, Zanahoria, Venta de semillas, Venta de frutas	Venta de legumbres y frutas, bebidas, cárnicos y otros

Fuente: Riobamba, 2023

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

La cantidad de productos que se comercializan en el sector formal tiene una mayor variedad que los productos de sector informal esto se debe a que la manera de trabajar de los informales es recorriendo por los mercados y tener mucha carga de productos puede ocasionar cansancio, así como que dichos bienes se terminen dañando porque necesitan estar en constante refrigeración para mantenerse frescos.

5.4 Normativa que regula la informalidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba ha establecido varias ordenanzas actualmente vigentes, las cuales están dirigidas a los comerciantes que han optado por la informalidad. Estos comerciantes tienen la responsabilidad de cumplir con las disposiciones propuestas con el fin de regular y disminuir las actividades de comercio informal en los diferentes espacios de la ciudad, principalmente alrededor de los principales mercados.

La Ordenanza N° 022-2015, emitida por el GADM de la ciudad de Riobamba, en su Título IV, Capítulo IV “De las ventas ambulantes”, expresa en los artículos 35 y 37 la prohibición de comercialización de cualquier tipo de productos en los alrededores de los mercados, centros comerciales populares y plazas ya sea de manera peatonal o motorizada, de tal manera que si no se llegara a cumplir dicha prohibición deberá pagar una multa.

La Ordenanza 006-2017, capítulo III “De la ocupación de la vía pública”, en los artículos 14, 15, 16 y 17 expresa que es necesario obtener un permiso de la Dirección de Gestión de Policía y Control Municipal para llevar a cabo actividades comerciales en vías o espacios públicos. Además, la misma normativa también prohíbe el uso de altavoces o parlantes de gran volumen para promocionar productos

5.5 Distribución

El comercio es una de las principales actividades dentro de la ciudad por ello en los mercados municipales se encuentran tanto comerciantes formales como informales, como se muestra a continuación:

Tabla 5-3: Distribución de Comerciantes

MERCADO	COMERCIO FORMAL	COMERCIO INFORMAL
Centro Comercial Popular “La Condamine”	772	2500
Víctor Proaño (Santa Rosa)	291	
Mariano Borja o “La Merced”	89	
Pedro de Lizarzaburu o “San Francisco”	163	
Simón Bolívar o “San Alfonso”	384	
Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de “La Concepción”	193	
Bolívar Chiriboga “El Prado”	1465	
“Gral. Juan Bernardo Dávalos”	213	
La Esperanza 1	290	
La Esperanza 2	356	
Plaza San Francisco o de las Hierbas	72	
TOTAL	4288	

Fuente: Riobamba, 2023

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

En la distribución del comercio en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba se observó que 4288 pertenecen al sector informal y 2500 al sector informal como se presenta en la tabla, por lo cual se concluye que el 36,82% del total de comerciantes en la ciudad de Riobamba corresponde al sector informal, lo que representa una alta competitividad y problemas para el sector formal.

5.6 Comparativa de Indicadores de la Informalidad

Es necesario analizar cómo se relacionan los diferentes indicadores entre ellos y con la informalidad ya que estos influyen en la situación del comercio en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba, a continuación, se detallarán algunos de los indicadores:

5.6.1 Ingresos vs Satisfacción

Los datos de la siguiente tabla se obtuvieron a partir de la información proporcionada por medio de la encuesta aplicada a la muestra, los indicadores analizados a continuación son necesarios para conocer como influyen en que mejore o no este sector.

Tabla 5-4: Ingresos vs Satisfacción

Nivel de Satisfacción	Nivel de ventas						Total
	Entre 0 - 100 dólares	%	Entre 100 - 200 dólares	%	Más de 200 dólares	%	
Si	83	44%	74	64%	24	86%	181
No	106	56%	42	36%	4	14%	152
Total	189	100%	116	100%	28	100%	333

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

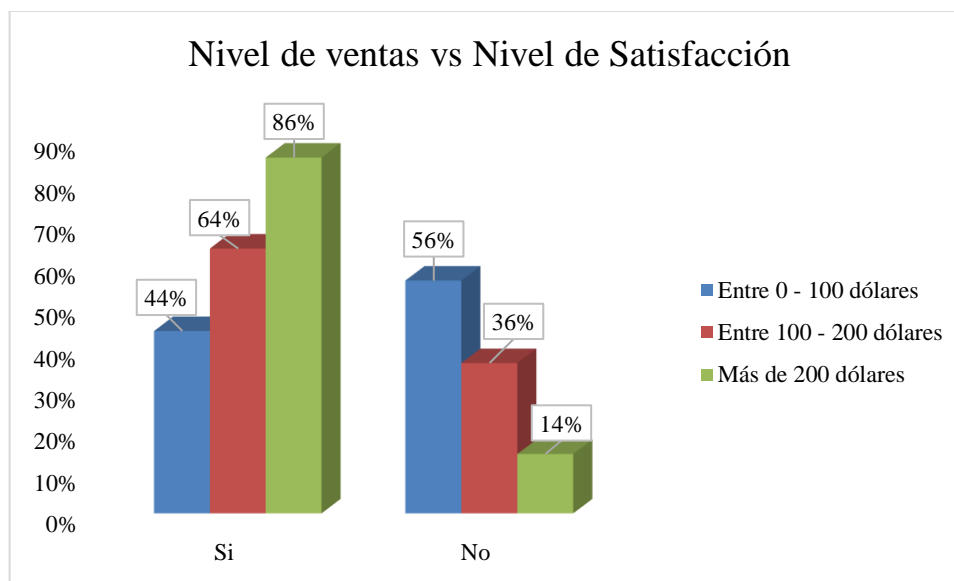


Ilustración 5-2: Ingresos vs Satisfacción

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

Analizar los diferentes indicadores de la informalidad y relacionarlos proporciona información importante para la investigación es por ello que se ha analizado el indicador del nivel de ventas con el nivel de satisfacción en los cuáles se puede evidenciar que de los encuestados que poseen un ingreso de entre 0 – 100 dólares el 44% se encuentra satisfecho y el 56% no se encuentra satisfecho, es decir que aquellos ingresos no satisfacen sus necesidades básicas, para los comerciantes que tienen ingresos entre 100 – 200 dólares sucede algo similar el 64% manifiesta sentirse satisfecho, mientras que un 36% no, finalmente para los que poseen un nivel de ventas mayor de 200 dólares, el 86% se encuentran satisfechos y el 14% no. Concluyendo así que los datos reflejan que a mayor ingresos mayor satisfacción tienen los comerciantes.

5.6.2 Informalidad vs Nivel de Ventas

La información contenida en la tabla se derivó de los datos recopilados en las encuestas. Es esencial tener en cuenta indicadores del nivel de ventas y el tipo de actividad comercial para determinar si los ingresos tienen algún impacto en la elección de no formalizar el negocio.

Tabla 5-5: Informalidad vs nivel de ventas

Informalidad	Nivel de Ventas						Total
	Entre 0 - 100 dólares	%	Entre 100 - 200 dólares	%	Más de 200 dólares	%	
Alimentos preparados	22	12%	18	16%	6	21%	46
Bebidas	26	14%	18	16%	0	0%	44
Cárnicos	20	11%	22	19%	8	29%	50
Legumbres y frutas	71	38%	30	26%	9	32%	110
Otros	50	26%	28	24%	5	18%	83
Total	189	100%	116	100%	28	100%	333

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

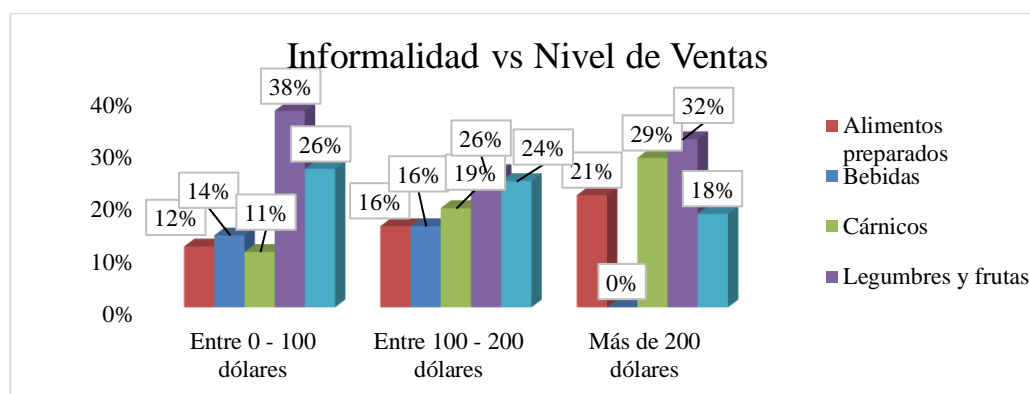


Ilustración 5-3: Informalidad vs nivel de ventas

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

En la ilustración donde se compara los indicadores de la informalidad (el tipo de negocio) con el nivel de ventas que genera el tipo de negocio se observa que los comerciantes informales que tienen ventas de entre 0 – 100 dólares se dedican principalmente a la comercialización de legumbres y frutas con un 38% de participación, de igual manera sucede para los encuestados que obtienen ventas de entre 100-200 con un 26% y más de 200 en el cual su porcentaje es de 32%, lo que representa que dicha actividad es la principal a la que se dedican los comerciantes informales y por ende son productos que prefieren los consumidores por la rentabilidad que genera.

5.6.3 Formalización vs Satisfacción

Los datos presentes en la tabla se recopilieron mediante la aplicación de instrumentos, siendo esenciales para determinar si el grado de formalización tiene impacto en la elección de formalizarse y, por ende, para abordar y mejorar la problemática de la informalidad.

Tabla 5-6: Formalización vs Satisfacción

Formalización	Nivel de satisfacción				Total
	Si	%	No	%	
Si	121	81%	126	68%	247
No	28	19%	58	32%	86
Total	149	100%	184	100%	333

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

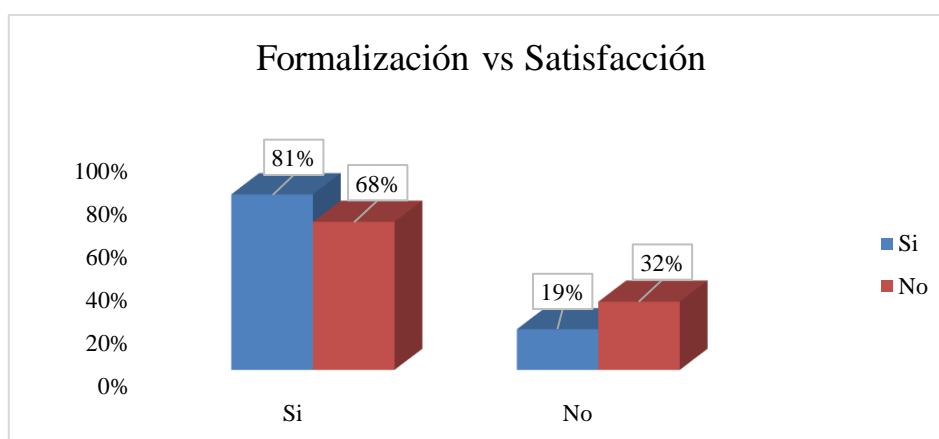


Ilustración 5-4: Formalización vs Satisfacción

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

La información proporcionada por las encuestas al analizar el indicador de formalización y de satisfacción evidencia que independientemente que se encuentre o no satisfecho por la actividad que realiza, un gran porcentaje estaría dispuesto a formalizar su negocio, de los que se encuentran satisfechos un 81% y de los que no un 62%, para ello se debe tener en cuenta los motivos que le impiden hasta el momento no pertenecer al comercio formal dentro de los mercados municipales de la ciudad.

Por otro lado, los encuestados que se encuentran satisfechos y que no quieren formalizarse acumulan un 19%, y los que no se encuentran satisfechos y no quieren formalizarse un 44%, por ello se debería considerar aplicar estrategias para que esos porcentajes disminuyan y así haya mayor cantidad de comerciantes informales que estén dispuestos a formalizar

5.6.4 *Tiempo en la informalidad vs Motivos para optar por un negocio informal*

Los datos empleados en la creación de la tabla fueron extraídos de encuestas y resultan fundamentales para comprender los motivos principales que llevaron a los encuestados a optar por un negocio informal. Esta información es crucial para implementar mejoras en el sector comercial de los mercados de la ciudad de Riobamba.

Tabla 5-7: Tiempo en la informalidad vs Motivos para optar por un negocio informal

Motivos informalidad	Tiempo informalidad						Total
	1 - 3 años	%	3 - 6 años	%	más de 6 años	%	
Necesidad	12	9%	8	7%	10	12%	30
Desempleo	42	33%	34	28%	16	19%	92
Pandemia por COVID-19	39	30%	20	17%	8	10%	67
Decisión Propia	36	28%	58	48%	50	60%	144
Total	129	100%	120	100%	84	100%	333

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

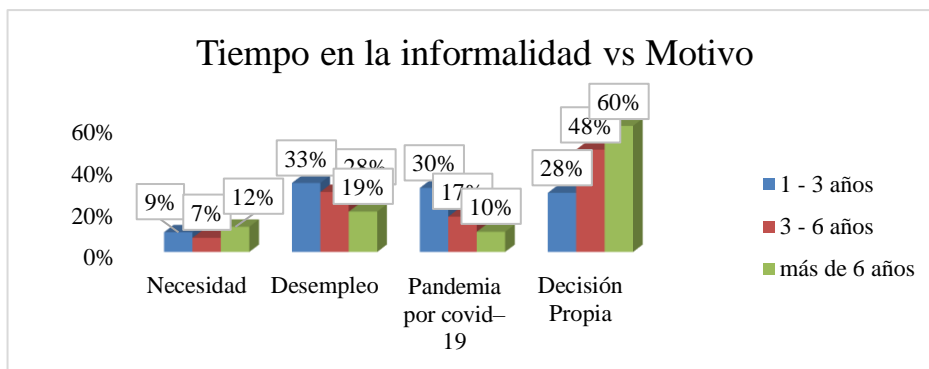


Ilustración 5-5: Tiempo en la informalidad vs Motivos para optar por un negocio informal

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

De acuerdo con la ilustración al analizar el tiempo que lleva en la informalidad y los motivos por los que opto por un negocio informal se evidencia que los encuestados que llevan de 1 -3 años sus principales motivos fueron el desempleo con 33% y la pandemia por COVID 19 con un 30%, para los que llevan de 3 – 6 años manifiestan que fue decisión propia el optar por la informalidad con un 48%, de igual manera para los que llevan más de 6 años con un 60%, aunque existen diversos motivos para optar por un negocio informal la principal sigue siendo la decisión propia y el desempleo.

5.6.5 Factores que impiden la formalización vs disposición para formalizar

La información presentada en la tabla es fundamental para identificar los factores principales que obstaculizan la formalización de un negocio. Con base en estos hallazgos, se busca desarrollar estrategias potenciales para mejorar la situación del sector comercial informal en los mercados municipales.

Tabla 5-8: Factores que impiden la formalización vs disposición para formalizar

Factores que impiden la formalización	Formalización			
	Si	%	No	%
Desconocimiento de requisitos y beneficios de la formalización	78	32%	6	7%
Falta de recursos económicos	93	38%	40	47%
Falta de infraestructura en los mercados municipales	8	3%	34	40%
Otros	12	5%	0	0%
Procesos burocráticos municipales	56	23%	6	7%
Total	247	100%	86	100%

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

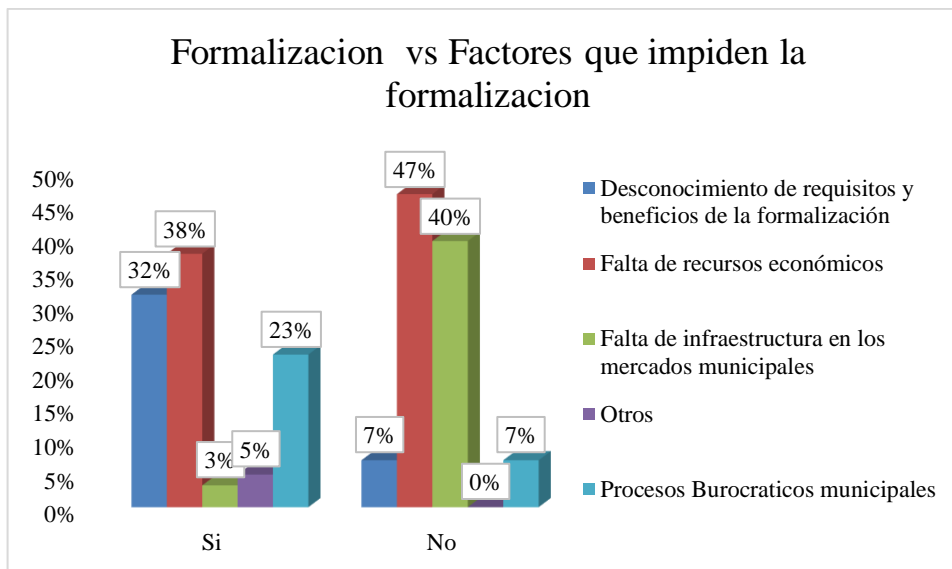


Ilustración 5-6: Factores que impiden la formalización vs disposición para formalizar

Fuente: Encuestas a comerciantes informales

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

En la ilustración donde se analiza el nivel de formalización con los factores que impiden que se formalicen los negocios en la cual se evidencia que el principal factor por el cual los encuestados no lo han hecho aun, es la falta de recursos económicos con un porcentaje de 38%, el desconocimiento de requisitos y beneficios de pertenecer al comercio formal con 32% y los procesos burocráticos municipales con el 23%; al igual que para las personas que no están dispuestos a formalizar la principal dificultad son la falta de recursos económicos con él 47%, así como la falta de infraestructuras en los mercados municipales con 40% de participación.

5.7 Estrategias para mejorar el sector informal

Las estrategias planteadas a continuación tienen la finalidad de mejorar la situación del sector comercial informal, logrando formalizar dichos negocios en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba, estas surgen a partir de las diferentes novedades presentadas en los instrumentos aplicados a la muestra.

Tabla 5-9: Cuadro de Estrategias

CUADRO DE ESTRATEGIAS A PLANTEAR							
N.º	PREGUNTA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	PLAZO	INDICADOR	TIPO DE INDICADOR	PRESUPUESTO
1	¿Desempeña el comercio informal como única fuente de ingreso?	Campañas de concientización	Realizar 2 campañas para sensibilizar a los comerciantes informales sobre los beneficios de la formalización como tener acceso a un empleo adecuado y protección por medio de la seguridad social, utilizando canales de comunicación como carteles en lugares frecuentados, medios radiales y reuniones con el sector informal en el que se presente material informativo sobre las ventajas de la formalidad	Semestral	Desempleo	Cuantitativo	\$ 800,00
	¿Cuál es el nivel de escolaridad que posee usted?				Nivel de Educación	Cualitativo	
	¿Cuáles fueron los motivos para optar por un negocio informal?				Nivel Socioeconómico	Cualitativo	
2	¿Cuáles fueron los motivos para optar por un negocio informal?	Ferias de Empleo	Organizar 2 ferias de empleo que cuente con 10 stands para conectar a los comerciantes informales con oportunidades laborales formales,	Semestral	Empleo	Cuantitativo	\$ 1.400,00
					Nivel de Pobreza	Cuantitativo	

			mediante la participación de empresas dispuestas a integrar a trabajadores provenientes del sector informal, logrando integrar a un 20% de comerciantes informales en la formalidad.				
3	¿Cuál es el nivel de ventas semanalmente que genera su negocio?	Apoyo para comerciantes informales.	Brindar apoyo técnico a comerciantes informales para mejorar la calidad de los productos que ofrecen en un 50%, proporcionando asesoría especializada en aspectos como la mejora en control de calidad, servicio y procesos de producción.	Semestral	Nivel de Ventas	Cuantitativo	\$ 2.000,00
	¿Los ingresos percibidos por la actividad comercial que realiza satisfacen sus necesidades básicas?				Nivel de Ingresos	Cuantitativo	
	¿A qué tipo de negocio se dedica?				Nivel de Satisfacción	Cualitativo	
4	¿Cuál considera que es el principal problema social que enfrenta debido a su trabajo en el sector informal?	Capacitaciones Empresariales	Proporcionar 2 programas de formación para los comerciantes informales sobre gestión financiera y administrativa, mediante sesiones presenciales o virtuales en la cual se aborden aspectos claves como contabilidad, presupuestos, emprendimientos proporcionando conocimientos prácticos para mejorar su competitividad en el mercado.	Semestral	Nivel de Satisfacción	Cualitativo	\$ 1.500,00

5	¿Ha considerado usted formalizar su negocio?	Seguimiento de Formalización	Realizar evaluaciones periódicas del progreso de la formalización a lo largo del tiempo, mediante la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos con la finalidad de medir el impacto de las iniciativas de formalización en la mejora de las condiciones laborales, acceso a beneficios sociales y el desarrollo económico de los comerciantes informales.	Semestral	Nivel de Formalización	Cualitativo	\$ 1.000,00
	¿Qué tiempo lleva realizando su actividad comercial?						
6	¿Cuál cree usted que son los principales factores que le impiden formalizar su negocio?	Infraestructuras Adecuadas	Mejorar la infraestructura de los mercados proporcionando un incremento del 10% de espacios adecuados para los comerciantes y su transición a la formalidad, mediante iniciativas que incluyan la construcción y mantenimiento de instalaciones (puestos) comerciales de los mercados municipales, la implementación de medidas de seguridad y la provisión de servicios básicos.	Semestral	Nivel de Formalización	Cualitativo	\$ 6.600,00
TOTAL							\$ 13.300,00

Fuente: Riobamba, 2023

Realizado por: Jimenez, Maria, 2023.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de completar todos los capítulos del presente trabajo de investigación, en base del análisis y la evaluación de los datos recolectados acerca del sector comercial informal en los mercados municipales de la ciudad de Riobamba, se llegó a las siguientes conclusiones:

Al examinar la información derivada de las herramientas de diagnóstico mencionadas previamente, se identificaron problemas y debilidades como: una elevada proporción de mujeres empleadas informalmente, representando el 58% de la muestra; se observó que el 57% de los participantes no logra satisfacer sus necesidades básicas con los ingresos generados, con los valores que oscilan entre 0 y 100 dólares semanales.

Entre los obstáculos que se detectaron para alcanzar la formalización de negocios informales tenemos: el desconocimiento de los requisitos y beneficios en un 25% de los casos; la falta de recursos económicos que incide en el 40%; la ausencia de infraestructura en los mercados municipales existentes con un 13%; y los procesos burocráticos municipales representan el 18%.

Por otra parte, se identificaron como aspectos positivos que merecen especial atención: con un significativo 74% de los encuestados, quienes manifestaron su predisposición de pertenecer al sector formal, siempre y cuando se les brinde respaldo para superar los desafíos que actualmente limitan su participación.

El estudio económico propuesto, brinda una visión detallada de las necesidades en el sector comercial no estructurado, para ello se plantean estrategias planificadas que buscan mejorar la situación laboral de las personas y promover la transición hacia la formalización en los mercados municipales de Riobamba. Una de las estrategias incluye: campañas de concientización, ferias de empleo, apoyo técnico para mejorar la calidad de los productos, programas de formación en gestión financiera y administrativa, evaluaciones periódicas del progreso a lo largo del tiempo y finalmente mejorar la infraestructura de los mercados proporcionando espacios adecuados para los comerciantes, las mismas que cuentan con la valoración respectiva para su futura aplicación.

RECOMENDACIONES

1.- Ante el constante crecimiento de la población en la ciudad de Riobamba, se vuelve esencial la creación de nuevos mercados que satisfagan la creciente demanda. Estos mercados no solo proporcionarían ubicaciones apropiadas para los comerciantes informales, sino que también facilitarían su transición hacia su conformación de carácter formal

2.- Se recomienda implementar programas de empoderamiento económico dirigidos a mujeres empleadas informalmente, estos podrían incluir capacitación laboral que ayuden al establecimiento de emprendimientos formales. Además, se deberían diseñar políticas sociales que aborden las necesidades básicas insatisfechas de quienes tienen ingresos muy bajos, como acceso a servicios de salud, educación y vivienda asequible.

3.- Se sugiere al GADM de Riobamba revisar y aplicar las estrategias propuestas en el presente estudio económico. Estas estrategias están específicamente diseñadas para ofrecer apoyo a los comerciantes que operan de manera informal y abordan los desafíos fundamentales que enfrentan, su implementación podría contribuir significativamente a mejorar la situación económica de este grupo y fortalecer la economía local en general.

BIBLIOGRAFÍA

- Agualongo Quelal, E. D., & Garcés Alencastro, C. A. (2020). El nivel socioeconómico como factor de influencia en temas de salud y educación. *Revista Vínculos ESPE*, 5(2), [19–27]. Recuperado de: <https://doi.org/10.24133/vinculosespe.v5i2.1639>
- Argos, M. R. (2018). *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*. (Tesis pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3887>
- Banco Mundial. (2023). *Ecuador: panorama general*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- Cabezas Mejía, E. D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Recuperado de: www.repositorio.espe.edu.ec.
- Camino Financial. (2023). *Ingreso*. Recuperado de: <https://www.caminofinancial.com/es/diferencia-entre-ingreso-y-ganancia/#:~:text=Los%20ingresos%20se%20refieren%20al,se%20le%20resten%20los%20gastos>.
- CEPAL. (2022). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48077/13/EE2022_Ecuador_es.pdf
- Clement, N. C., & Pool, J. C. (1997). *Economía: Enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill.
- Coba, G. (22 de julio de 2022). El empleo informal se elevó en junio de 2022, según el INEC. *Primicias*. Recuperado de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/empleo-informal-junio-ecuador-inec/>
- Contreras Salluca, N. P., & Díaz Correa, E. D. (2018). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. *Revista De Investigación Valor Contable*, 2(1), [35–44]. Recuperado de: <https://doi.org/https://doi.org/10.17162/rivc.v2i1.824>
- Crespi; Montserrat, & Domínguez, M. (2016). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), [401–416]. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5434527>
- Cuenin, F. (2009). *El aporte del análisis económico al diseño, seguimiento y evaluación de proyectos de mejoramiento de barrios*. Recuperado de: <http://www.iadb.org>
- Delgadillo, V. (2016). Presentación. *Alteridades*. *Revista Scielo*. 26(51), [3-11]. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172016000100003&lng=es&tlng=es

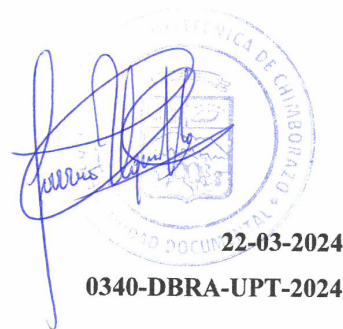
- Donoso Valdivieso, M., Aucancela Guaman, M., Haro Sosa, G., & Naranjo Vaca, M. (2019). El comercio informal en los mercados Mariano Borja y la esperanza de Riobamba, un estudio descriptivo. *Revista MktDescubre*, 1(2), [331–339]. Recuperado de: <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktDescubre/article/view/422/389>
- Elguera Chumpitazi, H. R. (2018). Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura. *Centro de Investigación de La Creatividad UCAL, 1*, [25–33]. Recuperado de: [https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/241/2018_Art% c3% adculo_ IV_ Hernan-Rafael.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/241/2018_Art%c3%adculo_IV_Hernan-Rafael.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Fischer, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia* 3ª. ed. México: Mc Graw Hill.
- Gil, S. (2020a). *Ingreso*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- Gil, S. (2020b). *Macroeconomía*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/macroeconomia.html>
- Gil, S. (2020c). *Microeconomía*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/microeconomia.html>
- González Consuegra, R. V., & Gómez Ochoa, A. M. (2008). Contexto social, biológico, psicológico, económico y cultural en personas con heridas en miembros inferiores. *Avances En Enfermería*, 26(1), [75–84]. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/avenferm/article/view/12887>
- González Padilla, N. R. (2013). *El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra* (Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte). Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2168>
- González-Gil, T., & Cano, A. (2018). Introducción al análisis de datos en investigación cualitativa: concepto y características. *Nure Investigación*. 1(94), [1-5]. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/262048605_Introduccion_al_analisis_de_datos_en_investigacion_cualitativa_concepto_y_caracteristicas_I
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación*. 5ª. ed. España: McGraw-Hill Education.
- INEC. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Agosto_2022/202208_Mercado_Laboral.pdf
- INEE. (2023). *Nivel Educativo*. Recuperado de: [https://inee.org/es/eie-glossary/nivel-educativo#:~:text=El% 20 nivel% 20 educativo% 20 de% 20 una,cada% 20 uno% 20 de% 20 estos % 20 programas.](https://inee.org/es/eie-glossary/nivel-educativo#:~:text=El%20nivel%20educativo%20de%20una,cada%20uno%20de%20estos%20programas.)
- Izquierdo-Albert, C., & Morell-Barrera, A. (2018). El pensamiento económico de Adam Smith y su papel en la formación del estudiante universitario. *Revista Científica*. 13(3), [1-8].

- Recuperado de: http://www.ciget.pinar.cu/Revista/No.2011-3/art%EDculos/Pensamiento_econ%F3mico_AdamSmith.pdf
- Jimenez, M. (2012). *Comercio Formal vs Comercio Informal*. Recuperado de: <https://www.poblanerias.com/2012/05/comercio-formal-vs-comercio-informal/>
- Lafuente Ibáñez, C., López Domínguez, I., & Lara, C. P. (2018). Emprendimiento y economía informal: caracterización empírica de la empresa española a partir de los datos del Global Entrepreneurship Monitor. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(84), [15–41]. Recuperado de: <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1915>
- López, J. (2022). *¿Qué es el mercado y qué tipos de mercados existen?* Recuperado de: <https://www.eurekers.com/cursosbolsa/que-es-el-mercado-y-que-tipos-de-mercados-existen>
- Mankiw, G. (2004). *Principios de Economía*. 3ª. ed. México: McGraw -Hill.
- Moreno Iglesias, G. D. (2022). *Estudio económico post pandemia del sector comercial informal del cantón Rumiñahui, 2021* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/16645>
- Naciones Unidas. (2023). *El ACNUDH y la dimensión de derechos humanos de la pobreza*. Recuperado de: <https://www.ohchr.org/es/poverty#:~:text=La%20pobreza%20extrema%20se%20mide,y%20pol%C3%ADtico%20de%20la%20pobreza.>
- Organización Internacional del Trabajo. (2013). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal*. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_222986.pdf
- Páez, T. (2019). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de formalización económica*. Recuperado de: www.tomaspaez.com
- Pombosa Junez, E. P., Parra Rodríguez, A. E., Mayorsa Almeida, M. del P., & Burgos Castelo, R. S. (2022). El desempleo y la pobreza en el Ecuador y en Chimborazo. *Revista Imaginario Social*, 5(1), [1-22]. Recuperado de: <https://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/64>
- Quispe Fernández, G. M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M. V., & Velarde Flores, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), [207–230]. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519016/>
- Quispe Fernández, G. M., Tapia Muñoz, M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M., Borja Lombeida, M. E., & Lema Espinoza, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria

- en ciudades intermedias. *Revista Espacios*, 39(41), [4]. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/18394104.html>
- Romero, R. (1997). *Marketing*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm#:~:text=%22Venta%20es%20toda%20actividad%20que,para%20lograr%20el%20beneficio%20de>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2005). *Economía*. 17ª. ed. México: McGraw-Hill.
- Sánchez Galán, J. (2020). *Análisis Económico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-economico.html>
- Serrano Mancilla, A. (2010). Análisis de informalidad en Ecuador: recetas tributarias para su gestión. *Fiscalidad. Revista Institucional Del Servicio de Rentas Internas*, 1(4), [129–261]. Recuperado de: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/3871>
- Sevilla Arias, A. (2020). *Rentabilidad*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Simental Oroña, J. A. (2019). *Comercio Informal en el Espacio Urbano de Ciudad Juárez, Chih. México: El Caso de los Mercados Populares 2016-2017* (Tesis de maestría, Universidad Autónoma de la Ciudad de Juárez). Recuperado de: <http://erecursos.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/4911/Comercio%20Informal%20en%20el%20Espacio%20Urbano%20de%20Ciudad%20Ju%c3%a1rez%2c%20Chih.%20M%c3%a9xico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Spicker, P., Alvarez Leguizamón, S., & Gordon, D. (2009). Definiciones de pobreza: doce grupos de significados. *Pobreza: Un glosario internacional* 1, [291–306]. Recuperado de: <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/clacso-crop/20140228023858/06spicker.pdf>
- TodaMateria. (2020). *Mercado*. Recuperado de: <https://www.todamateria.com/mercado/#:~:text=El%20mercado%20funciona%20bajo%20los,sus%20objetivos%20de%20manera%20satisfactoria.>
- UNESCO. (2019a). *Educación Superior*. Recuperado de: https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_informe_pdfs/siteal_educacion_superior_20190525.pdf
- UNESCO. (2019b). *Nivel Primario*. Recuperado de: https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_informe_pdfs/sitea_educacion_primaria_20190521.pdf
- UNESCO. (2019c). *Nivel Secundario*. Recuperado de: [https://siteal.iiep.unesco.org/eje/pdf/1407#:~:text=El%20nivel%20secundario%20es%20el,CINE\)%20elaborada%20por%20la%20UNESCO.](https://siteal.iiep.unesco.org/eje/pdf/1407#:~:text=El%20nivel%20secundario%20es%20el,CINE)%20elaborada%20por%20la%20UNESCO.)

- Valderrama Barragán, G., & Alava Rosero, A. (2020). La informalidad y su relación con la recaudación tributaria. Estudios en el contexto de Ecuador. *Dissertare Revista De Investigación En Ciencias Sociales*. 5(1), [1–14]. Recuperado de: <https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/2793>
- Vallejo Méndez, G. S. (2019). *Comercio formal e informal en el sector de la media luna y su influencia en el desarrollo socioeconómico* (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6286/1/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION.pdf>
- Vallejo Tixi, M. del C. (2022). *Los Mercados Municipales como Actores e Impulsores del Modelo de Desarrollo Local en la Ciudad de Riobamba* (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8811>
- Zuniga Quevedo, J. (2022). *El desempleo en América Latina*. Recuperado de: <https://www.panoramical.eu/columnas/70271/>

Total 51 referencias bibliográficas



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES INFORMALES

ESTUDIO ECONÓMICO DEL SECTOR COMERCIAL INFORMAL EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022

Encuesta dirigida a los comerciantes informales

1. Sexo

Femenino

Masculino

2. ¿Cuál es el nivel de escolaridad que posee usted?

Primaria

Secundaria

Superior

Ninguno

3. ¿A qué tipo de negocio se dedica?

Alimentos Preparados

Bebidas

Legumbres y Frutas

Cárnicos

Otros

4. ¿Qué tiempo lleva realizando su actividad comercial?

1 – 3 años

3 – 6 años

Mas de 6 años

5. ¿Con que frecuencia acude a los mercados municipales de la ciudad a comercializar sus productos?

1 vez a la semana

2 veces a la semana

3 veces a la semana

4 veces a la semana

5 veces a la semana

6 veces a la semana

Todos los días

6. ¿Cuáles fueron los motivos para optar por un negocio informal?

- Necesidad
- Desempleo
- Pandemia por covid-19
- Decisión Propia

7. ¿Desempeña el comercio informal como única fuente de ingreso?

- Si
- No

8. ¿Cuál es el nivel de ventas semanalmente que genera su negocio?

- Entre 0 – 100 dólares
- Entre 100 – 200 dólares
- Más de 200 dólares

9. ¿Los ingresos percibidos por la actividad comercial que realiza satisfacen sus necesidades básicas?

- Si
- No

10. ¿Ha considerado usted formalizar su negocio?

- Sí
- No

11. ¿Cuál cree usted que son los principales factores que le impiden formalizar su negocio?

- Desconocimiento de requisitos y beneficios de la formalización
- Falta de recursos económicos
- Procesos Burocráticos Municipales
- Falta de Infraestructura en los Mercados Municipales
- Otros

12. ¿Cuál considera que es el principal problema social que enfrenta debido a su trabajo en el sector informal?

- Dificultades para acceder a servicios de salud
- Competencia entre comerciantes informales
- Discriminación o estigmatización
- Falta de protección social
- Dificultades para mejorar su situación laboral
- Acceso limitado a créditos o financiamiento
- Otros

13. ¿Cree que el sector informal recibe suficiente apoyo y reconocimiento por parte de las autoridades y la sociedad en general?

Si

No

No estoy seguro/a

ANEXO B: GUÍA DE LA ENTREVISTA

ESTUDIO ECONÓMICO DEL SECTOR COMERCIAL INFORMAL EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022

Guía de la Entrevista

1. ¿Cree usted que el nivel de educación de las personas influye en la decisión de iniciar un negocio informal?

2. ¿Las personas que se dedican al comercio informal que condiciones socioeconómicas cree usted que tienen?

3. ¿Cuál cree usted que son los principales motivos por los cuales las personas optan por iniciar un negocio informal?

4. ¿Considera que el trabajo informal puede causar más problemáticas porque no hay distinción de edades para esta actividad?

5. Según su experiencia, en el sector informal ¿cuál género ha evidenciado que predomina?

6. ¿Mediante su experiencia con el sector informal, ellos han mencionado alguna vez que tienen un mayor nivel de ingresos y ventas por ende una mejor rentabilidad en este tipo de mercado, que en un mercado formal?

7. ¿Qué se necesita para pasar de la informalidad a la formalidad en un negocio?

8. ¿Qué tipo de actividades comerciales conoce que pertenezcan al sector económico informal?



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

Fecha de entrega: 22/ 03 / 2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR
Nombres – Apellidos: MARIA SILVANA JIMENEZ MUÑOZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
<p style="text-align: center;"> Econ. Antonio Durán Pinos Director del Trabajo de Titulación</p> <p style="text-align: center;"> Ph.D Liliana Alejandra Funes Samaniego Asesora del Trabajo de Titulación</p>